

## Załącznik nr 1 do SIWZ

### UMOWA NR CPE/CPI/...../2013

zawarta w dniu ..... w Warszawie

pomiędzy:

**Skarbem Państwa - państwową jednostką budżetową Centrum Projektów Europejskich**, z siedzibą w Warszawie przy ul. Domaniewskiej 39a, 02- 672 Warszawa, posiadającym numer identyfikacji REGON 141681456 oraz NIP 7010158887, reprezentowanym przez **Pana Marka Zawisłaka** - Dyrektora Centrum Projektów Europejskich na podstawie upoważnienia udzielonego w dniu 18 października 2012 r. przez Ministra Rozwoju Regionalnego, zwanym w dalszej części umowy **„Zamawiającym”**

a firmą ..... z siedzibą w ..... przy ul. ...., posiadającą numer identyfikacji REGON ..... oraz NIP ....., wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS ...../wpisaną do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez ..... pod numerem ....., reprezentowanym przez Pana/Panią .....

zwaną w dalszej części umowy **„Wykonawcą”**

**lub<sup>1</sup>**

Panem/Panią ..... zamieszkałym/zamieszkałą w ..... przy ul. ...., legitymującym się/legitymującą się dowodem osobistym o numerze ..... oraz numerze PESEL....., i posiadającym/posiadającą numer identyfikacji NIP .....

zwanym/zwaną w dalszej części umowy **„Wykonawcą”**.

Zamawiający lub/i Wykonawca zwani są również dalej „Stroną” lub/i „Stronami” umowy.

### Przedmiot umowy

#### § 1

1. Strony oświadczają, że umowa została zawarta w wyniku udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego nr CPE-II-261-36/PM/13, zgodnie z art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm.).
2. Przedmiot umowy jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Państwa, w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna i projektu „System Informacji o Funduszach Europejskich na lata 2007 – 2013”.
3. Przedmiotem umowy jest przygotowanie, organizacja i promocja gry miejskiej w oparciu o projekty realizowane ze środków Funduszy Europejskich, zgodnie z warunkami umowy, ofertą i szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia stanowiącymi załącznik nr 2 i 3 do umowy.

<sup>1</sup> Dotyczy osób fizycznych

## § 2

Wykonawca nie może powierzyć wykonania czynności wymienionych w § 1 ust. 3 osobom trzecim, jeśli nie określił tego faktu w ofercie.

## § 3

Termin realizacji przedmiotu umowy: od dnia podpisania umowy do dnia 30 czerwca 2013 r.

### **Cena usług i zasady płatności**

## § 4

1. Zamawiający zapłaci Wykonawcy za prawidłowo wykonany i zaakceptowany przez Zamawiającego przedmiot umowy oraz za przekazanie do niego praw autorskich kwotę ..... zł brutto (słownie: .....).
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1, obejmuje wszystkie koszty niezbędne do prawidłowego wykonania umowy, nawet jeśli koszty te nie zostały wprost wyszczególnione w treści niniejszej umowy. Wykonawca mając możliwość uprzedniego ustalenia wszystkich warunków związanych z realizacją umowy, nie może żądać podwyższenia wynagrodzenia, nawet, jeżeli z przyczyn od siebie niezależnych nie mógł przewidzieć wszystkich kosztów niezbędnych do prawidłowego wykonania niniejszej umowy.
3. Strony ustalają następujący sposób rozliczenia finansowego: wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 zostanie przekazane przelewem na rachunek bankowy wskazany przez Wykonawcę w terminie 21 dni od dnia doręczenia przez Wykonawcę prawidłowo wystawionego pod względem rachunkowym i formalnym rachunku/faktury VAT na adres Zamawiającego:

Centrum Projektów Europejskich  
Centralny Punkt Informacyjny  
ul. Domaniewska 39 a  
02-672 Warszawa

#### **DANE DO FAKTURY/RACHUNKU:**

*Centrum Projektów Europejskich,  
ul. Domaniewska 39 a, 02-672 Warszawa,  
NIP 70 10 15 88 87*

4. Warunkiem wystawienia faktury VAT/rachunku przez Wykonawcę jest podpisanie przez Koordynatora Centralnego Punktu Informacyjnego (CPI) – p. Przemysława Lewandowskiego, ilościowo-jakościowego protokołu odbioru prawidłowego wykonania zadania, w którym Zamawiający oceni sposób wywiązania się Wykonawcy z postanowień umowy.
5. Dniem zapłaty jest dzień dokonania przelewu przez Zamawiającego na konto Wykonawcy.

## § 5

1. W ciągu 7 dni od zrealizowania przedmiotu umowy zostanie sporządzony ilościowo-jakościowy protokół odbioru, który powinien być podpisany przez koordynatora CPI.
2. Protokół powinien zawierać w szczególności:

- datę i miejsce jego sporządzenia,
  - oświadczenie Zamawiającego o braku albo o istnieniu zastrzeżeń do wykonania zleceń, w tym o braku albo o istnieniu wad.
3. Ewentualne zastrzeżenia do realizacji przedmiotu umowy koordynator CPI zgłosi w protokole, jeżeli stwierdzi, że został on wykonany w sposób niezgodny z umówionym przez Strony, wskazanym w szczególności w załącznikach 2 i 3 do umowy.

## § 6

1. W razie niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu umowy lub jego części, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 30 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1.
2. W przypadku powstania zwłoki w wykonaniu przedmiotu umowy, Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 3% wartości wynagrodzenia za każdy dzień zwłoki, nie więcej jednak niż 30% wartości wynagrodzenia.
3. W razie zwłoki, o której mowa w ust. 2, przekraczającej 10 dni, Zamawiającemu przysługuje prawo odstąpienia od umowy.
4. W razie naliczenia przez Zamawiającego kar umownych, Zamawiający potrąci z wynagrodzenia kwotę stanowiącą równowartość tych kar i tak pomniejszone wynagrodzenie wypłaci Wykonawcy.
5. Odstąpienie od umowy nie powoduje utraty prawa dochodzenia przez Zamawiającego kary umownej.
6. W przypadku, gdy wysokość szkody poniesionej przez Zamawiającego przewyższa wysokość zastrzeżonej kary umownej, Wykonawca jest zobowiązany do naprawienia szkody w pełnej wysokości.
7. Zamawiający może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego zastrzeżone na jego rzecz kary umowne.

## Warunki realizacji przedmiotu umowy

## § 7

1. Osobą odpowiedzialną za realizację przedmiotu umowy po stronie Zamawiającego jest p. Przemysław Lewandowski, a po stronie Wykonawcy – p. ....

## § 8

1. Wykonawca zobowiązany jest do zachowania w tajemnicy wszystkich informacji uzyskanych w związku z wykonaniem przedmiotu umowy oraz do nieudostępniania osobom trzecim przekazanych mu przez Zamawiającego materiałów i dokumentów.
2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość kontroli sposobu realizacji przedmiotu umowy.

## § 9

Z dniem przyjęcia prac przez Zamawiającego, Wykonawca przenosi na Zamawiającego wszelkie autorskie prawa majątkowe oraz prawa pokrewne do projektów graficznych przygotowanych przez Wykonawcę na potrzeby realizacji przedmiotu umowy i przyjętych przez Zamawiającego, w zakresie rozporządzania i korzystania z nich przez czas nieoznaczony, na następujących polach eksploatacji:

- utrwalanie,
- digitalizacja,
- wprowadzania do pamięci komputera,
- nagrywanie na płycie CD i innych nośnikach danych,
- sporządzanie wydruku komputerowego,
- zwielokrotnienie poprzez druk,
- wprowadzenie do obrotu,
- nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy,
- publikacja i rozpowszechnianie w całości lub w części, w sieci Internet,

w oryginalnej (polskiej) wersji językowej i w tłumaczeniu na języki obce, wraz z prawem do dokonywania opracowań, przemontowań i zmian układu, na terytorium Polski oraz poza jej granicami.

### Dane osobowe

#### § 10

1. Jeśli do prawidłowej realizacji czynności objętych umową, Wykonawca uzyska dostęp do danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm.) o ochronie danych osobowych, Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania obowiązków, jakie ciążyą na Zamawiającym zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych, jako na administratorze danych osobowych.
2. Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania przepisów ustawy, o której mowa w ust. 1, w szczególności do zachowania w tajemnicy danych osobowych, do których uzyskał dostęp w związku z wykonywaniem niniejszej umowy, również po jej rozwiązaniu.
3. Zamawiający ma prawo do kontroli przestrzegania przez Wykonawcę ustawy, o której mowa w ust. 1.

### Postanowienia końcowe

#### § 11

1. W zakresie nie uregulowanym umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego (Dz. U. z dn. 23 kwietnia 1964 nr 16 poz.93 z późn. zm.) oraz ustawy prawo zamówień publicznych (Dz. U. z dn. 25 czerwca 2010 r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm.).
2. Wszelkie spory mogące wyniknąć na tle realizacji niniejszej umowy, Strony poddają pod rozstrzygnięcie sądu właściwego dla siedziby Zamawiającego.
3. Umowę sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, w tym 2 egzemplarze dla Zamawiającego i 1 dla Wykonawcy.

#### § 12

Integralną część niniejszej umowy stanowi:

1. Załącznik nr 1 - odpis z KRS/wypis z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Wykonawcy,
2. Załącznik nr 2 - oferta Wykonawcy,

3. Załącznik nr 3 - opis przedmiotu zamówienia.
4. Załącznik nr 4 - upoważnienie dla P. Moniki Kalinowskiej

**Zamawiający**

**Wykonawca**

## Załącznik nr 3 do umowy

### Opis przedmiotu zamówienia

Gra miejska w Warszawie organizowana przez Centrum Projektów Europejskich – Centralny Punkt Informacyjny

#### CZĘŚĆ 1: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. **Przedmiotem zamówienia** jest przygotowanie, organizacja i promocja gry miejskiej w oparciu o projekty realizowane ze środków Funduszy Europejskich. Gra miejska odbędzie się w Warszawie, w czerwcu 2013 r.
2. **W skład zamówienia** wchodzi:
  - 2.1. Opracowanie koncepcji gry miejskiej, w tym fabuły, zadań, regulaminu, zasad udziału i przebiegu gry.
  - 2.2. Przeprowadzenie gry miejskiej: obsługa techniczna, redakcyjna i produkcyjna, organizacja i koordynacja imprezy
  - 2.3. Opracowanie koncepcji promocji oraz hasła akcji promującej grę miejską – całość akcji promocyjnej musi wiązać się z Centralnym Punktem Informacyjnym i z Funduszami Europejskimi.
  - 2.4. Kompleksowa realizacja akcji promocyjnej, w tym produkcja materiałów reklamowych oraz emisja, ekspozycja i dystrybucja tych materiałów.
  - 2.5. Opracowanie szczegółowego media planu oraz przeprowadzenie promocji w mediach, w tym zakup mediów.
  - 2.6. Zakup i przekazanie nagród uczestnikom gry miejskiej.
  - 2.7. Przygotowanie raportu z realizacji gry miejskiej oraz przeprowadzonej akcji promocyjnej i jej efektów.
  - 2.8. Archiwizacja wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji akcji promocyjnej i przeprowadzenia gry miejskiej.

#### CZĘŚĆ 2: CELE ORAZ KLUCZOWE ZAŁOŻENIA ORGANIZACJI GRY MIEJSKIEJ

##### 1. Cele

Celem przedsięwzięcia jest promocja Centralnego Punktu Informacyjnego oraz projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich w programach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013 – pokazanie zmian, jakie w Warszawie zaszły dzięki Funduszom Europejskim. Założeniem jest dotarcie do szerokiego grona odbiorców, pokazanie zakresu świadczonych przez CPI usług i zachęcenie do korzystania z nich w swobodny i przyjazny sposób. Celem jest także zbudowanie pozytywnego wizerunku CPI.

##### 2. Założenia

- 2.1. Gra miejska odbywać się będzie na terenie Warszawy. Wykonawca zapewni zgłoszenie minimum 150 osób.
- 2.2. Uczestnicy będą mieli za zadanie odwiedzić minimum 10 stanowisk. Na stanowiskach oraz na trasie uczestnicy będą musieli wykazać się znajomością topografii Warszawy, wiedzą na temat Funduszy Europejskich (FE) i Unii Europejskiej (UE), umiejętnościami plastycznymi i zręcznościowymi.

- 2.3. Wykonawca przedstawi fabułę gry opartą na spójnej koncepcji – historii wiążącej poszczególne elementy stanowisk gry, trasę oraz Fundusze Europejskie.
- 2.4. Fabuła musi uwzględniać rolę FE w rozwoju miasta oraz znaczenie dla życia jego mieszkańców.
- 2.5. Fabuła gry będzie akcentowała różnorodność FE – nie tylko projektów infrastrukturalnych, ale i edukacyjnych, społecznych, zawodowych, kulturalnych itp.
- 2.6. Gra będzie miała charakter nieliniowy – fabuła musi być tak skonstruowana, żeby umożliwić uczestnikom w miarę dowolny wybór trasy (z wyjątkiem startu, mety i ew. 2 dodatkowych punktów) i różną taktykę zdobywania punktów.
- 2.7. Zamawiający pozostawia Wykonawcy decyzję w zakresie tego, czy narzucać uczestnikom gry konkretne środki przemieszczania się pomiędzy poszczególnymi punktami gry (pieszo, rowerem, komunikacją publiczną, inne), jednakże Wykonawca powinien to określić w ofercie uwzględniając podjęcie niezbędnych działań organizacyjnych i ew. przewidując odpowiedni budżet na ten cel.
- 2.8. Wśród punktów do odwiedzenia znajdują się:
- Namiet usytuowany przy Placu Zamkowym w Warszawie, który rozstawiony będzie przez cały dzień i w którym pracownicy CPI będą udzielali informacji nt. FE. Będzie to miejsce startu i mety. Za przygotowanie stoiska (koszty wynajmu, rozstawienia i wyposażenia namiotu, pozwolenia na jego rozstawienie, obsługa techniczna) odpowiada Wykonawca. Wymiary namiotu – min. 2,5 m (głębokość) x 5 m (szerokość) x 2,5 m (wysokość).
  - Siedziba CPI (ul. Żurawia 3/5 w Warszawie).
  - Siedziba warszawskiego Regionalnego Ośrodka Europejskiego Funduszu Społecznego (ul. Śniadeckich 1/15).
  - Siedziba Punktu Informacyjnego Komisji Europejskiej (ul. Jasna 14/16), oraz minimum 6 spośród następujących instytucji:
    - Siedziba Punktu Informacyjnego EEN – w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (ul. Pańska 81/83)
    - Siedziba Punktu Konsultacyjnego KSU – Fundacji Małych i Średnich Przedsiębiorstw (ul. Smocza 27)
    - Centrum Nauki Kopernik
    - Muzeum Chopina
    - FilMOTEKA Narodowa
    - Piwnice staromiejskie w Warszawie
    - Budowa metra
    - Teatr Powszechny
    - Podziemia Katedry Polowej Wojska Polskiego
    - Multimedialny park fontann.

### 3. Hasło promocyjne

Wykonawca musi opracować element przewodni, który będzie spójny dla wszystkich kanałów i narzędzi promocyjnych oraz odpowiadać specyfice organizowanej gry miejskiej.

### 4. Grupa docelowa

Przedsięwzięcie skierowane jest do mieszkańców Warszawy i okolic. Uczestnikami gry mogą być osoby w różnym wieku, przy czym:

- w każdym zespole powinna być co najmniej jedna osoba w wieku powyżej 18. roku życia
- dolna granica wieku uczestnika, to 13 lat (osoby urodzone w 2000 r.)



## 5. Termin/czas trwania

Gra miejska: 1 dzień w czerwcu 2013 r. - sobota lub niedziela.

Minimalny czas rozpoczęcia głównej części akcji promocyjnej w radiu: 7 dni przed terminem gry miejskiej.

Minimalny czas prowadzenia konta na portalu społecznościowym i dedykowanej strony www: 20 dni przed terminem gry miejskiej oraz 15 dni po wydarzeniu.

Termin przekazania raportu końcowego: 20 dni po terminie gry miejskiej.

## CZĘŚĆ 3 – ZAKRES RZECZOWY I MERYTORYCZNY ZADAŃ WYKONAWCY

### 1. KONCEPCJA I ORGANIZACJA GRY MIEJSKIEJ

#### 1.1. Miejsce i termin rozgrywek

Warszawa, czerwiec 2013 r.

Dokładny termin proponuje Wykonawca w Ofercie.

#### 1.2. Szacowany czas i przebieg rozgrywek

Impreza powinna trwać co najmniej 3 godziny. W trakcie gry miejskiej uczestnicy odwiedzają minimum 10 punktów w Warszawie.

Rozpoczęcie i zakończenie imprezy przewidziane jest w namiocie rozstawionym na Placu Zamkowym w Warszawie. Po zakończeniu rozgrywek nastąpi tam ogłoszenie wyników oraz wręczenie nagród.

#### 1.3. Organizacja gry, rekrutacja uczestników, system motywacyjny dla uczestników

- a. Uczestnicy rejestrują się do udziału w grze miejskiej za pośrednictwem strony www stworzonej na potrzeby organizacji gry, wysyłając zgłoszenie na wskazany adres mailowy.
- b. Uczestnicy tworzą zespoły 2-4-osobowe, przy czym w każdym zespole co najmniej jedna osoba powinna mieć ukończony 18. rok życia.
- c. Na starcie Uczestnicy (każdy zespół) otrzymują zasady udziału, listę punktów do odwiedzenia wraz z mapą oraz koszulki z nadrukiem.
- d. Na zakończenie Uczestnicy otrzymują dyplomy, a zwycięzcy (3 zespoły) nagrody.

#### 1.4. Zakres zadań Wykonawcy

- a. Kompleksowe opracowanie koncepcji gry miejskiej, w tym:
  - fabuła,
  - hasło przewodnie,
  - scenariusz gry wyszczególniający wszystkie zadania przewidziane w grze wraz z podaniem orientacyjnego czasu na realizację każdego zadania i całej gry,
  - zaproponowanie rozwiązań dotyczących uczestnictwa i oceny graczy (system punktowy) oraz realizacji systemu motywacyjnego (zadania, nagrody....).
- b. Zapewnienie obsługi prawnej całego przedsięwzięcia, odpowiadającej m.in. za opracowanie regulaminu gry, zawierającego ustalenia dotyczące:



- Zakresu odpowiedzialności organizatora gry
  - Odpowiedzialności uczestnika danej gry za bezpieczeństwo własne i bezpieczeństwo innych uczestników gry
  - Zgody każdego z uczestników gry na wykorzystanie zdjęć z jego udziałem w celach promocyjnych i podsumowujących realizację gry
  - Ochrony danych osobowych
  - Zgody prawnych opiekunów niepełnoletnich uczestników gry
  - Systemu punktacji i przyznawania nagród
  - Innych zagadnień, które należy uwzględnić przy organizacji i obsłudze tego rodzaju imprez
- c. Koordynacja przebiegu gry miejskiej obejmująca:
- Przeprowadzenie rejestracji internetowej uczestników
  - Wykonanie i wręczenie materiałów na starcie rozgrywek (materiały powinny zawierać minimum zasady udziału, mapki z zaznaczonymi lokalizacjami punktów, koszulki z nadrukiem, karty konkursowe)
  - Zapewnienie obsługi w punktach uwzględnionych w grze oraz organizacja zadań na trasie gry
  - Zorganizowanie punktów uwzględnionych w grze (wewnątrz lub przed obiektami wskazanymi jako punkty w grze), w tym namiotu na Placu Zamkowym lub przy skrzyżowaniu ulic Krakowskie Przedmieście/Miodowa, będącym punktem startowym i metą gry
  - Bieżące dokumentowanie przebiegu gry (fotografowanie lub filmowanie)
- d. Zapewnienie nagród:
- Dyplomy dla wszystkich uczestników gry
  - Podzielne (na każdego członka zespołu) nagrody dla zwycięskiego zespołu o łącznej wartości 750-1250 PLN.
  - Podzielne nagrody dla drużyn, które zajmą drugie i trzecie miejsce – o wartości łącznie do 750 PLN na każdy zespół.
  - Wykonawca jest zobowiązany przedstawić w ofercie minimum 2 propozycje zestawów nagród do decyzji Zamawiającego. Decyzję w sprawie wyboru nagród Zamawiający podejmie najpóźniej na 2 tygodnie przed terminem gry.
  - Wydawanie nagród musi zostać udokumentowane protokołami przekazania nagród, które następnie będą przekazane Zamawiającemu wraz z raportem końcowym
- e. Zapewnienie bezpieczeństwa imprezy:
- Polisa ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej związanej z organizacją przedmiotowej imprezy na kwotę minimum 30 000 PLN
  - Uzyskanie zezwoleń niezbędnych do zorganizowania i przeprowadzenia imprezy
  - Właściwe przygotowanie i oznakowanie punktów gry miejskiej
  - Odpowiedzialność za szkody na osobie lub mieniu zaistniałe podczas gry miejskiej, wynikające z winy Wykonawcy lub osób obsługujących imprezę

## 2. KONCEPCJA PROMOCJI

### 2.1. Elementy graficzne

- a. Wszystkie projekty muszą posiadać spójną kreację, dostosowaną do wymiarów poszczególnych nośników.

- b. Logotypy akcji promującej grę miejską muszą być umieszczone na wszystkich materiałach promocyjnych wykorzystywanych w przebiegu gry miejskiej, to jest m.in. na koszulkach, mapkach dla graczy, kartach konkursowych).
- c. Logotypy akcji promującej grę miejską muszą być umieszczone także:
  - Na wszystkich materiałach drukowanych i audiowizualnych wykorzystywanych w kampanii promocyjnej
  - Na stronie internetowej stworzonej na potrzeby organizacji gry
  - Przy oznakowaniu punktów – stanowisk podczas gry miejskiej
  - Na dyplomach dla uczestników gry
- d. Propozycje projektów elementów graficznych i scenariuszy nagrań dźwiękowych muszą zostać przekazane do akceptacji Zamawiającego przed ich produkcją.

## 2.2. Koszulki dla uczestników

- a. Koszulki bawełniane dla każdego z uczestników
  - 50% - rozmiar M/L
  - 50% - rozmiar L/XL
  - Kolor jednolity
- b. Nadruk zawierający zatwierdzony logotyp wraz z hasłem promocyjnym
- c. Liczba – zgodna z liczbą zarejestrowanych uczestników + 10 sztuk

## 2.3. Materiały promocyjne

- a. Zasady udziału w grze – wydruk czarno-biały na formacie A4 lub A5
- b. Mapa z lokalizacjami punktów i zadań – wydruk kolorowy na formacie A3 składany co najmniej do formatu A4
- c. Karta Konkursowa – wydruk czarno-biały na formacie A4 lub A5
- d. Dyplomy – wydruk kolorowy na formacie A4, papier ozdobny min. 200g/m<sup>2</sup>
- e. Plakaty promujące imprezę – wydruk kolorowy na formacie A2, papier błyszczący
- f. Wszystkie materiały muszą zawierać logotypy w wersji kolorowej lub achromatycznej. . Wydruki czarno – białe muszą posiadać logotypy w wersji achromatycznej.
- g. Liczba każdej z pozycji materiałów promocyjnych (oprócz plakatów i dyplomów) – zgodna z liczbą zarejestrowanych zespołów + 10 sztuk
- h. Liczba plakatów – 100
- i. Liczba dyplomów – zgodna z liczbą zarejestrowanych uczestników + 10 sztuk.

## 2.4. Zakres zadań Wykonawcy w przeprowadzeniu kampanii promocyjnej

- a. Kreacja ogólnej koncepcji kampanii promocyjnej obejmującej co najmniej:
  - Fanpage na Facebook`u
  - Strona internetowa gry miejskiej
  - Produkcja i dystrybucja na terenie dzielnicy Śródmieście 100 plakatów promujących grę miejską
  - Promocja w radiu

Promocja na ekranach LCD w kolejce podziemnej w Warszawie

Poinformowanie dziennikarzy o planowanym wydarzeniu i zaproszenie ich na imprezę, w tym partnerstwa i patronaty medialne

- b. Opracowanie hasła przewodniego oraz opracowanie, produkcja i dystrybucja materiałów promocyjnych

### 3. KAMPANIA PROMOCYJNA

#### 3.1. Kampania na Facebook'u

- a. Wykonawca nawiązuje i prowadzi komunikację z potencjalnymi uczestnikami i fanami za pośrednictwem fanpage'a na Facebook'u.
- b. Konto ma służyć pozyskiwaniu fanów i budowaniu odpowiedniego wizerunku. Powinno zostać założone min. 20 dni przed terminem gry miejskiej oraz prowadzone min. przez 15 dni po zakończeniu imprezy.
- c. Na konczie na bieżąco muszą być umieszczane zaproszenia informujące o planowanej imprezie, wskazówki dotyczące rejestracji i udziału, relacje z jej przebiegu, aplikacje konkursowe, a po zakończeniu imprezy musi zostać zamieszczone podsumowanie oraz fotorelacja z przebiegu gry (aktualizacja – min. 3 wpisy na tydzień, a w dzień, kiedy odbywa się gra – min. 5 razy)
- d. Wskaźnik – min. 500 kliknięć „Lubię to”.

#### 3.2. Strona internetowa

- a. Wykonawca buduje i prowadzi stronę internetową promującą grę miejską – przygotowuje layout graficzny, tworzy serwis www i aktualizuje go.
- b. Strona internetowa powinna być prowadzona min. 20 dni przed terminem gry miejskiej oraz przez min. 15 dni po zakończeniu imprezy.
- c. Strona powinna zapewniać możliwości techniczne do rejestracji uczestników gry miejskiej bądź dysponować adresem mailowym, na który przesyłane będą zgłoszenia uczestników.
- d. Na stronie internetowej na bieżąco muszą być umieszczane zaproszenia informujące o planowanej imprezie, wskazówki dotyczące rejestracji i udziału, relacje z jej przebiegu, aplikacje konkursowe, a najpóźniej następnego dnia po zakończeniu imprezy musi zostać zamieszczone podsumowanie oraz fotorelacja z przebiegu gry. Strona będzie aktualizowana min. 2 razy w tygodniu, a w dniu gry – min. 5 razy.
- e. Na stronie internetowej muszą znaleźć się odnośniki do strony internetowej Funduszy Europejskich ([www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl)) oraz Centrum Projektów Europejskich ([www.cpe.gov.pl/cpi](http://www.cpe.gov.pl/cpi)).
- f. Wskaźnik – min. 10 000 odsłon strony.

#### 3.3. Kampania w radio – informacje radiowe

- a. Informacje radiowe o długości min. 15 s powinny być nagrane przez lektora w studio nagrań. Informacja powinna być atrakcyjna, interesująca, dynamiczna, zachęcająca do udziału w grze miejskiej oraz do odwiedzenia strony internetowej.
- b. Emisja informacji powinna mieć miejsce w stacji/stacjach o minimalnym zasięgu obejmującym aglomerację warszawską.
- c. Treść informacji zostanie przed produkcją przekazana do zaakceptowania przez Zamawiającego.

- d. Informacje w radiu powinny pojawiać się najpóźniej na 7 dni przed terminem gry miejskiej.
- e. Wskaźnik – min. 20 informacji w radiu

### 3.4. Kampania w składach warszawskiego Metra – emisja spotów na ekranach LCD

- a. Zamówienie obejmuje przygotowanie min. 10-sekundowego spotu promującego grę miejską, a także emisję spotu na ekranach LCD w wagonach Metra w Warszawie.
- b. Scenariusz spotu zostanie przygotowany we współpracy z Zamawiającym. Spot musi mieć formułę atrakcyjną, interesującą, dynamiczną, zachęcającą do udziału w grze miejskiej. Zamawiający dostarczy Wykonawcy informacje i wizualizacje (logotypy), które posłużą do przygotowania spotu.
- c. Spot musi zostać przygotowany w postaci animowanej prezentacji, bez dźwięku (np. w programie Adobe Flash/ Adobe After Effects) i musi być kompatybilny z systemami wyświetlania reklam w środkach komunikacji, w których będzie realizowana kampania.
- d. Spot przed produkcją zostanie przekazany do zaakceptowania przez Zamawiającego.
- e. Pełen zakres usług produkcyjnych: montaż, oprawa graficzna i emisja leżą po stronie Wykonawcy.
- f. Emisja spotów nastąpi najpóźniej na 10 dni przed terminem gry miejskiej.
- g. Intensywność emisji – minimum dwie emisje w ciągu godziny na wszystkich dostępnych ekranach, łącznie minimum 200 emisji.

### 3.5. Współpraca z mediami

- a. Pozyskanie min. 2 patronatów medialnych.
- b. Wybór i zaproszenie dziennikarzy i wydawców z mediów lokalnych, opracowanie i wykonanie materiałów prasowych – zaproszenia skierowane do przedstawicieli minimum 10 mediów lokalnych/regionalnych/krajowych.
- c. Utrzymywanie stałego kontaktu z mediami oraz pośredniczenie w kontakcie między Zamawiającym a mediami.
- d. Monitoring mediów w zakresie pojawiających się informacji o imprezie i CPI, stanowiący element raportu końcowego.
- e. Wskaźnik – min. 20 informacji prasowych.

## 4. NAGRODY DLA UCZESTNIKÓW

### 4.1. Zakup nagród

Dyplomy dla wszystkich uczestników spotkania.  
Nagrody dla zwycięzców.

### 4.2. Wręczenie nagród

Nagrody wręczone zostaną po zakończeniu i podsumowaniu gry miejskiej.  
Miejsce wręczenia: namiot na Placu Zamkowym w Warszawie

## 5. RAPORT KOŃCOWY

- 5.1. Raport końcowy zostanie przekazany **w ciągu 20 dni** po terminie gry miejskiej.
- 5.2. Raport końcowy będzie zawierać opis wszystkich zrealizowanych etapów, a w szczególności:
  - a. liczbę i treść publikacji
  - b. liczbę i treść innych elementów promocji
  - c. skalę dotarcia (czytelnictwo, oglądalność, słuchalność...)
  - d. sprawozdanie z przebiegu imprezy wraz z fotorelacją

## 6. WARUNKI WSPÓLPRACY

- 6.1. W terminie 2 dni roboczych od dnia podpisania umowy, Zamawiający przekaże Wykonawcy pliki graficzne i tekst komunikatów (w przypadku radia i spotów), niezbędne do przygotowania materiałów promocyjnych.
- 6.2. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu:
  - a. materiały promocyjne,
  - b. layouty strony,
  - c. layout fanpage'a,,
  - d. scenariusze spotów i projekt prezentacji,
  - e. jak również dokumenty (np. regulamin),w terminach umożliwiającym rozpoczęcie działań promocyjnych najpóźniej na 20 dni przed terminem gry, przy uwzględnieniu średnio dwóch korekt wskazanych przez Zamawiającego.
- 6.3. W ciągu dwóch dni roboczych od otrzymania projektów, Zamawiający ma prawo zgłaszać poprawki do przedstawionych przez Wykonawcę projektów, a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględniania.