

## **Opis przedmiotu zamówienia – RADIO**

### **1. Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest emisja dwóch 30-sekundowych spotów w radiu, w celu promocji kampanii Państwowej Inspekcji Pracy „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie!” (dalej: „Kampania”) Na realizację przedmiotu zamówienia składa się:

- 1.1. Przygotowanie strategii kampanii radiowej dla emisji spotów w co najmniej dwóch ogólnopolskich stacjach radiowych oraz emisja dwóch 30-sekundowych spotów w co najmniej dwóch ogólnopolskich stacjach radiowych.

### **2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia.**

- 2.1. Termin realizacji: 80 dni roboczych od zawarcia umowy, w tym czas emisji spotów radiowych – co najmniej 42 dni kalendarzowe.
- 2.2. W przypadku nieosiągnięcia wskazanych przez Wykonawcę wskaźników medialnych (GRP i Zasięg 1+), Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji spotów radiowych w celu osiągnięcia wskazanych w ofercie wskaźników, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych.
- 2.3. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego Strategię realizacji Kampanii (dalej: „Strategia”), Media plan oraz raport końcowy (dalej: „Raport”), zgodnie z poniższym harmonogramem:
  - 2.3.1. Strategia – nie później niż 7 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja Strategii przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną, na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami Strategię. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.
  - 2.3.2. Media plan – nie później niż 5 dni roboczych od akceptacji przez Zamawiającego Strategii. Akceptacja Media planu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną, na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni

roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Media plan. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

- 2.3.3. Raport końcowy w wersji elektronicznej, zawierający informacje określone w pkt 3.5.4 – nie później niż 7 dni roboczych po zakończeniu emisji. Akceptacja Raportu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną, na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Raport. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

#### 2.4. Grupa mediowa:

- 2.4.1. spot dla pracowników: mężczyźni i kobiety w wieku 18-65, pracujący, wykształcenie średnie i niższe, robotnicy wykwalifikowani i niewykwalifikowani.
- 2.4.2. spot dla pracodawców: kadra zarządzająca (prezesi, właściciele, dyrektorzy).

#### 2.5. Przygotowanie Strategii i emisja spotu:

- 2.5.1. Wykonawca przygotuje Strategię realizacji co najmniej 42-dniowej emisji dwóch 30-sekundowych spotów radiowych w co najmniej dwóch ogólnopolskich stacjach radiowych, która będzie zawierać wskazane w ofercie wskaźniki (GRP i Zasięg 1+), a także wskaźniki Zasięg 3+, OTH, Affinity Index, CPP, informacje o terminie realizacji emisji spotu, o wyborze stacji radiowych wraz z uzasadnieniem dla wyboru stacji oraz proponowany czas i planowaną liczbę emisji spotu w poszczególnych stacjach. Propozycje zawarte w Strategii muszą być oparte na dostępnych badaniach słuchalności stacji radiowych za okres sierpień – październik 2025 r. w odniesieniu do grup mediowych kampanii. Poprzez ogólnopolskie stacje radiowe Zamawiający rozumie wymienione przez KRRiT w „Informacji o audytorium radiowym w Polsce w IV kwartale 2021 r.” następujące stacje radiowe: Programy 1, 2 i 3 Polskiego Radia, Radio RMF FM, Radio ZET oraz Radio Maryja. Oprócz wymaganych emisji spotów w co najmniej dwóch ogólnopolskich stacjach radiowych, Zamawiający dopuszcza możliwość emisji, także w stacjach ponadregionalnych i/lub regionalnych i/lub stacjach lokalnych w przypadku, gdy pozwoli to na zwiększenie wskaźników mediowych wskazanych w ofercie (GRP i Zasięg 1+) oraz podniesie efektywność akcji promocyjnej. Przy czym % udział GRP w ogólnopolskiej/ch stacji/ach

radiowej/ch nie może być niższy niż 40%. Przyjmując sumę GRP zadeklarowaną w ofercie na emisje spotu adresowanego do pracowników i spotu dla pracodawców za 100%, Zamawiający wymaga, aby % udział GRP dla emisji spotu adresowanego do pracowników wynosił 55%, a spotu adresowanego do pracodawców 45%.

- 2.5.2. Wykonawca przygotowuje szczegółowy Media plan emisji, wg. którego po akceptacji Zamawiającego, Wykonawca zakupi czasy antenowe na potrzeby emisji spotów radiowych. Media plan zawierać będzie co najmniej wskazane w ofercie wskaźniki GRP i Zasięg 1+ dla emisji każdego spotu radiowego, a także wskaźniki Zasięg 3+, OTH, CPP i Affinity Index, datę rozpoczęcia i zakończenia emisji oraz następujące informacje: dzień, tydzień i miesiąc emisji, nazwę stacji radiowej, nazwę grupy stacji, pasmo czasowe emisji.
  - 2.5.3. Wykonawca zakupi emisje 30-sekundowych spotów radiowych zgodnie z Media planem zaakceptowanym przez Zamawiającego.
  - 2.5.4. Po zakończeniu emisji, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu Raport, w którym wskaże osiągnięte wskaźniki dotarcia do grupy mediowych, w tym osiągnięte wskaźniki (GRP i Zasięg 1+) dla poszczególnych spotów – na podstawie danych z badania słuchalności stacji radiowych za okres sierpień - październik 2025. Raport zawierać będzie porównanie wskazanych w ofercie wskaźników medialnych (GRP, Zasięg 1+) z faktycznie uzyskanymi, uzyskany Zasięg 3+, informacje dotyczące dnia, tygodnia i miesiąca emisji, nazw stacji radiowych, nazwy grupy stacji oraz pasm czasowych, w których zrealizowano emisje spotów, a także wnioski z realizacji kampanii radiowej. Wykonawca dołączy do Raportu oświadczenia o wykonanej liczbie emisji podpisane przez stacje realizujące emisje lub grupy radiowe, do których należą ww. stacje. Do raportu Wykonawca dołączy elektroniczny nośnik danych, gdzie umieści: Strategię, Media plan, Raport wraz z załącznikami, spoty radiowe, metryczki spotu.
  - 2.5.5. Zamawiający wymaga, żeby wskaźniki medialne zawarte w ofercie, Strategii, Media Planie oraz Raporcie oparte były na dostępnych badaniach słuchalności stacji radiowych za okres sierpień – październik 2025 (np. Radio Track fala sierpień – październik 2025 r.) w odniesieniu do grup mediowych.
- 2.6. Zamawiający informuje, że wstępnym założeniem realizacji kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie” jest prowadzenie działań w mediach w okresie sierpień-październik 2026 r.

2.7. Realizacja przedmiotu zamówienia nie może w żaden sposób niekorzystnie oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.

2.8. Wykonawca przekaze Zamawiającemu własność nośników, na których utrwalił produkty wchodzące w skład przedmiotu zamówienia oraz dokumentację wytworzoną podczas realizacji przedmiotu zamówienia.