WYCENA SZACUNKOWEJ WARTOŚCI ZAMÓWIENIA NA REALIZACJĘ OGÓLNOPOLSKIEJ KAMPANII INFORMACYJNO-EDUKACYJNEJ NT. SPRAWIEDLIWEJ TRANSFORMACJI ENERGETYCZNEJ

W celu zbadania oferty rynkowej oraz oszacowania wartości zamówienia, Ministerstwo Klimatu i Środowiska zwraca się z prośbą o przedstawienie informacji dotyczących szacunkowych kosztów realizacji niżej opisanego zamówienia.

**Uwaga: Niniejsze szacowanie wartości zamówienia nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem ani zapytaniem o cenę w rozumieniu ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Informacja ta ma na celu wyłącznie rozpoznanie rynku i uzyskanie wiedzy na temat kosztów opisanej usługi.**

# PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii informacyjno-edukacyjnej (dalej: „**Kampania**”), której głównym celem jest podniesienie świadomości społeczeństwa na temat sprawiedliwej transformacji energetycznej.

Do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie i przeprowadzenie Kampanii, czyli realizacja następujących zadań:

1. stworzenie szczegółowej koncepcji Kampanii,
2. produkcja spotów reklamowych, które będą wykorzystywane w Kampanii, przeznaczonych do emisji w TV (2 x 30” i 2 x 15”), przy czym spoty 15” będą skrótem spotów 30”
3. produkcja spotów reklamowych, które będą wykorzystywane w Kampanii, przeznaczonych do emisji w radio (1 x 30” i 1 x 15”),
4. przygotowanie wkładu na stronę www Zamawiającego ([www.gov.pl/klimat](http://www.gov.pl/klimat)),
5. przygotowanie kreacji i zakup powierzchni reklamowej w kampanii internetowej (w tym social media, VOD),
6. produkcja filmu z realizacji spotów TV (tzw. „making of”), przeznaczonego do emisji w Internecie,
7. przygotowanie kreacji i publikacja artykułów sponsorowanych w prasie, w tym w prasie internetowej,
8. stworzenie planu działań z zakresu media relations oraz ich realizacja, przy czym zakładany przez zamawiającego budżet na działania z zakresu media relations to od 10% do 15% wartości netto oferty,
9. przeprowadzenie działań adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego,
10. przeprowadzenie działań adresowanych do przedsiębiorców energetycznych i operatorów systemów dystrybucyjnych,
11. przeprowadzenie dodatkowych działań zaplanowanych w ramach Kampanii, których wartość nie przekroczy 10% wartości netto oferty.

**Zamówienie nie przewiduje zakupu emisji spotów w TV i radio. Zamawiający dokona zakupu czasu antenowego w tych mediach odrębnym zamówieniem.**

# CELE KAMPANII

Kampania ma charakter informacyjno-edukacyjny, jej głównym celem jest uświadomienie społeczeństwa w zakresie działań na rzecz osiągnięcia neutralności klimatycznej przez Polskę oraz zapewnienie rzetelnej wiedzy na temat zalet i wad OZE oraz właściwej ścieżki ich rozwoju w krajowym systemie energetycznym. Kampanii obejmuje również:

* przedstawienie założeń nowo przyjętej polityki energetycznej Polski, z akcentem na wymiar sprawiedliwej transformacji energetycznej, w tym transformacji niskoemisyjnej regionów węglowych,
* promocja „Polityki energetycznej Polski do 2040 r. – promocja celów horyzontalnych, filarów, projektów flagowych oraz informacja dotycząca powodów konkretnego ukształtowania prognozy bilansu energetycznego,
* promocja gminnych planów energetycznych w kierunku niskoemisyjnym, w tym promocja pobudzającej roli urzędów marszałkowskich w tym procesie (art. 19 ustawy Prawo energetyczne),
* działania informacyjno-edukacyjne odnośnie usług systemowych oraz kierunku dążenia do samobilansowania klastrów energii i prosumentów energii odnawialnej.

W ramach kampanii uwzględnione zostaną również zagadnienia wskazane w Mapie drogowej PEP 2040 (m.in.: budowa i rozwój inteligentnej sieci energetycznej, efektywności energetycznej, w tym przeskalowanie etykiet energetycznych).

Kampania zostanie podzielona na cztery komplementarne działania promocyjne:

1. kampania perswazyjna (ogólnopolska)
2. kampania nastawiona na zaangażowanie (ogólnopolska)
3. kampania skierowana do przedstawicieli samorządu terytorialnego
4. kampania skierowana do przedsiębiorców z branży energetycznej

# CZAS TRWANIA KAMPANII

Realizacja kampanii trwać będzie od podpisania umowy do 31 października 2022 r. (w tym kampania internetowa co najmniej 12 tygodni. Produkcja spotów telewizyjnych i radiowych odbędzie się w 2021 r. Emisja zostanie zrealizowana w ramach odrębnego postępowania

# TEMATYKA KAMPANII

Opis tematyki kampanii stanowi **Załącznik nr 1** do OPZ.

# GRUPA DOCELOWA KAMPANII

**Komunikacyjna grupa docelowa Kampanii:**

Kampania skierowana do ogółu społeczeństwa, osób zamieszkujących terytorium Polski. Odbiorcami przekazu są przede wszystkim:

* osoby w wieku od 15 r.ż.
* mieszkańcy Regionów Węglowych Polski zgodnie z Polityką Energetyczną Polski do 2040 r., tj. Śląsk, Dolny Śląsk, Wielkopolska, Małopolska oraz województwa łódzkie i lubelskie.
* administracja samorządu terytorialnego szczebla lokalnego
* przedsiębiorcy energetyczni i operatorzy systemów dystrybucyjnych

**Kreatywna grupa docelowa Kampanii:**

* Ogół społeczeństwa.

Ścieżka do bazy badań świadomości ekologicznej Polaków przeprowadzonych na zlecenie Ministerstwa Klimatu i Środowiska (dawniej Ministerstwa Środowiska), w tym do jednotematycznych badań świadomości: „Zmiany klimatu” 2020 r.; „Adaptacja do zmian klimatu” 2018r.; „Zazielenianie przestrzeni lokalnej” 2020 r.; „Jakość powietrza” 2020 r.; oraz trackingowego „Badania świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski” 2020 r.: [www.gov.pl/web/klimat/badania-swiadomosci-ekologicznej](http://www.gov.pl/web/klimat/badania-swiadomosci-ekologicznej).

# OPRACOWANIE SZCZEGÓŁOWEJ KONCEPCJI KAMPANII

Szczegółowa koncepcja kampanii stanowi **Załącznik nr 2** do OPZ.

**Szczegółowy opis zadań Wykonawcy, w tym:**

* Działania z zakresu media relations
* Przygotowanie wkładu na stronę www zamawiającego
* Przygotowanie kreacji i publikacja artykułów sponsorowanych w prasie
* Produkcja telewizyjnych spotów reklamowych
* Produkcja radiowych spotów reklamowych
* Kampania internetowa
* Działania adresowane do jednostek samorządu terytorialnego
* Działania adresowane do przedsiębiorców energetycznych i operatorów systemów dystrybucyjnych
* Działania dodatkowe

**zostały opisane w Załączniku nr 3.**

# POZOSTAŁE POSTANOWIENIA ZWIĄZANE Z PRZEDMIOTEM ZAMÓWIENIA

Pozostałe postanowienia związane z przedmiotem zamówienia stanowią **Załącznik nr 4** do OPZ.

# TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Do 31 października 2022 r. (w tym kampania internetowa co najmniej 12 tygodni). Produkcja spotów telewizyjnych i radiowych odbędzie się w 2021 r. Emisja zostanie zrealizowana w ramach odrębnego postępowania

# ELEMENTY WYCENY

W ofercie Wykonawca powinien zawrzeć:

1. nazwę i adres Wykonawcy;
2. cenę zł (netto i brutto) w rozbiciu na wskazane w formularzu działania;
3. cenę zł (brutto) przeniesienia autorskich praw majątkowych w rozbiciu na wskazane w formularzu dzieła.

# FORMA SKŁADANIA WYCENY

Elektronicznie na adresy e-mail: [maria.gajewska@klimat.gov.pl](mailto:maria.gajewska@klimat.gov.pl) oraz [paulina.latoszek@klimat.gov.pl](mailto:paulina.latoszek@klimat.gov.pl).

Wzór formularza wyceny stanowi **Załącznik nr 5** do niniejszego szacowania wartości zamówienia.

# TERMIN SKŁADANIA WYCENY

Wyceny należy składać w terminie **do 19 maja 2021 r. do godz. 16:00**.

# INFORMACJE DODATKOWE

1. **Postępowanie**

Wykonawca poniesie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem wyceny.

1. **Oznaczenie finansowania**

Wszelkie materiały związane z realizacją zamówienia muszą być opatrzone informacją „Projekt sfinansowano ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej”, a utwory wizualne muszą zawierać logotypy Ministerstwa Klimatu i Środowiska oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej zgodnie z ich księgami znaku.

1. **Płatności**

Termin płatności: do 21 dni od dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT na podstawie podpisanego protokołu zdawczo-odbiorczego stwierdzającego należyte wykonanie umowy. Zamawiający przewiduje płatności cząstkowe, zgodnie z harmonogramem prac.

1. **Umowa**

W umowie z Wykonawcą znajdą się następujące zapisy:

*W razie niewykonania lub nienależytego wykonania umowy Zamawiający może odstąpić od umowy i/lub żądać zapłaty kary umownej. Niezależnie od powyższej kary umownej, w przypadku, gdy Zamawiający poniesie szkodę wskutek niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, może on dochodzić odszkodowania na zasadach ogólnych zawartych w przepisach Kodeksu cywilnego.*

# OSOBA UPOWAŻNIONA DO KONTAKTÓW

Maria Gajewska

e-mail: [maria.gajewska@klimat.gov.pl](mailto:maria.gajewska@klimat.gov.pl)

tel. (+48) 691 897 796

# ZAŁĄCZNIKI

**Załącznik nr 1 –** Tematyka kampanii

**Załącznik nr 2 –** Opracowanie szczegółowej koncepcji kampanii

**Załącznik nr 3** – Szczegółowy opis zadań Wykonawcy

**Załącznik nr 4 –** Pozostałe postanowienia związane z przedmiotem zamówienia

**Załącznik nr 5 –** Formularz wyceny szacunkowej wartości zamówienia