Załącznik nr 1 do Ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych Konsultacji rynkowych

**Opis Przedmiotu Konsultacji**

1. **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie w komunikacji miejskiej działań promocyjnych kampanii informacyjno-edukacyjnej „Legitna praca”, mającej na celu upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dotyczących zatrudniania   
i kształtowania świadomości wśród osób w wieku 17-24 lata. Działania promocyjne kampanii w komunikacji miejskiej zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem odpowiednich grup docelowych i kalendarza emisji/ekspozycji reklam. W skład przedmiotu zamówienia wchodzą następujące zadania:

* 1. przygotowanie realizacji działań promocyjnych kampanii w komunikacji miejskiej,   
     w tym: opracowanie strategii i media planu oraz przygotowanie reklam do emisji/ekspozycji,
  2. realizacja działań promocyjnych kampanii w komunikacji miejskiej,
  3. podsumowanie efektywności działań promocyjnych kampanii w komunikacji miejskiej i przedstawienie wyników w postaci raportu.

1. **CZAS TRWANIA KAMPANII** 
   1. Emisje spotów filmowych - 4 tygodnie
2. **CELE DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH KAMPANIĘ W KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ**
   1. Główne cele:
      1. upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dot. zatrudniania;
      2. kształtowanie świadomości zagrożeń zawodowych występujących

w środowisku pracy;

* + 1. informowanie o możliwościach skorzystania z pomocy merytorycznej udzielanej przez Państwową Inspekcję Pracy przy eliminowaniu nieprawidłowości w zatrudnieniu;
    2. tworzenie kultury bezpieczeństwa wśród młodych pracowników, poprzez kreowanie postaw i wartości związanych z eliminowaniem ryzyka zawodowego.
  1. Cele szczegółowe
     1. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do mediowych grup docelowych, za pośrednictwem odpowiednio dobranych reklam i miejsc ich emisji/ekspozycji,
     2. maksymalizacja wizyt na stronie docelowej Kampanii, tj. [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl).

1. **MEDIOWA GRUPA DOCELOWA**
   1. Osoby w wieku 17-24 lata, które są w trakcie edukacji lub podejmują pierwszą pracę (przede wszystkim uczniowie ostatnich klas szkół ponadpodstawowych i studenci).
2. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I OBOWIĄZKI WYKONAWCY**
   1. Przygotowanie realizacji działań promocyjnych w komunikacji miejskiej.
      1. Wykonawca dokona analizy typów nośników oraz ich lokalizacji pod kątem najlepszego dotarcia do grup docelowych, celów i tematyki kampanii Państwowej Inspekcji Pracy. Na tej podstawie Wykonawca opracuje strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w komunikacji miejskiej, zwaną dalej „**Strategią**”.
      2. Wykonawca opracuje szczegółowy harmonogram poszczególnych działań promocyjnych Kampanii w komunikacji miejskiej, zwany dalej „**Media Planem**”, według którego, po akceptacji Zamawiającego, zrealizuje działania promocyjne kampanii w komunikacji miejskiej – tj. zakupi emisję/ekspozycję reklam.
      3. Wykonawca przygotuje i dostosuje do emisji/ekspozycji w komunikacji miejskiej materiały filmowe i inne formy reklamy zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego**.** Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały filmowe i inne formy reklamy (m.in. plakaty) w dniu zawarcia umowy. Ostateczna decyzja o wyborze rodzaju emitowanych materiałów filmowych oraz technologii w jakiej zostaną one przygotowane, będzie podjęta przez Zamawiającego po konsultacji z Wykonawcą i zostanie przedstawiona w szczegółowym media planie do akceptacji Zamawiającego.
      4. Każda reklama powinna zostać dostosowana do danego nośnika reklamy (np. dodanie napisów do reklam video emitowanych na ekranach).
      5. Wszystkie reklamy muszą być zgodne ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego.
      6. Zamawiający wymaga, aby kampania była prowadzona w minimum 12 województwach, w minimum 20 miastach Polski, których liczba ludności nie jest mniejsza niż 50 000, z obowiązkowym uwzględnieniem takich miast i aglomeracji jak: Białystok, Trójmiasto, Górny Śląsk – aglomeracja, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Szczecin, Warszawa (poza nośnikami MZA - [https://halowarszawo.pl](https://halowarszawo.pl/)) , Wrocław.
      7. Zamawiający wymaga, aby ekspozycja reklamy miała miejsce w lokalizacjach istotnych dla mediowych grup docelowych np. w środkach komunikacji miejskiej, które zapewniają bezpośredni dojazd do uczelni wyższych.
   2. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych kampanii w komunikacji oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci raportu końcowego.
      1. Opracowanie raportu końcowego zawierającego podsumowanie i szczegóły realizacji działań promocyjnych kampanii w komunikacji, w tym co najmniej porównanie realizacji działań promocyjnych kampanii w komunikacji miejskiej ze strategią oraz założonymi parametrami medialnymi z faktycznie uzyskanymi wskaźnikami w czasie trwania działań promocyjnych, udokumentowanie w postaci zdjęć poszczególnych form reklamy z podaniem dat, miejsc ich emisji/ekspozycji oraz liczby wyemitowanych/wyeksponowanych reklam w poszczególnych środkach transportu, opracowanie wniosków z emisji/ekspozycji poszczególnych form reklamy wraz z rekomendacjami.
      2. Raport musi być przyjęty przez Zamawiającego bez uwag.

**Załącznik nr 2 do ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych konsultacji rynkowych**

1. Identyfikacja wizualna
   1. Logo kampanii PIP – przykładowe wersje





* 1. Materiały filmowe
* 3 plansze animowane przeznaczone do emisji, czas trwania każdego filmu 20s.,
* krótkie filmy z poradami prawnymi, czas trwania każdego filmu 20-30s.,
* film „Pierwszy dzień w pracy” z udziałem Wojtka Kaczmarczyka z kanału „Do roboty”.
  1. Plakaty kampanii

  

* 1. Przykładowe bannery animowane kampanii

**  **

  

Pliki z materiałami (materiały filmowe, plakaty, zestawy bannerów animowanych wraz identyfikacją wizualną) są do pobrania ze strony kampanii [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl).