



Rzeczpospolita
Polska



MINISTERSTWO
INFRASTRUKTURY

Unia Europejska
Fundusz Spójności



Zamówienie realizowane na zlecenie Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego

SZCZEGÓŁOWY OPIS ZAMÓWIENIA

na zakup czasu antenowego w stacjach radiowych oraz zapewnienie emisji spotu reklamowego celem przeprowadzenia kampanii społecznej dotyczącej nadmiernej prędkości.

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Zamawiający: Ministerstwo Infrastruktury (Sekretariat Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego), ul. Chałubińskiego 4/6, 00-928 Warszawa.

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 2013-2020 (dalej „NPBRD”) i jego dokumentów wykonawczych – Programów Realizacyjnych, ale także z celami dokumentów Unii Europejskiej w tym zakresie, jak np. IV Europejskim Programem Działań na rzecz Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, czy działaniami Organizacji Narodów Zjednoczonych w ramach programu "Decade of Action for Road Safety 2011-2020". Wyznaczone w NPBRD konkretne cele mają doprowadzić do osiągnięcia w zakresie bezpieczeństwa ruchu drogowego, m.in. nie więcej niż 2 000 ofiar śmiertelnych i 6 900 ciężko rannych w 2020 r.

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest zakup czasu antenowego w stacjach radiowych oraz zapewnienie emisji spotu reklamowego celem przeprowadzenia kampanii społecznej dotyczącej nadmiernej prędkości.

III. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Zamawiający planuje, iż Kampania będzie przeprowadzona w terminie od 15 października do 9 grudnia 2018 r., z zastrzeżeniem, iż termin rozpoczęcia emisji (a co za tym idzie - termin zakończenia emisji) może ulec przesunięciu przez Zamawiającego o maksymalnie 7 dni wcześniej albo później.

IV. BUDŻET PRZEZNACZONY NA REALIZACJĘ ZAMÓWIENIA

Łączny, maksymalny planowany budżet brutto przeznaczony na realizację zamówienia wynosi: 2 004 445,21 złotych brutto, w tym:

- 1) na I zlecenie maksymalny budżet wynosi do 1 086 741,90 złotych brutto;
- 2) na II zlecenie maksymalny budżet wynosi do 553 869,31 złotych brutto;
- 3) na III zlecenie maksymalny budżet wynosi do 363 834,00 złotych brutto.

V. INFORMACJA O PLANOWANEJ KAMPANII

1. Informacje ogólne

Przedmiotowa Kampania realizowana jest przez Sekretariat KRBRD jako jeden z elementów projektu nr POIS.03.01.00-00-0035/17-00 pt. „Działania edukacyjne dotyczące respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (działanie 3.1:

Rozwój drogowej i lotniczej sieci TEN-T, oś priorytetowa III: Rozwój Sieci Drogowej TEN-T i Transportu Multimodalnego).

Na podstawie diagnozy stanu bezpieczeństwa ruchu drogowego w Polsce, kształtowanie bezpiecznych zachowań uczestników ruchu drogowego wskazano jako jeden z priorytetów NPB RD, stąd przedmiotowy projekt dotyczy promocji odpowiedzialnych i bezpiecznych zachowań uczestników ruchu drogowego, które mają na celu wychowanie świadomego i kulturalnego uczestnika ruchu drogowego, respektującego i szanującego prawa innych, a w przypadku tego elementu projektu (Kampanii) w szczególności uświadomienie kierującym pojazdami oraz osobom z ich otoczenia (np. pasażerom pojazdów przez nich kierowanych) jak istotne jest przestrzeganie obowiązujących przepisów ruchu drogowego w zakresie ograniczeń prędkości jazdy.

Jednym z elementów Kampanii, będącym przedmiotem niniejszego zamówienia, będzie emisja spotu reklamowego o długości 45 sekund w stacjach radiowych.

2. Dane dotyczące problemu będącego przedmiotem Kampanii

- Zgodnie z wstępnymi danymi statystycznymi Unii Europejskiej, w 2017 r. Polska zajmuje jedno z ostatnich miejsc w Europie pod względem liczby ofiar śmiertelnych wypadków drogowych w przeliczeniu na milion mieszkańców (75 zabitych na 1 mln mieszkańców¹⁾).
- 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, iż niedostosowanie prędkości do warunków ruchu (nadmierna prędkość) jest wciąż jedną z głównych przyczyn wypadków drogowych powodowanych przez kierujących pojazdami oraz główną przyczyną ofiar śmiertelnych w wyniku wypadków drogowych przez nich powodowanych³⁾.
- Na zlecenie Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego przeprowadzono w 2015 r. badania prędkości pojazdów w wybranych 94 punktach pomiarowych rozmieszczonych na drogach różnej kategorii na terenie całej Polski, które wykazało w 66,75% przypadków przekraczanie dopuszczalnych limitów prędkości przez kierujących pojazdami objętych pomiarem prędkości⁴⁾.
- W 2017 r. kierujący pojazdami w Polsce spowodowali 6 837 wypadków drogowych z powodu niedostosowania prędkości do warunków ruchu, co było jedną z głównych przyczyn większości wypadków drogowych w spowodowanych przez kierujących⁵⁾.
- W wyniku niedostosowania prędkości do warunków ruchu przez kierujących pojazdami zginęło w 2017 r. 786 osób, a 8 963 zostało rannych⁶⁾.
- Najwięcej wypadków drogowych (17 947 w 2017 r.) i ofiar śmiertelnych w wyniku wypadków drogowych (1 868 w 2017 r.) w Polsce odnotowano na prostych odcinkach dróg⁷⁾.

3. Główny cel Kampanii

Podniesienie świadomości kierujących pojazdami poprzez 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 drogowych będących efektem nadmiernej prędkości.

¹⁾ Dokument dostępny jest na stronie internetowej pod adresem: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-2761_pl.htm

²⁾ Dokument dostępny jest na stronie internetowej pod adresem: http://www.krbrd.gov.pl/files/file_add/download/393_wycena-kosztow-wypadkow-i-kolizji-drogowych-2015.pdf

³⁾ Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, „Stan bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz działania realizowane w tym zakresie w 2017 r.”, Warszawa 2018, s. 20-21.

⁴⁾ Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, „Prędkość pojazdów w Polsce w 2015 r.”, Warszawa 2015, s. 5.

⁵⁾ Komenda Główna Policji, „Wypadki drogowe w Polsce w 2017 roku”, Warszawa 2018, s. 23.

⁶⁾ *Ibidem*, s. 24.

⁷⁾ *Ibidem*, s. 16.

4. Cele komunikacyjne Kampanii

- Pokazanie zagrożeń dla kierujących pojazdami i innych uczestników ruchu drogowego wynikających z nadmiernej prędkości.
- Doprowadzenie do zmiany postaw i zachowań pieszych poprzez wskazanie kierującym pojazdami konsekwencji nieprzestrzegania przepisów ruchu drogowego w zakresie obowiązujących ograniczeń prędkości oraz prowadzenia pojazdu z nadmierną prędkością.

5. Grupa docelowa Kampanii

Ogół społeczeństwa, w szczególności osoby w wieku 18-59 lat (kierujący pojazdami).

Grupa mediowa: all 18+.

6. Cel mediowy Kampanii

Celem Kampanii jest wzmocnienie przekazu radiowego do grupy docelowej poprzez emisję spotu w najlepiej dopasowanych stacjach radiowych, przy zwiększonej emisji w *drive time*⁸⁾.

7. Sposób realizacji Kampanii w stacjach radiowych

- W Kampanii musi zostać wykorzystany spot reklamowy o długości 45 sekund - zgodnie z planem mediowym, który stanowi załącznik nr 1 do formularza ofertowego.
- Kampanię należy planować w stacjach i przy programach, których zasięg dzienny w grupie docelowej jest wysoki oraz, w miarę możliwości tak, aby tematyka tych programów nie kolidowała z przekazem Kampanii, tj. m.in. tak by emisja spotu nie „sąsiadowała” z innymi reklamami dotyczącymi bezpieczeństwa ruchu drogowego.
- Minimalny udział *drive time* dla Kampanii w danej stacji radiowej musi wynieść minimum 45% ilości wszystkich emisji spotu.
- W pierwszym dniu Kampanii oraz przez jej pierwsze dwa tygodnie musi zostać zapewniona wzmożona emisja spotu, z zastrzeżeniem że pierwsza emisja spotu w pierwszym dniu Kampanii nastąpi w *drive time* popołudniowym od godziny ok. 15:30. Ponadto, wzmożona emisja spotu musi nastąpić w następujących terminach:
 - 1 listopada 2018 r. (Dzień Wszystkich Świętych),
 - 2 listopada 2018 r. (Dzień Zaduszny),
 - 11 listopada 2018 r. (Narodowe Święto Niepodległości),
 - 18 listopada 2018 r. (Światowy Dzień Pamięci o Ofiarach Wypadków Drogowych)- oraz podczas dnia poprzedzającego ten dzień i następującego po tym dniu.

VI. POZOSTAŁE OBOWIĄZKI WYKONAWCY

- Zamieszczenie spotu (wraz z metryczką) na FTP stacji radiowych (pliki emisyjne zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego).
- Bieżące monitorowanie Kampanii oraz jej modyfikowanie w celu osiągnięcia zaplanowanych celów Kampanii zgodnie z postanowieniami umowy.
- Przedstawienie miesięcznych raportów poemisyjnych w terminach wskazanych w umowie oraz końcowego raportu poemisyjnego (*postbuy*) wraz z analizą skuteczności Kampanii w dniu 17 grudnia 2018 r.⁹⁾, zawierających:
 - dokładny harmonogram emisji w dniach oraz całkowitą liczbę emisji;
 - parametry Kampanii w układzie planowane/zrealizowane (patrz: załącznik nr 1 do formularza ofertowego).

⁸⁾ Przez *drive time* rozumie się pasmo programowe w trakcie doby, podczas którego dana stacja radiowa osiąga zazwyczaj najwyższą słuchalność - zgodnie z wynikami słuchalności danej stacji radiowej.

⁹⁾ Dane wskazane w raporcie dotyczącym emisji w stacjach radiowych (patrz: załącznik nr 1 do formularza ofertowego) muszą zostać sporządzone na podstawie badań Millward Brown SMG/KRC. Raport musi być przedstawiony w formie pisemnej w 1 egzemplarzu podpisanym przez osobę upoważnioną oraz w formie elektronicznej na adres e-mail wskazany w umowie.