

Ogłoszenie nr 555016-N-2020 z dnia 2020-06-30 r.

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

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - Usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: Zamieszczanie obowiązkowe

Ogłoszenie dotyczy: Zamówienia publicznego

Zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej
Tak

Nazwa projektu lub programu

Zamówienie współfinansowane w ramach Pomocy Technicznej RPO WSL i Pomocy Technicznej PO
WER

**O zamówienie mogą ubiegać się wyłącznie zakłady pracy chronionej oraz wykonawcy, których
działalność, lub działalność ich wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą
realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami
grup społecznie marginalizowanych**

Nie

Należy podać minimalny procentowy wskaźnik zatrudnienia osób należących do jednej lub więcej
kategorii, o których mowa w art. 22 ust. 2 ustawy Pzp, nie mniejszy niż 30%, osób zatrudnionych
przez zakłady pracy chronionej lub wykonawców albo ich jednostki (w %)

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

Postępowanie przeprowadza centralny zamawiający

Nie

**Postępowanie przeprowadza podmiot, któremu zamawiający powierzył/powierzyli
przeprowadzenie postępowania**

Nie

Informacje na temat podmiotu któremu zamawiający powierzył/powierzyli prowadzenie postępowania:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie przez zamawiających

Nie

Jeżeli tak, należy wymienić zamawiających, którzy wspólnie przeprowadzają postępowanie oraz podać adresy ich siedzib, krajowe numery identyfikacyjne oraz osoby do kontaktów wraz z danymi do kontaktów:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej

Nie

W przypadku przeprowadzania postępowania wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej – mające zastosowanie krajowe prawo zamówień publicznych:

Informacje dodatkowe:

I. 1) NAZWA I ADRES: Wojewódzki Urząd Pracy, krajowy numer identyfikacyjny

27685569600000, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. 0 32 757 33 61, , e-mail wup@wup-katowice.pl, , faks -.

Adres strony internetowej (URL): <http://wup.katowice.ibip.pl/public/>

Adres profilu nabywcy:

Adres strony internetowej pod którym można uzyskać dostęp do narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Inny (proszę określić):

Jednostka organizacyjna samorządu województwa nieposiadająca osobowości prawnej.

I.3) WSPÓLNE UDZIELANIE ZAMÓWIENIA (jeżeli dotyczy):

Podział obowiązków między zamawiającymi w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania, w tym w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej (który z zamawiających jest odpowiedzialny za przeprowadzenie postępowania, czy i w jakim zakresie za przeprowadzenie postępowania odpowiadają pozostali zamawiający, czy zamówienie będzie udzielane przez każdego z zamawiających indywidualnie, czy zamówienie zostanie udzielone w imieniu i na rzecz pozostałych zamawiających):

I.4) KOMUNIKACJA:

Nieograniczony, pełny i bezpośredni dostęp do dokumentów z postępowania można uzyskać pod adresem (URL)

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=193871>

Adres strony internetowej, na której zamieszczona będzie specyfikacja istotnych warunków zamówienia

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=193871>

Dostęp do dokumentów z postępowania jest ograniczony - więcej informacji można uzyskać pod adresem

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przesyłać:

Elektronicznie

Nie

adres

Dopuszczone jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Nie

Inny sposób:

Wymagane jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Tak

Inny sposób:

pisemnie

Adres:

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice

Komunikacja elektroniczna wymaga korzystania z narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

Nie

Nieograniczony, pełny, bezpośredni i bezpłatny dostęp do tych narzędzi można uzyskać pod adresem: (URL)

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)

Numer referencyjny: PN/4/20

Przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia przeprowadzono dialog techniczny

Nie

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi

II.3) Informacja o możliwości składania ofert częściowych

Zamówienie podzielone jest na części:

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu można składać w odniesieniu do:

Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia łącznie następujących części lub grup części:

Maksymalna liczba części zamówienia, na które może zostać udzielone zamówienie jednemu wykonawcy:

II.4) Krótki opis przedmiotu zamówienia (wielkość, zakres, rodzaj i ilość dostaw, usług lub robót budowlanych lub określenie zapotrzebowania i wymagań) a w przypadku partnerstwa

innowacyjnego - określenie zapotrzebowania na innowacyjny produkt, usługę lub roboty

budowlane: 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 cywilno-prawnych, 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 cywilno-prawnych, 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 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 opisanego 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); - 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 (zwanym dalej reklamą) promujących treści dotyczące RPO WSL oraz stronę 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 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 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 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 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 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).


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 cywilno-prawnych, 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 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 przekaże 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 opisanego 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 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 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 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 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 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 (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 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 video: W ramach kampanii przewiduje się emisję ww. filmów video, w tym: emisja 2 filmów o długości min. 1 minuty maks. 1 minuty 30 sek. w obrębie kanału video 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 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).

II.5) Główny kod CPV: 79342200-5

Dodatkowe kody CPV:

II.6) Całkowita wartość zamówienia (jeżeli zamawiający podaje informacje o wartości zamówienia):

Wartość bez VAT: 195274,69

Waluta:

pln

(w przypadku umów ramowych lub dynamicznego systemu zakupów – szacunkowa całkowita maksymalna wartość w całym okresie obowiązywania umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów)

II.7) Czy przewiduje się udzielenie zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp: Nie

Określenie przedmiotu, wielkości lub zakresu oraz warunków na jakich zostaną udzielone zamówienia, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp:

II.8) Okres, w którym realizowane będzie zamówienie lub okres, na który została zawarta umowa ramowa lub okres, na który został ustanowiony dynamiczny system zakupów:

miesiącach: *lub* dniach:

lub

data rozpoczęcia: *lub* **zakończenia:** 2020-12-18

II.9) Informacje dodatkowe:

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

III.1.1) Kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.2) Sytuacja finansowa lub ekonomiczna

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.3) Zdolność techniczna lub zawodowa

Określenie warunków: 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. 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-publicacji, 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/rysownika – 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.

Zamawiający wymaga od wykonawców wskazania w ofercie lub we wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu imion i nazwisk osób wykonujących czynności przy realizacji zamówienia wraz z informacją o kwalifikacjach zawodowych lub doświadczeniu tych osób: Tak
Informacje dodatkowe:

III.2) PODSTAWY WYKLUCZENIA

III.2.1) Podstawy wykluczenia określone w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp

III.2.2) Zamawiający przewiduje wykluczenie wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5

ustawy Pzp Tak Zamawiający przewiduje następujące fakultatywne podstawy wykluczenia: Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 2 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 3 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 4 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 5 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 6 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 7 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 8 ustawy Pzp)

III.3) WYKAZ OŚWIADCZEŃ SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CELU WSTĘPNEGO POTWIERDZENIA, ŻE NIE PODLEGA ON WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIA WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPEŁNIA KRYTERIA SELEKCJI

Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu

Tak

Oświadczenie o spełnianiu kryteriów selekcji

Nie

III.4) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW , SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 3 USTAWY PZP:

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.

III.5) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 1 USTAWY PZP

III.5.1) W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU:

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. 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;

III.5.2) W ZAKRESIE KRYTERIÓW SELEKCJI:

III.6) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 2 USTAWY PZP

III.7) INNE DOKUMENTY NIE WYMIENIONE W pkt III.3) - III.6)

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 stanowił załącznik do Informacji z otwarcia ofert, która zostanie zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego.

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) OPIS

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: Przetarg nieograniczony

IV.1.2) Zamawiający żąda wniesienia wadium:

Nie

Informacja na temat wadium

IV.1.3) Przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:

Nie

Należy podać informacje na temat udzielania zaliczek:

IV.1.4) Wymaga się złożenia ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Dopuszcza się złożenie ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Informacje dodatkowe:

IV.1.5.) Wymaga się złożenia oferty wariantowej:

Nie

Dopuszcza się złożenie oferty wariantowej

Złożenie oferty wariantowej dopuszcza się tylko z jednoczesnym złożeniem oferty zasadniczej:

IV.1.6) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu

(przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne)

Liczba wykonawców

Przewidywana minimalna liczba wykonawców

Maksymalna liczba wykonawców

Kryteria selekcji wykonawców:

IV.1.7) Informacje na temat umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów:

Umowa ramowa będzie zawarta:

Czy przewiduje się ograniczenie liczby uczestników umowy ramowej:

Przewidziana maksymalna liczba uczestników umowy ramowej:

Informacje dodatkowe:

Zamówienie obejmuje ustanowienie dynamicznego systemu zakupów:

Adres strony internetowej, na której będą zamieszczone dodatkowe informacje dotyczące dynamicznego systemu zakupów:

Informacje dodatkowe:

W ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów dopuszcza się złożenie ofert w formie katalogów elektronicznych:

Przewiduje się pobranie ze złożonych katalogów elektronicznych informacji potrzebnych do sporządzenia ofert w ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów:

IV.1.8) Aukcja elektroniczna

Przewidziane jest przeprowadzenie aukcji elektronicznej (*przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem*) Nie

Należy podać adres strony internetowej, na której aukcja będzie prowadzona:

Należy wskazać elementy, których wartości będą przedmiotem aukcji elektronicznej:

Przewiduje się ograniczenia co do przedstawionych wartości, wynikające z opisu przedmiotu zamówienia:

Należy podać, które informacje zostaną udostępnione wykonawcom w trakcie aukcji elektronicznej oraz jaki będzie termin ich udostępnienia:

Informacje dotyczące przebiegu aukcji elektronicznej:

Jaki jest przewidziany sposób postępowania w toku aukcji elektronicznej i jakie będą warunki, na jakich wykonawcy będą mogli licytować (minimalne wysokości postąpień):

Informacje dotyczące wykorzystywanego sprzętu elektronicznego, rozwiązań i specyfikacji technicznych w zakresie połączeń:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w aukcji elektronicznej:

Informacje o liczbie etapów aukcji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Czy wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Warunki zamknięcia aukcji elektronicznej:

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert:

IV.2.2) Kryteria

Kryteria	Znaczenie
cena	60,00
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	15,00
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	10,00
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	15,00

IV.2.3) Zastosowanie procedury, o której mowa w art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp (przetarg nieograniczony)

Tak

IV.3) Negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne

IV.3.1) Informacje na temat negocjacji z ogłoszeniem

Minimalne wymagania, które muszą spełniać wszystkie oferty:

Przewidziane jest zastrzeżenie prawa do udzielenia zamówienia na podstawie ofert wstępnych bez przeprowadzenia negocjacji

Przewidziany jest podział negocjacji na etapy w celu ograniczenia liczby ofert:

Należy podać informacje na temat etapów negocjacji (w tym liczbę etapów):

Informacje dodatkowe

IV.3.2) Informacje na temat dialogu konkurencyjnego

Opis potrzeb i wymagań zamawiającego lub informacja o sposobie uzyskania tego opisu:

Informacja o wysokości nagród dla wykonawców, którzy podczas dialogu konkurencyjnego przedstawili rozwiązania stanowiące podstawę do składania ofert, jeżeli zamawiający przewiduje nagrody:

Wstępny harmonogram postępowania:

Podział dialogu na etapy w celu ograniczenia liczby rozwiązań:

Należy podać informacje na temat etapów dialogu:

Informacje dodatkowe:

IV.3.3) Informacje na temat partnerstwa innowacyjnego

Elementy opisu przedmiotu zamówienia definiujące minimalne wymagania, którym muszą odpowiadać wszystkie oferty:

Podział negocjacji na etapy w celu ograniczeniu liczby ofert podlegających negocjacjom poprzez zastosowanie kryteriów oceny ofert wskazanych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Informacje dodatkowe:

IV.4) Licytacja elektroniczna

Adres strony internetowej, na której będzie prowadzona licytacja elektroniczna:

Adres strony internetowej, na której jest dostępny opis przedmiotu zamówienia w licytacji elektronicznej:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w licytacji elektronicznej, w tym wymagania techniczne urządzeń informatycznych:

Sposób postępowania w toku licytacji elektronicznej, w tym określenie minimalnych wysokości postępień:

Informacje o liczbie etapów licytacji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postępień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej:

Data: godzina:

Termin otwarcia licytacji elektronicznej:

Termin i warunki zamknięcia licytacji elektronicznej:

Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, albo ogólne warunki umowy, albo wzór umowy:

Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Informacje dodatkowe:

IV.5) ZMIANA UMOWY

Przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy: Tak

Należy wskazać zakres, charakter zmian oraz warunki wprowadzenia zmian:

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.

IV.6) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.6.1) Sposób udostępniania informacji o charakterze poufnym (jeżeli dotyczy):

Środki służące ochronie informacji o charakterze poufnym

IV.6.2) Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu:

Data: 2020-07-14, godzina: 11:00,

Skrócenie terminu składania wniosków, ze względu na pilną potrzebę udzielenia zamówienia (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem):

Nie

Wskazać powody:

Język lub języki, w jakich mogą być sporządzane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu

> język polski

IV.6.3) Termin związania ofertą: do: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert)

IV.6.4) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków, które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: Nie

IV.6.5) Informacje dodatkowe:

ZAŁĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZĘŚCIOWYCH