



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt „Budowa parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” (Park&Ride) – II etap” jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 - 2013

Załącznik nr.....do specyfikacji istotnych warunków zamówienia

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Opracowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej, dotyczącej parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” (Park&Ride) w roku 2014.

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie kampanii promocyjno-informacyjnej sieci parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” w 2014 roku oraz jej realizacji w zakresie i w terminach określonych w opisie przedmiotu zamówienia, dalej OPZ.

Zadanie to stanowi element projektu „Budowa parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” (Park&Ride) – II etap „współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013”.

TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

Termin końcowy realizacji zamówienia – do 10 grudnia 2014 r.

Terminy realizacji poszczególnych zadań określone są w dalszej części OPZ.

UZASADNIENIE REALIZACJI ZADANIA:

W ramach projektu „Budowa parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” (Park&Ride) – II etap” dofinansowana została budowa następujących parkingów: P+R Anin SKM, P+R Al. Krakowska, P+R Wawer SKM, P+R Ursus Niedźwiadek, P+R Metro Marymont, P+R Metro Stokłosy, P+R Metro Wilanowska, P+R Metro Ursynów. Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej ma na celu zachęcenie mieszkańców okolic parkingów oraz dzielnic peryferyjnych do zostawiania samochodów w obrębie danego węzła komunikacyjnego i kontynuacji jazdy środkami [komunikacji miejskiej](#).

Głównym celem projektu sieci parkingów jest zmniejszenie ruchu w centrum stolicy, spowodowanie zmniejszenia korków w ruchu drogowym, zmniejszenie emisji spalin, jeszcze większy popyt na korzystanie z komunikacji miejskiej, jako oddechu dla Warszawy. Dokładny opis oraz zasady

funkcjonowania parkingów znajduje się na stronie internetowej ZTM (<http://www.ztm.waw.pl/?c=135&l=1>).

Podjęte działania promocyjne pozwolą nie tylko na lepszą identyfikację obiektów i marki P+R ale również zapewnią informacje, dotyczącą celów ich działalności, polityki zrównoważonego Transportu Miasta Stołecznego Warszawy oraz możliwości jakie oferują użytkownikom.

GRUPY DOCELOWE:

- mieszkańcy dalszych okolic parkingów: P+R Anin SKM, P+R Al. Krakowska, P+R Wawer SKM, P+R Ursus Niedźwiadek, P+R Metro Marymont, P+R Metro Stokłosy, P+R Metro Wilanowska, P+R Metro Ursynów oraz gmin ościennych.

Mieszkańcy osiedli pozostających w bezpośredniej bliskości parkingu posiadają o nim informacje. Ponadto odległość jaką mieliby do pokonania samochodem z domu do parkingu byłaby zbyt krótka, aby skorzystanie z P+R stało się dla nich atrakcyjnym rozwiązaniem.

PRZEKAZ:

Językiem komunikacji w zakresie realizacji zamówienia będzie język polski. Forma, ilość zawartych informacji, poziom i ich złożoności oraz zakres przekazu powinien ściśle korespondować z wizerunkiem Zarządu Transportu Miejskiego i m.st. Warszawy oraz respektować założenia systemu identyfikacji wizualnej dla ww. jednostek oraz przede wszystkim uwzględnić oznakowanie, zgodnie z zasadami projektów współfinansowanych przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013.

Przekaz powinien opierać się na:

- materiałach drukowanych (ulotki informacyjne A5)
- przekazie w mediach (spot emitowany w telewizji- przekaz oparty na fonii oraz obrazie, spot emitowany na ekranach zlokalizowanych na stacjach metra i w wagonach metra-oparty na obrazie, ogłoszenia w prasie lokalnej): w przypadku spotów po stronie Wykonawcy będzie jedynie przygotowanie graficzne, uwzględniając treści wspólnie opracowane z Zamawiającym, a także obowiązkowe oznakowanie.
- akcja informacyjna z wykorzystaniem informatorów.

Wszelkie materiały informacyjne i promocyjne muszą uwzględniać zasady wizualizacji zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, dotyczącymi oznaczania projektów w ramach Programu Regionalnego Narodowa Strategia Spójności.

SZCZEGÓŁOWY ZAKRES UMOWY

Opracowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej, dotyczącej parkingów strategicznych „Parkuj i Jedź” w skład której wchodzi:

- I. **Opracowanie koncepcji kampanii reklamowej**

powinno zawierać wycenę realizacji zadań określonych w punkcie II i III oraz harmonogram uwzględniający ww. działania (np. terminy publikacji ogłoszeń w prasie). Koncepcja powinna zostać przekazana w momencie złożenia oferty.

II Działania ogólne, skierowane do wszystkich parkingów w ramach tego projektu:

A. Wykonanie 15-sek. spotu (plansza z animacją) przeznaczonego do emisji w telewizji. Parametry spotu:

1. Format plików

1.1. Kontener: MXF (zgodnie z SMPTE 379-2004, SMPTE 377-2004, SMPTE 382M-2007)¹

1.2. Pattern: OP1a (zgodnie z SMPTE 378-2004)²

1.3. Kodex: MPEG2 4:2:2 @ Main Level; strumień danych ≥ 50 Mb/s

¹ SMPTE 379M-2004: "Material Exchange Format (MXF) - MXF Generic Container",

SMPTE 377M-2004: "Material Exchange Format (MXF) - File Format Specification"

SMPTE 382M-2007: "Material Exchange Format – Mapping AES3 and Broadcast Wave Audio into the MXF Generic Container"

² SMPTE 378M-2004: "Material Exchange Format (MXF) - Operational Pattern 1a (Single Item, Single Package)"

2. Standard wizji:

- 625 linii

- Częstotliwość ramki 25 Hz

- Format obrazu 16:9 FHA (Full Height Anamorphic)

- Rozdzielczość obrazu 720x576 pikseli,

- Tryb skanowania: z przeplotem, górne pole pierwsze

3. Standard fonii:

-LPCM 16, 20 lub 24 bity/próbkę (preferowane 24 bity próbkę)

- Częstotliwość próbkowania 48 kHz

Jeśli materiał nie jest znormalizowany zgodnie z zaleceniem EBU R128 należy podać maksymalne wartości poziomów fonii mierzone zgodnie z IEC 268-10 typ I.

4. Przyporządkowanie kanałów fonicznych

4.1 Nagranie stereofoniczne

-A1 - kanał lewy

- A2 - kanał prawy

4.2 Materiał przeznaczony do emisji musi spełniać wymagania A1=A2

5. Poziom sygnału fonii

5.1 Poziom wysterowania w materiałach produkowanych z zastosowaniem pomiaru głośności zgodnie z wymaganiami zalecenia EBU R128³)

³ Produkcja z wykorzystaniem pomiaru głośności, normalizacja poziomu głośności w plikach.

5.1.1 Sygnał programowy powinien być nagrany z poziomem głośności (Target Level)

-23 LUFs, mierzonym od początku do końca nagrania zgodnie z zaleceniem EBU-R128.

5.1.2 Maksymalny chwilowy poziom sygnału ("True Peak") nie może przekraczać poziomu -1 dBTP.

5.1.3 Wymaga się, aby dynamika dźwięku była dostosowana do przekazu telewizyjnego. Zakres dynamiki LRA (Loudness Range, pomiar EBU-R128) nie powinien przekraczać 20 dB

5.2 Poziom wysterowania w materiałach produkowanych z zastosowaniem

mierników wartości quasi-szczytowej (*Quasi Peak Programme Meter (QPPM)*)

5.2.1. Maksymalny poziom nieskompresowanego sygnału odniesiony do pełnego wysterowania kodowego 0 dB FS (zero Full Scale) powinien wynosić -9 dB FS. Dopuszcza się pojedyncze, sekundowe przekroczenia poziomu nie więcej niż o 2 dB

5.2.2 Maksymalny poziom sygnału wyprodukowanego z wykorzystaniem procesorów fonicznych (np.: "*loudness maximizer*") w taki sposób, aby uzyskać maksymalną głośność sygnału jingli, klipów muzycznych, reklam, zwiastunów, telesprzedaży, audiotele, autopromocji, sponsoringu, odniesiony do pełnego wysterowania kodowego 0 dB FS (zero Full Scale) powinien wynosić -15 dB FS. Dopuszcza się pojedyncze, sekundowe przekroczenia poziomu nie więcej niż o 2 dB.

5.2.3 Pomiary poziomu programowego powinny być wykonywane miernikiem wartości szczytowej (PPM) o charakterystyce balistycznej, zgodnej z zaleceniem dla mierników wysterowania IEC 268-10 typ I o czasie integracji 10 ms lub zgodnym z DIN 45406.

6. Wymagania ogólne dotyczące fonii

6.1. Sygnały foniczne powinny być nagrane zgodnie w fazie.

6.2. Należy zachować kompatybilność sygnału stereofonicznego z monofonicznym.

6.3. W nagranych materiale powinna być zachowana prawidłowa synchronizacja obrazu i dźwięku. Opóźnienie fonii względem sygnału wizji nie powinno przekraczać wartości -20/+40 ms⁴.

6.4. Należy preferować produkcję materiałów reklamowych z poziomem głośności -23 LUFS

7. Plik odtwarzany w środowisku PAL musi spełniać wymagania zalecenia ITU-R 601-5. Niedopuszczalne są nielegalne kolory wizji.

8. Grafika powinna mieścić się w obszarze bezpiecznym (Graphics Safe Area) zgodnie z zaleceniem EBU Recommendation R95 "Safe areas for 16:9 television production"

9. Obszar bezpieczny dla obrazu i grafiki (Action Safe Area i Graphics Safe Area) powinien być zgodny z zaleceniem EBU Recommendation R95 "Safe areas for 16:9 television production".

10. Docelowy poziom głośności audycji w TVP S.A. wynosi -23 LUFS.

11. Telewizja Polska S.A. zastrzega sobie prawa do skorygowania poziomu sygnału i modyfikacji metadanych (jeśli nie spełniają wymogów określonych w punkcie 5.1) i emisji audycji z poziomem fonii odpowiadającym poziomowi programowemu innych audycji z uwzględnieniem właściwości procesora loudness toru emisyjnego.

12. Odstępstwa od niniejszych wymagań muszą być uzgodnione z TVP S.A.

B. Wykonanie 15 sek. spotu (plansza z animacją) przeznaczonego do emisji na nośnikach typu Infoscreen (monitory na stacjach metra), parametry spotu:

1. Gotowa reklama przeznaczona do Emisji statycznego plakatu lub animacji 2D:
 - a) Format – tylko JPG lub BMP, szerokość x wysokość: 1280 x 720 pixeli (współczynnik obrazu 16:9), tryb koloru: RGB.
2. Gotowa reklama przeznaczona do Emisji ruchomej animacji 2D lub spotu reklamowego:
 - a) Format – MPEG2 lub MPEG4 lub Quicktime (pliki mov, avi, mpg): 1280 x 720 pikseli, PAL, 25 fps, 8 Mbit/sec, stały bit rate, High Profile & High Level (HP@HL), YUV-format: 4:2:2.
 - b) Flash: 25 fps, format obrazu 16x9, można stosować tylko symbole graficzne, stosowanie złożonego języka Action Scripting nie jest możliwe, format plików *.swf
3. Materiały reklamowe przeznaczone do produkcji Reklamy:

- a) Gotowe materiały graficzne: tylko JPG lub BMP, szerokość x wysokość: 1280 x 720 pixeli (współczynnik obrazu 16:9), tryb koloru: RGB.
- b) Materiały graficzne do obróbki: pliki programu Photoshop do wersji CS (do produkcji sekwencji obrazów warstwy w plikach .psd nie mogą być scalone). Pliki programu Quark X-Press nie są akceptowane.
- c) Materiały filmowe:
 - i. **AVI / Quicktime:** 1280 x 720 pikseli, 25 fps, 24 bit, bez kompresji, bez przepłotu, format pliku .avi
 - ii. **MPEG 2, 4:** 1280 x 720 pikseli, PAL, 25 fps, 8 Mbit / sec, stały bit rate, High Profile & High Level (HP@HL), YUV-format: 4:2:2, format pliku .mpg

C. Wykonanie 15 sek. spotu (plansza z animacją) przeznaczonego do emisji na nośnikach typu CityInfo (monitory wewnątrz pociągów metra), parametry spotu:

Materiał reklamowy emitowany będzie na :

-Monitorach LCD 19" MultimediaFLAT w obudowie wandaloodpornej o rozdzielczość 1280x1024; kolory 16,7 mln

oraz

-Monitorach LCD 19" Wide screen w obudowie wandaloodpornej o rozdzielczości 1280x768; 16,7 kolory 16,7 mln

Specyfikacja techniczna:

Materiały do emisji prosimy o przygotowanie wg jednej z podanych konfiguracji :

1. Materiał w dwóch rozmiarach: 1280x1024 (proporcje 5:4) oraz 1280x768 (proporcje 5:3) –. Materiał zostanie wyemitowany wykorzystując całą powierzchnie monitorów. W przypadku przystania materiałów w innych rozdzielczościach (zachowując wskazane proporcje) obraz, będzie rozciągnięty/skurczony automatycznie.

2. Materiał w formacie 1280x900 (lub innym dowolnym), obraz będzie skalowany do możliwie największej rozdzielczości zachowując swoje proporcje (pojawią się czarne paski na dole lub po bokach w zależności od rodzaju ekranu).

Na CityInfo jest możliwość wyświetlania różnorodnych treści, a zwłaszcza: filmy, zdjęcia. Formaty grafiki i video: MPEG 1/2, WMF, WMV, AVI (kompresowane kodekami Xvid, DivX, lub bez kompresji), JPEG, GIF, PNG oraz możliwość wyświetlania filmów w formacie HD.

Wymagania ogólne Zamawiającego dot. spotów:

Wszystkie ostatecznie zaakceptowane spoty zostaną przekazane Zamawiającemu do 14.11.2014 w 2 egzemplarzach na płytach CD-ROM (wg ISO 9660) lub płytach DVD (wg ISO 9660). Materiały merytoryczne Zamawiający przekaże wykonawcy najpóźniej do 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu projektu graficznego do akceptacji w ciągu 5 dni roboczych od otrzymania materiałów merytorycznych od Zamawiającego.

Maksymalny czas akceptacji materiałów przekazanych przez Wykonawcę Zamawiającemu wynosi 3 dni robocze.

W przypadku uwag Zamawiającego do treści oraz projektu graficznego wszelkie poprawki zostaną wniesione przez Wykonawcę do 2 dni roboczych, liczonych od daty przekazania uwag przez Zamawiającego.

Wszystkie projekty graficzne z treścią wymagają finalnej akceptacji Zamawiającego.

D. zaprojektowanie i druk ulotek A5 w ilości 150 tys. sztuk.

Specyfikacja techniczna ulotek:

Ulotka A5 (4+4), gramatura 80 g/m²

Wydrukowane ulotki zostaną dostarczone Zamawiającemu najpóźniej do 17.11.2014. Materiały merytoryczne do ulotki Zamawiający przekaże Wykonawcy w terminie do 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu projektu graficznego do akceptacji w ciągu 5 dni roboczych od otrzymania materiałów merytorycznych od Zamawiającego. Maksymalny czas akceptacji materiałów przekazanych przez Wykonawcę Zamawiającemu wynosi 3 dni robocze.

W przypadku uwag Zamawiającego do treści oraz projektu graficznego wszelkie poprawki zostaną wniesione przez Wykonawcę do 2 dni roboczych, liczonych od daty przekazania uwag przez Zamawiającego.

Wszystkie projekty graficzne z treścią wymagają finalnej akceptacji Zamawiającego.

III. Działania skierowane do poszczególnych parkingów:

1. Publikacja ogłoszeń prasowych Zarządu Transportu Miejskiego promujących parkingi działające w systemie „Parkuj i Jedź”. Zakres przedmiotu zamówienia obejmuje:

a) publikację ogłoszeń prasowych na stronach redakcyjnych w gazetach lokalnych dystrybuowanych nieodpłatnie, obejmujących swym zasięgiem następujące dzielnice: Wawer (P&R Wawer SKM i Anin SKM), Ursus (P&R Ursus Niedźwiadek), Ursynów (P&R Metro Ursynów i Metro Stokłosy), Żoliborz, Bielany (P&R Metro Marymont), Włochy (P&R Al. Krakowska), Mokotów, Wilanów (P&R Metro Wilanowska).

b) jedno ogłoszenie w każdym dzienniku rozpowszechnianym nieodpłatnie o zasięgu lokalnym.

Wyjątkiem jest tytuł obejmujący dzielnicę Ursus, gdzie planowane jest umieszczenie dwóch ogłoszeń, w dzienniku rozpowszechnianym nieodpłatnie o zasięgu lokalnym.

c) łącznie zostanie wybranych maksymalnie osiem tytułów obejmujących wymienione w pkt. a) dzielnice.

d) Zamawiający dopuszcza opcję, że zasięgi poszczególnych tytułów mogą się częściowo pokrywać oraz to, że obejmują dzielnice nie wymienione w pkt. a)

e) Wymagania :

- format ogłoszenia: ½ strony w poziomie, reklama - pełen kolor;

- strona na której zostanie umieszczone ogłoszenie: redakcyjna, prawa;
- Zamawiający dopuszcza umieszczenie ogłoszenia maksymalnie do 7 strony.

f) Termin publikacji ogłoszeń: w przedziale czasowym pomiędzy 17 listopada 2014 r. a 10 grudnia 2014 r.

g) Zamawiający przewiduje max. 7 różnych projektów ogłoszeń (Projekty będą różniły się treścią dostosowaną do danego parkingu)

Materiały merytoryczne do reklamy Zamawiający prześle Wykonawcy w terminie do 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu projektów graficznych do akceptacji w ciągu 5 dni roboczych od otrzymania materiałów merytorycznych od Zamawiającego. Maksymalny czas akceptacji materiałów przekazanych przez Wykonawcę Zamawiającemu wynosi 3 dni robocze.

W przypadku uwag Zamawiającego do treści oraz projektu graficznego wszelkie poprawki zostaną wniesione przez Wykonawcę do 2 dni roboczych, liczonych od daty przekazania uwag przez Zamawiającego.

Publikacja materiałów będzie możliwa dopiero po uzyskaniu ostatecznej akceptacji przedstawionych projektów przez Zamawiającego.

2. Akcja ulotkowa z wykorzystaniem informatorów, dotycząca parkingu Ursus-Niedźwiadek, prowadzona w Piastowie, Pruszkowie, Brwinowie, Milanówku, Grodzisku Mazowieckim.

Wykonawca jest zobowiązany do zorganizowania akcji informowania i rozdawania ulotek kierowcom, pozostawiającym samochody przy często uczęszczanych sklepach, galeriach handlowych, stacjach kolejowych, itp. lub też w innych lokalizacjach zaproponowanych przez Wykonawcę. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia ewentualnych (tam gdzie jest to wymagane) zgód na dystrybucję ulotek przez informatorów. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu 40 propozycji lokalizacji do akceptacji Zamawiającego, z których Zamawiający wybierze 30. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmniejszenia liczby lokalizacji.

Warunki przekazania ulotek będą ustalone przez Strony na etapie realizacji Umowy.

Terminy realizacji akcji informacyjnej – 5 lokalizacji na 1 dzień

w terminach 28-30.11.2014, w godzinach: 10:00-20:00;

w terminach 05-07.12.2014, w godzinach: 10:00-20:00.

Ilość zatrudnionych informatorów pozostaje w gestii Wykonawcy.

Wszyscy zgłoszeni do akcji informatorzy zostaną przeszkoleni przez Zamawiającego z podstawowej wiedzy na temat zasad funkcjonowania parkingów P+R, w siedzibie Zamawiającego w dniu 24.11.2014, a ich wiedza zostanie sprawdzona przez Zamawiającego w dniu 25.11.2014. Godziny szkoleń oraz sprawdzianu wiedzy zostaną przekazane do 15 listopada.

Projekty graficzne wszystkich materiałów promocyjnych zostaną przygotowane w wersji elektronicznej w formacie rastrowym i wektorowym (np. *eps, *pdf) oraz w wersji papierowej, a także wynikającej ze specyfikacji technicznej określonych wyżej zadań. Dodatkowo w wersji elektronicznej zostaną przygotowane pliki produkcyjne przystosowane do formatów określonych przez Zamawiającego.

Wykonawca zobligowany będzie do doraźnych prac projektowych i produkcyjnych w czasie trwania zamówienia, w celu zmiany czy uzupełnienia elementów graficznych oraz ścisłej współpracy z osobami odpowiedzialnymi za realizację projektu po stronie Zamawiającego.