

Załącznik nr 1 do SIWZ

(po zawarciu umowy załącznik nrdo Umowy)

Rzeczpospolita
PolskaMINISTERSTWO
INFRASTRUKTURYUnia Europejska
Fundusz Spójności

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie działań informacyjno – promocyjnych w ramach realizowanych przez Zamawiającego dwóch kampanii społecznych dotyczących respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego.

II. CEL REALIZACJI ZAMÓWIENIA

W związku z realizacją przez Sekretariat Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego projektu nr POIS.03.01.00-00-0035/17 „*Działania edukacyjne dotyczące respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego*”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach działania 3.1 - Rozwój drogowej i lotniczej sieci TEN-T, oś priorytetowa III: Rozwój Sieci Drogowej TEN-T i Transportu Multimodalnego Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020, którego jednym z elementów było przygotowanie dwóch kampanii społecznych, tj. kampania społeczna dotycząca nadmiernej prędkości, w ramach której powstanie spot telewizyjny oraz jego odpowiednik radiowy mający na celu podniesienie świadomości kierujących pojazdami, w szczególności zwrócenie uwagi na konieczność przestrzegania obowiązujących przepisów dotyczących ograniczenia prędkości i dostosowania prędkości do warunków panujących na drodze oraz kształtowanie świadomości związanej ze skutkami wypadków będących efektem nadmiernej prędkości (dalej: kampania nr 1) oraz kampania społeczna dotycząca konieczności udzielania pierwszeństwa przejazdu przez kierowców, w ramach której powstanie spot telewizyjny i jego odpowiednik radiowy mający na celu podniesienie świadomości kierujących pojazdami, w szczególności zwrócenie uwagi na konieczność udzielenia pierwszeństwa przejazdu przez kierowców (dalej: kampania nr 2), koniecznym jest wyłonienie Wykonawcy w celu zaplanowania, przygotowania i przeprowadzenia działań informacyjno - promocyjnych dla w/w kampanii.

Podstawowym narzędziem wykorzystywanym w planowanych kampaniach będą:

Kampania nr 1 - spot telewizyjny (o długości do 45 sekund) oraz odpowiadający mu spot radiowy (o długości do 45 sekund) realizowany, na podstawie zawartej przez Zamawiającego w dniu 11 lipca 2018 r. umowy nr SKR-U-46/18.

Kampania nr 2 – spot telewizyjny (o długości do 45 sekund) oraz odpowiadający mu spot radiowy (o długości do 45 sekund) realizowany, na podstawie zawartej przez Zamawiającego w dniu 11 lipca 2018 r. umowy nr SKR-U-47/18.

III. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Sekretariat Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, zwany dalej „Sekretariatem KRBRD”, jest jednostką wykonawczą Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego (międzyresortowego organu pomocniczego Rady Ministrów w sprawach bezpieczeństwa ruchu drogowego), działającą w strukturze organizacyjnej Ministerstwa Infrastruktury.

Realizując zadania Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, Sekretariat KRBRD prowadzi m.in. działania promujące kwestie bezpieczeństwa na polskich drogach wśród wszystkich użytkowników dróg.

Głównym założeniem prowadzonych działań jest wzrost świadomości społecznej w zakresie bezpiecznego zachowania się na drodze, spadek liczby wypadków drogowych, a w konsekwencji – liczby ofiar śmiertelnych i rannych w ich wyniku. Działania te prowadzone są zgodnie z założeniami wieloletniego krajowego programu poprawy stanu bezpieczeństwa ruchu drogowego w Polsce - Narodowego Programu Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego 2014-2020 oraz jego dokumentów wykonawczych - Programów Realizacyjnych (obecnie na podstawie Programu Realizacyjnego 2018-2019, zadania P1 i P3).

IV. INFORMACJE O PROJEKCIE KAMPANII SPOŁECZNEJ DOTYCZĄCEJ DZIAŁAŃ EDUKACYJNYCH NA RZECZ NIECHRONIONYCH UCZESTNIKÓW RUCHU DROGOWEGO

Przedmiotowe kampanie społeczne dotyczące respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego realizowane są w ramach projektu nr POIS.03.01.00-00-0035/17 „Działania edukacyjne dotyczące respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach działania 3.1 - Rozwój drogowej i lotniczej sieci TEN-T, oś priorytetowa III: Rozwój Sieci Drogowej TEN-T i Transportu Multimodalnego Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020.

Konieczność przeprowadzenia ww. kampanii wynika z faktu, iż Polska zgodnie z danymi Unii Europejskiej, pod względem liczby zabitych w wypadkach drogowych w przeliczeniu na milion mieszkańców, zajmuje jedno z ostatnich miejsc w Europie (79 zabitych na 1 mln mieszkańców, podczas gdy średnia UE wynosi 50 osób na mln mieszkańców¹⁾).

Dane dotyczące problemu (kampania nr 1):

- Wyniki Wyceny kosztów wypadków i kolizji drogowych na sieci dróg w Polsce na koniec roku 2015, wykonanej na zlecenie Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, wykazały, iż koszty wszystkich zdarzeń drogowych w Polsce w 2015 r. oszacowano na kwotę **48,2 mld złotych**, co stanowi prawie 3% PKB kraju²⁾. O taką kwotę pomniejszone zostały wydatki na inne zadania i priorytety państwa.
- Prowadzone od wielu lat diagnozy zagrożeń bezpieczeństwa ruchu drogowego w Polsce jednoznacznie wskazują, że nadmierna prędkość, niedostosowana do warunków drogowo-ruchowych, jest główną okolicznością wypadków drogowych w ok. 30% wypadków powodowanych z winy kierujących pojazdami. W grupie wypadków z ofiarami śmiertelnymi ten udział wynosi ok. 40%.
- Na zlecenie Sekretariatu KRBRD prowadzono w 2015 roku badania prędkości pojazdów w wybranych 94 punktach pomiarowych rozmieszczonych na drogach różnej kategorii

¹⁾ Stan bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz działania realizowane w tym zakresie w 2017 roku dostępny na stronie internetowej pod adresem: <http://www.krbrd.gov.pl/pl/test.html>

²⁾ Dokument dostępny jest na stronie internetowej pod adresem: <http://krbrd.gov.pl/pl/koszty-zdarzen-drogowych.html>

na terenie całej Polski. Przeprowadzone w pierwszej sesji pomiarowej 2015 roku badania wskazują, na przekraczanie dopuszczalnych limitów prędkości przez kierujących pojazdami objętymi pomiarem prędkości w 66,75% przypadków.

- Niedostosowanie prędkości do warunków ruchu było jedną z głównych przyczyn większości wypadków w Polsce w 2017 roku. Bezpośrednio przyczyniło się do spowodowania 6 837 wypadków (7 195 w 2016 r.).
- W 2017 roku wypadki spowodowane niedostosowaniem prędkości do warunków ruchu stanowiły 21% wszystkich wypadków w roku 2017, z czego 24,1% to wypadki z winy kierujących.
- W wyniku niedostosowania prędkości do warunków ruchu zginęło w 2017 roku 786 osób (846 w 2016 r.).
- Niedostosowanie prędkości do warunków ruchu było w 2017 roku jedną z głównych przyczyn zgonów w wyniku wypadków drogowych.
- Największy ruch na drodze odbywa się przy świetle dziennym, to o tej porze doby odnotowywana jest największa liczba wypadków.
- Najwięcej wypadków (17 947 w 2017 roku) i ofiar śmiertelnych zdarzeń drogowych (1 868 w 2017 roku) odnotowano na prostych odcinkach dróg.
- W 2017 roku zdecydowana większość wypadków miała miejsce na drogach jednojezdniowych, dwukierunkowych – zdarzeń tych było, 26 112 co stanowi 80% wszystkich wypadków, zginęło w nich 2 448 osób (87% ogółu zabitych), a 31 256 osób zostało rannych (79%).
- W 2016 roku zdecydowana większość wypadków miała miejsce na drogach jednojezdniowych, dwukierunkowych – zdarzeń tych było, 27 270 co stanowi 81% wszystkich wypadków, zginęło w nich 2 665 osób (88,1% ogółu zabitych), a 32 857 osób zostało rannych (80,6%).
- W 2017 roku jedną z głównych przyczyn wypadków na drogach jednojezdniowych dwukierunkowych było niedostosowanie prędkości do warunków ruchu – 5 640 wypadków (5 795 w 2016 r.).
- Najwięcej wypadków ma miejsce w okresie od czerwca do października.

Dane dotyczące problemu (kampania nr 2):

- Wyniki *Wyceny kosztów wypadków i kolizji drogowych na sieci dróg w Polsce na koniec roku 2015*, wykonanej na zlecenie Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, wykazały, iż koszty wszystkich zdarzeń drogowych w Polsce w 2015 r. oszacowano na kwotę **48,2 mld złotych**, co stanowi prawie 3% PKB kraju³⁾. O taką kwotę pomniejszone zostały wydatki na inne zadania i priorytety państwa.
- Nieudzielenie pierwszeństwa przejazdu było najczęstszą przyczyną wypadków w 2017 roku (7 416 wypadków, z czego 26,2% tych wypadków to wypadki z winy kierujących).
- Na skrzyżowaniach z pierwszeństwem przejazdu doszło do 4 790 wypadków z powodu nie ustąpienia pierwszeństwa.
- W wyniku nieudzielenia pierwszeństwa przejazdu zginęło w 2017 roku 315 osób (343 osoby w 2016 r.).
- Nieudzielenie pierwszeństwa było w 2017 jedną z najczęstszych przyczyn zgonów w wyniku wypadków drogowych.
- Największy ruch na drodze odbywa się przy świetle dziennym, to o tej porze doby odnotowywana jest największa liczba wypadków.

³⁾ Dokument dostępny jest na stronie internetowej pod adresem: <http://krbrd.gov.pl/pl/koszty-zdarzen-drogowych.html>

- Najwięcej wypadków (18 271 w 2016 roku) i ofiar śmiertelnych zdarzeń drogowych (1 922 w 2016 roku) odnotowano na prostych odcinkach dróg. Drugim rodzajem miejsca w którym najczęściej dochodzi do wypadków jest skrzyżowanie z drogą pierwszeństwa (9 653 wypadków, 404 ofiar śmiertelne w 2017 roku).
- W 2017 roku zdecydowana większość wypadków miała miejsce na drogach jednojezdniowych, dwukierunkowych – zdarzeń tych było, 26 112 co stanowi 80% wszystkich wypadków, zginęło w nich 2 448 osób (87% ogółu zabitych), a 31 256 osób zostało rannych (79%).
- W 2016 roku zdecydowana większość wypadków miała miejsce na drogach jednojezdniowych, dwukierunkowych – zdarzeń tych było, 27 270 co stanowi 81% wszystkich wypadków, zginęło w nich 2 665 osób (88,1% ogółu zabitych), a 32 857 osób zostało rannych (80,6%).
- W 2017 roku główną przyczyną wypadków na drogach jednojezdniowych dwukierunkowych było nieudzielenie pierwszeństwa przejazdu – 6 066 wypadków (5 952 w 2016 r.).
- Najwięcej wypadków z ofiarami śmiertelnymi ze względu na w/w przyczyny ma miejsce w miesiącach letnich, w piątki i soboty w godzinach 16:00 – 18:00⁴⁾.

1. Cele kampanii społecznej:

Mając na uwadze powyższe, konieczne jest przeprowadzenie kampanii społecznej:

(kampania nr 1)

- Podniesienie świadomości kierujących pojazdami, w szczególności zwrócenie uwagi na konieczność przestrzegania obowiązujących przepisów dotyczących ograniczenia prędkości i dostosowania prędkości do warunków panujących na drodze oraz kształtowanie świadomości związanej ze skutkami wypadków będących efektem nadmiernej prędkości.
- Pokazanie zagrożeń dla kierujących pojazdami i innych uczestników ruchu drogowego wynikających z nadmiernej prędkości.
- Doprowadzenie do zmiany postaw i zachowań poprzez wskazanie kierującym pojazdami konsekwencji nieprzestrzegania przepisów ruchu drogowego w zakresie obowiązujących ograniczeń prędkości, prowadzenia pojazdu z nadmierną prędkością i/lub wskazania prawidłowego wzorca zachowania z jakim powinni się identyfikować.

(kampania nr 2)

- Podniesienie świadomości kierujących pojazdami, w szczególności zwrócenie uwagi na konieczność udzielenia pierwszeństwa przejazdu przez kierowców.
- Pokazanie zagrożeń dla kierujących pojazdami i innych uczestników ruchu drogowego wynikających z nieudzielenia pierwszeństwa przejazdu przez kierowców.
- Doprowadzenie do zmiany postaw i zachowań poprzez wskazanie kierującym pojazdami konsekwencji wynikających z nieudzielenia pierwszeństwa przejazdu przez kierowców.

⁴⁾ Stan bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz działania realizowane w tym zakresie w 2017 roku dostępny na stronie internetowej pod adresem: <http://krbrd.gov.pl/pl/test.html>.

2. Grupa docelowa

Ogół społeczeństwa, w szczególności osoby w wieku 18-59 lat.

W celu zwiększenia efektywności dotarcia kampanii do grupy docelowej (uczestników ruchu drogowego, w szczególności osób w wieku 18-59 lat) przewiduje się objęcie kampanii działaniami informacyjno – promocyjnymi (dalej: promocja).

3. Dostępna kreacja i badania

Zamawiający dysponował będzie:

Kampania nr 1 - spot telewizyjny (o długości do 45 sekund) oraz odpowiadający mu spot radiowy (o długości do 45 sekund), hasłem przewodnim spotu, projektem wielkoformatowego plakatu reklamowego.

Kampania nr 2 – spot telewizyjny (o długości do 45 sekund) oraz odpowiadający mu spot radiowy (o długości do 45 sekund) hasłem przewodnim spotu, projektem wielkoformatowego plakatu reklamowego.

V. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Etap I (kampania nr 1) – czwarty kwartał 2018 r., (konkretna data rozpoczęcia się etapu zostanie wskazana Wykonawcy przez Zamawiającego w terminie umożliwiającym Wykonawcy właściwą realizację zadania, jednakże data zakończenia etapu nie będzie późniejsza niż 18 grudnia 2018 r.).

Etap II (kampania nr 2) - drugi kwartał 2019 r., (konkretna data rozpoczęcia się etapu zostanie wskazana Wykonawcy przez Zamawiającego w terminie umożliwiającym Wykonawcy właściwą realizację zadania jednakże data zakończenia etapu nie będzie późniejsza niż 30 czerwca 2019 r.).

VI. ZAŁOŻENIA PLANOWANYCH DZIAŁAŃ

Wszystkie wymienione poniżej elementy działania powinny być spójne oraz powinny nawiązywać do kampanii społecznych opisanych w pkt. IV SOPZ.

Wykonawca zaplanuje, przygotuje i przeprowadzi działania promocyjne w ramach realizowanych przez Zamawiającego dwóch kampanii społecznych dotyczących respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego (kampania społeczna dotycząca nadmiernej prędkości – kampania nr 1 oraz kampania społeczna dotycząca konieczności udzielenie pierwszeństwa przejazdu przez kierowców – kampania nr 2).

Działania promocyjne w ramach Etapu I (kampanii nr 1) obejmować będą realizację poniższych zadań:

- 1) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie/organizacja interaktywnej konferencji on-line, podczas której zostanie zaprezentowana kampania społeczna (tzw. konferencja otwierająca kampanię) dotycząca respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego (kampania dot. nadmiernej prędkości).

Cel wydarzenia:

Celem wydarzenia (dalej: konferencji) będzie promocja kampanii dotyczącej nadmiernej prędkości. Konferencja będzie miała charakter otwarty oraz będzie bezpłatna dla zainteresowanych dziennikarzy i uczestników.

Czas i miejsce organizacji wydarzenia:

- a) Termin i godzina konferencji zostanie uzgodniony z Zamawiającym po zawarciu umowy.
- b) Miejsce konferencji: miejsce w obrębie miasta st. Warszawy umożliwiające przeprowadzenie przez Wykonawcę crash testu (testu zderzeniowego) w warunkach kontrolowanych.
- c) Wykonawca odpowiedzialny będzie za podjęcie wszelkich działań umożliwiających realizację konferencji, w wybranym czasie i miejscu.

Obowiązkowe elementy wydarzenia:

Wykonawca przygotuje i zrealizuje konferencję promującą kampanię oraz będzie działał w imieniu organizatora tj. Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego. Zadanie będzie zawierało następujące elementy:

- a) Zaplanowanie poszczególnych elementów konferencji i przekazanie pomysłu do akceptacji Zamawiającego.
- b) Przygotowanie harmonogramu działań (agendę) konferencji, ze wskazaniem poszczególnych jej elementów oraz przekazanie go do akceptacji Zamawiającego.
- c) Przeprowadzenie konferencji, w tym pełnej jej obsługi technicznej.
- d) Zapewnienie kompleksowej oprawy multimedialnej konferencji oraz zapewnienie spełniania niezbędnych pozostałych wymogów technicznych niezbędnych do zorganizowania i przeprowadzenia konferencji.

Obsługa konferencji:

- 1. Wykonawca zapewni co najmniej 1 osobę nadzorującą i koordynującą organizację i przebieg konferencji na miejscu wydarzenia.
 - a) Wykonawca zapewni dodatkowo co najmniej 1 osobę dokumentującą przebieg konferencji (dokumentacja zdjęciowa/video); Wykonawca będzie zobowiązany do poinformowania uczestników konferencji o fotografowaniu/filmowaniu wydarzenia.
- 2.

Działania informacyjno - promocyjne konferencji:

Wykonawca zapewni właściwą promocję konferencji, celem poinformowania o wydarzeniu. Promocja konferencji realizowana przez Wykonawcę polegać będzie m.in. na:

- a) Przygotowaniu informacji do umieszczenia na stronie internetowej KRBRD o planowanym wydarzeniu wraz ze wszystkimi informacjami organizacyjnymi dla uczestników. Informacje o których mowa muszą być zgodne z zaakceptowaną przez Zamawiającego agendą konferencji;
- b) Wykonawca przeprowadzi działania dotyczące konferencji, w tym m.in. mailing do prasy, tworzenie – w porozumieniu z Zamawiającym – komunikatów prasowych – przesłanie co najmniej jednej informacji prasowej przed konferencją.
- c) Przygotowanie komunikatu prasowego po konferencji, celem opublikowania m.in. na stronie internetowej KRBRD.
- d) Wykonawca przeprowadzi działania informacyjne o konferencji (tj. sporządzi i prześle w porozumieniu z Zamawiającym zaproszenia do udziału w konferencji do przedstawicieli i instytucji wskazanych przez Zamawiającego). Zaproszenia do udziału w konferencji powinny być oryginalne i powinny wzbudzać zainteresowanie konferencją.
- e) Po podpisaniu umowy, Zamawiający uzgodni z Wykonawcą do których przedstawicieli i instytucji zaproszenie zostanie przekazane.

- f) Zapewnienie oznakowania konferencji zgodnie z wymaganiami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

Pozostałe postanowienia w związku z realizacją konferencji :

- a) Zamawiający dopuszcza nieznaczne modyfikacje i zmiany w zakresie postanowień zawartych w poszczególnych opisach konferencji, wynikające ze stosowanych przez Wykonawcę metod czy technologii, jak również z propozycji Wykonawcy odnośnie do zastosowania innych, niż rekomendowane, rozwiązań technicznych (technologicznych);
- b) Ewentualne modyfikacje i zmiany nie mogą wpływać na zasadniczą zmianę funkcjonalności elementów czy poszczególnych urządzeń, jak również nie mogą skutkować naruszeniem integralności ich formy wizualnej, a w szczególności naruszeniem spójności pomiędzy poszczególnymi elementami konferencji jako całości i szczególnie muszą być spójne z założeniami kampanii oraz użytych w niej spotów;
- c) Wszelkie zmiany muszą być uzgadniane z Zamawiającym, a ich wprowadzenie warunkowane jest udzieleniem przez niego uprzedniej zgody;
- d) Wykonawca zobowiązany jest do bieżących kontaktów z Zamawiającym w zakresie organizacji konferencji, w tym raportowania na bieżąco o postępach prac lub ew. opóźnieniach.
- e) Niedopuszczalne jest lokowanie produktu lub marki producentów sprzętu użytego podczas konwencji w żadnej formie.
- f) Wszystkie działania w ramach przygotowania konferencji będą prowadzone we współpracy z Zamawiającym.

2) Przygotowanie elementów/materiałów informacyjno-promocyjnych do kampanii, które zostaną wykorzystane do promocji kampanii podczas konferencji otwierającej i po jej zakończeniu.

- a) Wykonawca przygotowuje następujące elementy/materiały informacyjno – promocyjne:
 - Torba bawełniana - 200 szt.
Torba o wymiarach min. 40 x 36cm, długość uchwytu: 60-70cm, nadruk po jednej stronie zewnętrznej.
 - Pendrive – 200 szt.
Pendrive o pojemności 32GB, tryb podłączenia USB i micro USB, opakowanie: kartonowe.
 - Smycz – 2000 szt.
Smycz, 8-10mm z karabińczykiem metalowym, materiał: elastyczna, przezroczysta folia.
 - Brelok lokalizujący klucze – 200 szt.
Dowolny dźwięk powyżej 85-90dB aktywuje sygnał dźwiękowy i świetlny. Zasięg 10m. W zestawie baterie.
 - Wlepka – 2000 szt.
Wlepka o wielkość maksymalna 60mm x 60mm, odporne na warunki atmosferyczne (nadające się na motocykl, samochód, deskorolkę, itp.)
 - Powerbank – 200 szt.
Powerbank o wymiarach: ok. 102x24x46mm, waga: ok. 115g. Parametry techniczne: akumulator litowo-polymerowy, bateria o pojemności co najmniej 4000mAh, wejście: Micro-USB typ B, wyjście: USB typ A, moc: ok. 5V (1,5A).

Kompatybilny ze wszystkimi urządzeniami z wejściem micro USB, również możliwości ładowania po podłączeniu do kontaktu, kabel USB, uniwersalna wtyczka do większości smartphonów Micro-USB, również iPhone.

- Ostona przeciwsłoneczna na szybę samochodową – 2000 szt.

Ostona przeciwsłoneczna o wymiarach: ok. 44x36cm, zasłonka chroni przed szkodliwymi promieniami UV, nie blokuje widoczności na zewnątrz, posiada uniwersalne zaczepy pasujące do większości szyb samochodowych (mocowana jest za pomocą silikonowych przyssawek).

- b) Przygotowane elementy/materiały informacyjno-promocyjne zostaną oznakowane zgodnie z wymaganiami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- c) Oznakowania na elementach/materiałach informacyjno-promocyjnych muszą być umieszczone w widocznym miejscu i posiadać rozmiar umożliwiający ich bezproblemową czytelność.
- d) Wszystkie materiały muszą być nowe, w pierwszym gatunku oraz muszą spełniać następujące kryteria: funkcjonalność, tj. spełnianie swojego przeznaczenia, np. zapewnienie łatwego i bezproblemowego korzystania z nich, trwałość, np. czy materiał nie ulega trwałym zniekształceniom, np. nieuleganie zniszczeniu przy zwykłym korzystaniu, estetyka wykonania, np. brak zarysowań, przebarwień, pęknięć i innych uszkodzeń materiału.
- e) Wykonawca dostarczy materiały w liczbie oraz rodzaju wskazanym przez Zamawiającego do siedziby Zamawiającego, w Warszawie ul. Chałubińskiego 4/6. Dostawa ma być zrealizowana wyłącznie w dni robocze w godz. 9:00 – 15:00. Ze względu na procedury ochrony budynków dostawa musi być zgłoszona Zamawiającemu co najmniej 1 dzień wcześniej.
- f) Sposób transportu oraz opakowanie materiałów musi zapewniać zabezpieczenie przed uszkodzeniami. Za szkody powstałe z winy nienależytego opakowania oraz/lub transportu odpowiada Wykonawca.
- g) Wykonawca zapewni wyładunek produktów, ich przeniesienie oraz złożenie w miejscu wskazanym przez Zamawiającego.
- h) Na każdym opakowaniu zbiorczym wykonawca zaznaczy rodzaj materiału wraz z jego krótkim opisem (jeżeli dotyczy, np.: smycz oraz liczbę sztuk w opakowaniu).
- i) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

3) Zapewnienie emisji informacji o starcie kampanii społecznej w głównym wydaniu serwisu informacyjnego/audycji/magazynu telewizyjnego itp., w przynajmniej dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych.

- a) Wykonawca zapewni emisję informacji o starcie kampanii w przynajmniej dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych (np. Polsat, TVN, TVP) w głównym wydaniu np. serwisu informacyjnego, audycji, magazynu telewizyjnego.
- b) Wykonawca zapewni pełną obsługę w ramach zadania (np. będzie odpowiadał za kontakt z telewizją, przygotuje treści i materiały niezbędne do zapewnienia emisji itp.).
- c) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zatwierdzania proponowanych działań w porozumieniu z Wykonawcą oraz ich modyfikacji.
- d) Wykonawca prześle Zamawiającemu wyemitowany materiał na przenośnym dysku zewnętrznym (pendrive).
- e) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

4) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie działań mających na celu promocję kampanii społecznej w Internecie.

- a) W terminie 7 dni przed startem kampanii intensywna promocja zapowiadająca kampanię z wykorzystaniem zwiastunu spotu telewizyjnego (trailera) o długości do 10 sekund, udostępnionego Wykonawcy przez Zamawiającego.
- b) Trwająca w trybie ciągłym przez 2 miesiące od dnia startu kampanii intensywna promocja kampanii w portalach społecznościowych m.in. Facebook, Twitter, w tym z wykorzystaniem profili Zamawiającego.
- c) Trwająca w trybie ciągłym przez 1 miesiąc od dnia startu kampanii intensywna promocja kampanii z wykorzystaniem banerów internetowych.
- d) Kampania internetowa ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej/radiowej.
- e) Kampania internetowa powinna kłaść nacisk na wykorzystanie nowoczesnych form marketingu internetowego.
- f) Wszelkie działania w Internecie podlegają oznakowaniu zgodnie z zasadami promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- g) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

5) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej z wykorzystaniem zewnętrznych nośników reklamowych o powierzchni 12m² (outdoor) we wszystkich województwach w Polsce, w trybie ciągłym przez 14 dni od dnia startu kampanii – zakładana łączna ilość nośników to 200 szt.

- a) Wykonawca zaplanuje, przygotuje i przeprowadzi kampanię promocyjną z wykorzystaniem nośników reklamowych o powierzchni 12 m² (outdoor).
- b) Kampania ta ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej.
- c) Wykonawca zapewni pełną obsługę kampanii, np. druk plakatów wraz z zapasem wymaganym przez właściciela nośników, zawieszenie, ekspozycja, montaż, demontaż oraz inne niezbędne do podjęcia działania zapieniające pełną realizację kampanii.
- d) Wykonawca zapewni stałą, bieżącą kontrolę jakości wyeksponowanych nośników. W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia ekspozycji lub nośnika Wykonawca niezwłocznie podejmie działania w uzgodnieniu z Zamawiającym, celem usunięcia szkody i zapewnienia funkcjonalności ekspozycji/nośnika.
- e) Wykonawca po zakończeniu ekspozycji zobowiązuje się do usunięcia materiałów z nośników.
- f) Wykonawca proponuje miejsca dystrybucji nośników, najkorzystniejszej ich liczby dla danej lokalizacji, dopasowanej do grupy docelowej, problematyki wypadkowości oraz zapewniającej skuteczność dotarcia.
- g) Wybór lokalizacji nośników powinien uwzględnić położenie przy głównych ciągach komunikacyjnych, m.in.: drogi wylotowe, drogi dojazdowe, obwodnice i główne ulice.
- h) Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia poszczególnych propozycji miejsc wskazanych przez Wykonawcę np. w przypadku gdy uzna, że dane miejsce jest w niewystarczającym stopniu widoczne dla odbiorców – w takim wypadku Wykonawca proponuje alternatywne lokalizacje.
- i) Wykonanie reklamy z uwzględnieniem obowiązkowego oznakowania zgodnie z wymogami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- j) Wszelkie działania podjęte w ramach kampanii powinny być spójne z linią kreatywną kampanii.

k) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

6) Zakup czasu emisyjnego w kinach we wszystkich województwach w Polsce (tzw. stolicach województw) – emisja w trybie ciągłym przez 14 dni od dnia startu kampanii - zakładana ilość widzów 550 000.

- a) Zadanie obejmuje emisję w kinach spotu kampanii.
- b) Kampania w kinach ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej.
- c) W ramach kampanii w kinach Wykonawca zobowiązany jest do:
 - Zaproponowania lokalizacji, dopasowanej do grupy docelowej oraz zapewniającej skuteczność dotarcia.
 - Prowadzenie stałej, bieżącej kontroli emisji spotu w kinach.
- d) Emisja spotu może mieć miejsce przed wszystkimi kategoriami filmów, z wyłączeniem filmów dla dzieci oraz filmów, których tematyka i kontekst może negatywnie wpłynąć na odbiór kampanii.
- e) Wszelkie działania podjęte w ramach kampanii w kinach powinny być spójne z linią kreatywną kampanii.
- f) Wykonawca zrealizuje wszystkie zadania z uwzględnieniem obowiązkowego oznakowania zgodnie z wymogami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- g) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

Działania promocyjne w ramach Etapu II (kampanii nr 2) obejmować będą realizację poniższych zadań:

1) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie/organizacja interaktywnej konferencji on-line, podczas której zostanie zaprezentowana kampania społeczna (tzw. konferencja otwierająca kampanię) dotycząca respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego (kampania dot. konieczności udzielania pierwszeństwa przejazdów przez kierowców).

Cel wydarzenia:

Celem wydarzenia (dalej: konferencji) będzie promocja kampanii dotyczącej konieczności udzielenia pierwszeństwa przejazdu przez kierowców. Konferencja będzie miała charakter otwarty oraz będzie bezpłatna dla zainteresowanych dziennikarzy i uczestników.

Czas i miejsce organizacji wydarzenia:

- a) Termin i godzina konferencji zostanie uzgodniony z Zamawiającym po zawarciu umowy.
- b) Miejsce konferencji: miejsce w obrębie miasta st. Warszawy zaproponowane przez Wykonawcę musi umożliwiać np. przeprowadzenie zdarzenia drogowego w symulowanych warunkach przez Wykonawcę.
- c) Wykonawca odpowiedzialny będzie za podjęcie wszelkich działań umożliwiających realizację konferencji, w wybranym czasie i miejscu.

Obowiązkowe elementy wydarzenia:

Wykonawca przygotuje i zrealizuje konferencję promującą kampanię oraz będzie działał w imieniu organizatora tj. Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego. Zadanie będzie zawierało następujące elementy:

- a) Zaplanowanie poszczególnych elementów konferencji i przekazanie pomysłu do akceptacji Zamawiającego.
- b) Przygotowanie harmonogramu działań (agendę) konferencji, ze wskazaniem poszczególnych jej elementów oraz przekazanie go do akceptacji Zamawiającego.
- c) Przeprowadzenie konferencji, w tym pełnej jej obsługi technicznej.
- d) Zapewnienie kompleksowej oprawy multimedialnej konferencji oraz zapewnienie spełniania niezbędnych pozostałych wymogów technicznych niezbędnych do zorganizowania i przeprowadzenia konferencji.

Obsługa konferencji:

- b) Wykonawca zapewni co najmniej 1 osobę nadzorującą i koordynującą organizację i przebieg konferencji na miejscu wydarzenia.
- c) Wykonawca zapewni dodatkowo co najmniej 1 osobę dokumentującą przebieg konferencji (dokumentacja zdjęciowa/video); Wykonawca będzie zobowiązany do poinformowania uczestników konferencji o fotografowaniu/filmowaniu wydarzenia.

Działania informacyjno - promocyjne konferencji:

Wykonawca zapewni właściwą promocję konferencji, celem poinformowania o wydarzeniu. Promocja konferencji realizowana przez Wykonawcę polegać będzie m.in. na:

- a) Przygotowaniu informacji do umieszczenia na stronie internetowej KRBRD o planowanym wydarzeniu wraz ze wszystkimi informacjami organizacyjnymi dla uczestników. Informacje o których mowa muszą być zgodne z zaakceptowaną przez Zamawiającego agendą konferencji;
- b) Wykonawca przeprowadzi działania dotyczące konferencji, w tym m.in. mailing do prasy, tworzenie – w porozumieniu z Zamawiającym – komunikatów prasowych – przesłanie co najmniej jednej informacji prasowej przed konferencją.
- c) Przygotowanie komunikatu prasowego po konferencji, celem opublikowania m.in. na stronie internetowej KRBRD.
- d) Wykonawca przeprowadzi działania informacyjne o konferencji (tj. sporządzi i prześle w porozumieniu z Zamawiającym zaproszenia do udziału w konferencji do przedstawicieli i instytucji wskazanych przez Zamawiającego). Zaproszenia do udziału w konferencji powinny być oryginalne i powinny wzbudzać zainteresowanie konferencją.
- e) Po podpisaniu umowy, Zamawiający uzgodni z Wykonawcą do których przedstawicieli i instytucji zaproszenie zostanie przekazane.
- f) Zapewnienie oznakowania konferencji zgodnie z wymaganiami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

Pozostałe postanowienia w związku z realizacją konferencji :

- a) Zamawiający dopuszcza nieznaczne modyfikacje i zmiany w zakresie postanowień zawartych w poszczególnych opisach konferencji, wynikające ze stosowanych przez Wykonawcę metod czy technologii, jak również z propozycji Wykonawcy odnośnie do zastosowania innych, niż rekomendowane, rozwiązań technicznych (technologicznych);
- b) Ewentualne modyfikacje i zmiany nie mogą wpływać na zasadniczą zmianę funkcjonalności elementów czy poszczególnych urządzeń, jak również nie mogą skutkować naruszeniem integralności ich formy wizualnej, a w szczególności naruszeniem spójności pomiędzy poszczególnymi elementami konferencji jako całości i szczególnie muszą być spójne z założeniami kampanii oraz użytych w niej spotów;
- c) Wszelkie zmiany muszą być uzgadniane z Zamawiającym, a ich wprowadzenie warunkowane jest udzieleniem przez niego uprzedniej zgody;
- d) Wykonawca zobowiązany jest do bieżących kontaktów z Zamawiającym w zakresie organizacji konferencji, w tym raportowania na bieżąco o postępach prac lub ew. opóźnieniach.
- e) Niedopuszczalne jest lokowanie produktu lub marki producentów sprzętu użytego podczas konwencji w żadnej formie.
- f) Wszystkie działania w ramach przygotowania konferencji będą prowadzone we współpracy z Zamawiającym.

2) Przygotowanie elementów/materiałów informacyjno-promocyjnych do kampanii, które zostaną wykorzystane do promocji kampanii podczas konferencji otwierającej i po jej zakończeniu.

a) Wykonawca przygotowuje następujące elementy/materiały informacyjno – promocyjne:

- Torba bawełniana - 200 szt.
Torba o wymiarach min. 40 x 36cm, długość uchwytu: 60-70cm, nadruk po jednej stronie zewnętrznej.
- Pendrive – 200 szt.
Pendrive o pojemności 32GB, tryb podłączenia USB i micro USB, opakowanie: kartonowe.
- Smycz – 2000 szt.
Smycz, 8-10mm z karabińczykiem metalowym, materiał: elastyczna, przezroczysta folia.
- Brelok lokalizujący klucze – 200 szt.
Dowolny dźwięk powyżej 85-90dB aktywuje sygnał dźwiękowy i świetlny. Zasięg 10m. W zestawie baterie.
- Wlepka – 2000 szt.
Wlepka o wielkość maksymalna 60mm x 60mm, odporne na warunki atmosferyczne (nadające się na motocykl, samochód, deskorolkę, itp.)
- Powerbank – 200 szt.
Powerbank o wymiarach: ok. 102x24x46mm, waga: ok. 115g. Parametry techniczne: akumulator litowo-polymerowy, bateria o pojemności co najmniej 4000mAh, wejście: Micro-USB typ B, wyjście: USB typ A, moc: ok. 5V (1,5A). Kompatybilny ze wszystkimi urządzeniami z wejściem micro USB, również możliwości ładowania po podłączeniu do kontaktu, kabel USB, uniwersalna wtyczka do większości smartphonów Micro-USB, również iPhone.
- Ostona przeciwsłoneczna na szybę samochodową – 2000 szt.
Ostona przeciwsłoneczna o wymiarach: ok. 44x36cm, zasłonka chroni przed szkodliwymi promieniami UV, nie blokuje widoczności na zewnątrz, posiada uniwersalne zaczepy pasujące do większości szyb samochodowych (mocowana jest za pomocą silikonowych przyssawek).

b) Przygotowane elementy/materiały informacyjno-promocyjne zostaną oznakowane zgodnie z wymaganiami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

c) Oznakowania na elementach/materiałach informacyjno-promocyjnych muszą być umieszczone w widocznym miejscu i posiadać rozmiar umożliwiający ich bezproblemową czytelność.

d) Wszystkie materiały muszą być nowe, w pierwszym gatunku oraz muszą spełniać następujące kryteria: funkcjonalność, tj. spełnianie swojego przeznaczenia, np. zapewnienie łatwego i bezproblemowego korzystania z nich, trwałość, np. czy materiał nie ulega trwałym zniekształceniom, np. nieuleganie zniszczeniu przy zwykłym korzystaniu, estetyka wykonania, np. brak zarysowań, przebarwień, pęknięć i innych uszkodzeń materiału.

- e) Wykonawca dostarczy materiały w liczbie oraz rodzaju wskazanym przez Zamawiającego do siedziby Zamawiającego, w Warszawie ul. Chałubińskiego 4/6. Dostawa ma być zrealizowana wyłącznie w dni robocze w godz. 9:00 – 15:00. Ze względu na procedury ochrony budynków dostawa musi być zgłoszona Zamawiającemu co najmniej 1 dzień wcześniej.
- f) Sposób transportu oraz opakowanie materiałów musi zapewniać zabezpieczenie przed uszkodzeniami. Za szkody powstałe z winy nienależytego opakowania oraz/lub transportu odpowiada Wykonawca.
- g) Wykonawca zapewni wyładunek produktów, ich przeniesienie oraz złożenie w miejscu wskazanym przez Zamawiającego.
- h) Na każdym opakowaniu zbiorczym wykonawca zaznaczy rodzaj materiału wraz z jego krótkim opisem (jeżeli dotyczy, np.: smycz oraz liczbę sztuk w opakowaniu).
- i) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

3) Zapewnienie emisji informacji o starcie kampanii społecznej w głównym wydaniu serwisu informacyjnego/audycji/magazynu telewizyjnego itp., w przynajmniej dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych.

- a) Wykonawca zapewni emisję informacji o starcie kampanii w przynajmniej dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych (np. Polsat, TVN, TVP) w głównym wydaniu np. serwisu informacyjnego, audycji, magazynu telewizyjnego.
- b) Wykonawca zapewni pełną obsługę w ramach zadania (np. będzie odpowiadał za kontakt z telewizją, przygotuje treści i materiały niezbędne do zapewnienia emisji itp.).
- c) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zatwierdzania zaproponowanych działań w porozumieniu z Wykonawcą oraz ich modyfikacji.
- d) Wykonawca przekaze Zamawiającemu wyemitowany materiał na przenośnym dysku zewnętrznym (pendrive).
- e) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

4) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie działań mających na celu promocję kampanii społecznej w Internecie.

- a) W terminie 7 dni przed startem kampanii intensywna promocja zapowiadająca kampanię z wykorzystaniem zwiastunu spotu telewizyjnego (trailera) o długości do 10 sekund, udostępnionego Wykonawcy przez Zamawiającego.
- b) Trwająca w trybie ciągłym przez 2 miesiące od dnia startu kampanii intensywna promocja kampanii w portalach społecznościowych m.in. Facebook, Twitter, w tym z wykorzystaniem profili Zamawiającego.
- c) Trwająca w trybie ciągłym przez 1 miesiąc od dnia startu kampanii intensywna promocja kampanii z wykorzystaniem banerów internetowych.
- d) Kampania internetowa ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej/radiowej.
- e) Kampania internetowa powinna kłaść nacisk na wykorzystanie nowoczesnych form marketingu internetowego.
- f) Wszelkie działania w Internecie podlegają oznakowaniu zgodnie z zasadami promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- g) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

5) Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej z wykorzystaniem zewnętrznych nośników reklamowych o powierzchni 12m² (outdoor) we wszystkich

województwach w Polsce, w trybie ciągłym przez 14 dni od dnia startu kampanii – zakładana łączna ilość nośników to 200 szt.

- a) Wykonawca zaplanuje, przygotuje i przeprowadzi kampanię promocyjną z wykorzystaniem nośników reklamowych o powierzchni 12 m² (outdoor).
- b) Kampania ta ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej/radiowej.
- c) Wykonawca zapewni pełną obsługę kampanii, np. druk plakatów wraz z zapasem wymaganym przez właściciela nośników, zawieszenie, ekspozycja, montaż, demontaż oraz inne niezbędne do podjęcia działania zapieniające pełną realizację kampanii.
- d) Wykonawca zapewni stałą, bieżącą kontrolę jakości wyeksponowanych nośników. W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia ekspozycji lub nośnika Wykonawca niezwłocznie podejmie działania w uzgodnieniu z Zamawiającym, celem usunięcia szkody i zapewnienia funkcjonalności ekspozycji/nośnika.
- e) Wykonawca po zakończeniu ekspozycji zobowiązuje się do usunięcia materiałów z nośników.
- f) Wykonawca zaproponuje miejsca dystrybucji nośników, najkorzystniejszej ich liczby dla danej lokalizacji, dopasowanej do grupy docelowej, problematyki wypadkowości oraz zapewniającej skuteczność dotarcia.
- g) Wybór lokalizacji nośników powinien uwzględnić położenie przy głównych ciągach komunikacyjnych, m.in.: główne ulice i skrzyżowania w miastach, drogi wylotowe, drogi dojazdowe i obwodnice.
- h) Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia poszczególnych propozycji miejsc wskazanych przez Wykonawcę np. w przypadku gdy uzna, że dane miejsce jest w niewystarczającym stopniu widoczne dla odbiorców – w takim wypadku Wykonawca zaproponuje alternatywne lokalizacje.
- i) Wykonanie reklamy z uwzględnieniem obowiązkowego oznakowania zgodnie z wymogami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
- j) Wszelkie działania podjęte w ramach kampanii powinny być spójne z linią kreatywną kampanii.
- k) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

6) Zakup czasu emisyjnego w kinach we wszystkich województwach w Polsce (tzw. stolicach województw) – emisja w trybie ciągłym przez 14 dni od dnia startu kampanii - zakładana ilość widzów 550 000.

- a) Zadanie obejmuje emisję w kinach spotu kampanii.
- b) Kampania w kinach ma stanowić nawiązanie i wsparcie dla kampanii telewizyjnej.
- c) W ramach kampanii w kinach Wykonawca zobowiązany jest do:
 - Zaproponowania lokalizacji, dopasowanej do grupy docelowej oraz zapewniającej skuteczność dotarcia.
 - Prowadzenie stałej, bieżącej kontroli emisji spotu w kinach.
- d) Emisja spotu może mieć miejsce przed wszystkimi kategoriami filmów, z wyłączeniem filmów dla dzieci oraz filmów, których tematyka i kontekst może negatywnie wpłynąć na odbiór kampanii.
- e) Wszelkie działania podjęte w ramach kampanii w kinach powinny być spójne z linią kreatywną kampanii.
- f) Wykonawca zrealizuje wszystkie zadania z uwzględnieniem obowiązkowego oznakowania zgodnie z wymogami zasad promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

- g) W trakcie realizacji Zadania Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym.

VII. OBOWIĄZKI WYKONAWCY PO PODPISANIU UMOWY

- 1) Stała współpraca z Zamawiającym w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia, w szczególności w zakresie udzielania Zamawiającemu wszelkich niezbędnych informacji związanych z jego prawidłowym wykonaniem.
- 2) Przekazanie Zamawiającemu autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów (i ich projektów) powstałych w związku z realizacją przedmiotu zamówienia oraz udzielenie Zamawiającemu prawa zależnego do tych utworów.
- 3) Dostarczenie w terminie do 5 dni kalendarzowych po wykonaniu każdego z etapów zamówienia – raportu, opisującego w szczególności zasięg i dotarcie oraz przebieg zadań wynikających z obowiązków opisanych w SOPZ wraz ze dokumentacją zdjęciową.

VIII. ELEMENTY OBOWIĄZKOWE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przy realizacji przedmiotu zamówienia należy przestrzegać zasad dotyczących promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (<https://www.pois.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-w-programie/>).
2. Kampania powinna być zgodna z misją i ustawowym zakresem działalności KRBRD (więcej: www.krbrd.gov.pl).