**Szacowanie wartości zamówienia** **polegającego na realizacji kampanii edukacyjnej z udziałem influencera, poświęconej polskim parkom narodowym**

Celem 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.

1. **ZAMAWIAJĄCY**

Ministerstwo Klimatu i Środowiska  
ul. Wawelska 52/54  
00-922 Warszawa

1. **Przedmiot zamówienia**

Zadanie jest realizowane w ramach projektu pn. „Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020. Umowa o dofinansowanie POIS.02.04.00-00-0001/15-08.Projekt ma zasięg ogólnopolski i dotyczy wszystkich 23 parków narodowych. Realizowany projekt ma za zadanie uświadomić opinii publicznej, że polskie parki narodowe stanowią sieć, spójną, ale zarazem różnorodną. Zaproponowane działania mają z jednej strony zwiększyć zainteresowanie opinii publicznej parkami i ich działalnością, a także zbudować akceptację dla tych działań. Z drugiej strony wzmocnić siłę i zwiększyć zasięg działań edukacyjnych i informacyjnych realizowanych przez poszczególne parki narodowe. Do tej pory działania promujące polskie parki narodowe prowadzone były jedynie przez poszczególne parki, bez jednolitej polityki informacyjnej. Obowiązek prowadzenia działań edukacyjnych przez parki narodowe wynika z art. 8b ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 roku o ochronie przyrody. Poszczególne parki realizują ten wymóg na swoich obszarach dostosowując ich specyfikę do własnych potrzeb.

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-promocyjnej poświęconej polskim parkom narodowym (dalej także: Parki, Park, PN, PPN) z wykorzystaniem marketingu zintegrowanego, w której udział weźmie Influencer (o krajowej rozpoznawalności), czyli osoba prowadząca własny kanał YouTube oraz profile na Facebooku  
i Instagramie o tematyce podróżniczej, krajoznawczej (o krajowym zasięgu).

Influencer odwiedzi wszystkie (23) parki narodowe i przygotuje materiały filmowe i fotograficzne  
z wyprawy do każdego Parku i spotkania z ich pracownikami. Materiały te zostaną wykorzystane do promocji w mediach społecznościowych. Będzie to relacja z perspektywy turysty, który nie jest ekspertem w tematyce przyrody i jej ochrony, dodatkowo będzie zawierać praktyczne porady oraz wytłumaczenie zasad i właściwych zachowań obowiązujących w parkach, zaprezentuje atrakcyjne krajobrazowo, kulturowo, przyrodniczo lub historycznie miejsca i szlaki. Wymowa powstałych materiałów powinna wspierać społeczną akceptację dla idei powoływania i istnienia parków narodowych w Polsce. Styl wypowiedzi i język będą zrozumiałe dla odbiorcy i mają za zadanie budzić w nim pozytywne emocje. Influencer będzie prezentował mniej znane, lecz nie mniej atrakcyjne szlaki i miejsca w Parkach. Zarówno wybór szlaków jak i poruszanych w trakcie wycieczek tematów będzie uzgadniany ze wskazanymi przez Zamawiającego przedstawicielami Parków. Każdy materiał przed publikacją w mediach społecznościowych musi uzyskać finalną akceptację Zamawiającego.

Efektem wizyty **w każdym parku narodowym** będzie stworzenie i udostępnienie co najmniej:

1. Jednego filmu o długości 15-20 minut udostępnionego na kanale YouTube Influencera
2. 3 postów na Instagramie
3. relacji w Stories na Instagramie
4. 3 postów na Facebooku

Minimalne zasięgi działań, do osiągniecia w ramach realizacji zamówienia:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Działanie | Zasięg dla materiałów z jednego parku (45 dni od publikacji filmu, lecz nie później niż do końca umowy) | Zasięg dla materiałów z 23 parków (na dzień 3 października 2022 r.) |
| film na YT \* | 30 000 | 690 000 |
| post (posty) na IG | 20 000 | 460 000 |
| całodzienna relacja na IGs | 10 000 | 230 000 |
| posty na FB | 10 000 | 230 000 |
| **Suma** | **70 000** | **1 610 000** |

**\* zasięg na YouTube należy rozumieć jako liczbę osób, która obejrzała film**

1. **Cel Zamawianej usługi**
2. Cel główny:

**Celem kampanii jest promowanie parków narodowych jako sieci obszarów istotnych dla ochrony dziedzictwa przyrodniczego, będących jednocześnie szczególną atrakcją turystyczną.**

1. Cele dodatkowe:
2. Promowanie właściwych zachowań na obszarach chronionych - turyści odwiedzający parki narodowe często nie przestrzegają zasad obowiązujących na tych obszarach, ponieważ nie rozumieją, dlaczego należy postępować tak, a nie inaczej. Informacje dot. obowiązujących zachowań w parkach narodowych można znaleźć na stronach www parków. Tematyka ta poruszana jest także w serii krótkich filmów, które zostały zrealizowane w ramach projektu, dostępnych pod adresem:   
   <https://www.youtube.com/playlist?list=PLrWAtxHx4r7oHZO40PNcq2Ub5avwdW_Fb>
3. Uświadomienie turystom, że w PN jest więcej do poznania niż tylko najbardziej znane szlaki i atrakcje. Wykaz proponowanych szlaków oraz tematów do omówienia stanowi załącznik nr 1 do Opisu Przedmiotu Zamówienia.
4. Budowanie społecznej akceptacji dla idei parków narodowych – pokazanie przykładów współdziałania PN z lokalnymi społecznościami - parki narodowe są często postrzegane jako przeszkoda w rozwoju przez lokalne społeczności. W konsekwencji prowadzi to do konfliktu pomiędzy lokalną społecznością, a pracownikami i kierownictwem parku, utrudniając tym samym działalność i rozwój parków.
5. Wzmocnienie postrzegania parków narodowych jako całości – powiązanej sieci obszarów, obejmującej 1% obszaru Polski, gdzie w modelowy sposób chroni się przyrodę.
6. Kluczowe komunikaty:
   * polskie parki narodowe to unikatowe dziedzictwo, które wymaga szczególnej troski  
     i ochrony;
   * parki narodowe to szczególna, warta odwiedzenia atrakcja turystyczna.;
   * odwiedzając parki narodowe musimy dostosowywać swoje zachowanie do obowiązujących na ich terenie zasad i ich przestrzegać.
7. **Grupa docelowa**

Młodzież i dorośli (głównie 16-55 lat), zainteresowani podróżami, przyrodą, poszukujący nowych celów wycieczek i podróży.

1. **Termin realizacji ZAMÓWIENIA**

Wykonawca zrealizuje Umowę najpóźniej do dnia **04.10.2022 r.**

1. **Zakres prac**
2. Produkcja filmów

Wykonawca przygotuje 23 filmy w formacie FullHD, 25 fps, długości 15-20 minut. Zadanie obejmuje kompleksową realizację materiałów filmowych i dźwiękowych, a w szczególności:

* + opracowanie koncepcji filmu o każdym parku narodowym w oparciu o trasy i tematy zaproponowane przez poszczególne Parki oraz we współpracy z pracownikami danego Parku
  + prace organizacyjne oraz prace reżyserskie na planie,
  + zebranie materiału filmowego i materiału dźwiękowego (w tym wywiadów z bohaterami i gośćmi poszczególnych odcinków; nagranie autentycznych ścieżek dźwiękowych (odgłosów otoczenia i przyrody),
  + dobór muzyki,
  + montaż obrazu i dźwięku,
  + opracowanie czołówek filmów,
  + kolorkorekcję materiału filmowego,
  + przygotowanie krótkich ok. 15-20 sekundowych ramówek promujących dany odcinek, które przed premierą zostaną opublikowane w mediach społecznościowych Inflencera i parków narodowych
  + umieszczenie grafiki, logotypów w filmach,
  + przesłanie gotowego filmu za pomocą usługi Wetransfer na wskazany adres mailowy. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu finalne wersje wszystkich filmów zapisanych na nośniku zewnętrznym (pendrive lub płyta/y DVD).,
  + przekazanie Zamawiającemu pisemnych zgód na udostępnianie wizerunku osób występujących w filmach

1. Publikacje w mediach społecznościowych

Opublikowanie w mediach społecznościowych na kanałach własnych Influencera/Wykonawcy informacji o każdym parku narodowym zawierających materiały video oraz fotograficzne, które będą zachęcać do obejrzenia filmu oraz odwiedzenia parku.

* + posty i relacje na Facebooku (zapowiedzi, relacji z wizyty i tworzenia materiału, posty przypominające cele kampanii i wybrane tematy z realizowanego filmu)
  + posty i relacja na Instagramie (zapowiedzi, relacji z wizyty i tworzenia materiału, posty przypominające cele kampanii i wybrane tematy z realizowanego filmu)

1. Inne obowiązki
   * przedstawienie do akceptacji Zamawiającego harmonogramu prac, który po zaakceptowaniu stanie się załącznikiem do Umowy,
   * uzyskanie akceptacji Zamawiającego (lub wskazanej przez niego osoby) materiałów przed publikacją w mediach,
   * dojazd do każdego parku narodowego i zakwaterowanie Wykonawca pokrywa we własnym zakresie
   * umieszczenie w materiałach informacji dotyczących realizacji materiału w ramach projektu „Promocja Parków Narodowych jako marki”,
   * aktywny kontakt z odbiorcami w trakcie prowadzenie kampanii, - m.in. odpisywanie na posty (w razie potrzeby po konsultacji z Zamawiającym), promowanie przedsięwzięcia na profilach w mediach społecznościowych Influencera),
   * raz w miesiącu przekazanie Zamawiającemu informacji o zasięgach osiągniętych przez poszczególne opublikowane materiały.
2. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY:**

Wykonawca ubiegający się o niniejsze zamówienie będzie musiał wykazać, że posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie tj. w okresie ostatnich trzech lat przed upływem składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, prowadził własny kanał YouTube oraz profile na Facebooku i Instagramie o tematyce podróżniczej, krajoznawczej, na których umieścił we wspomnianym okresie co najmniej 15 zrealizowanych przez siebie filmów / wpisów o zasięgu nie mniejszym niż 25 tys. odbiorców każdy. Ocena spełniania warunku dokonana zostanie metodą spełnia/nie spełnia na podstawie oświadczenia Wykonawcy oraz dokumentów złożonych we Wniosku (np. printscreeny lub linki do mediów społecznościowych Wykonawcy, potwierdzające osiągnięte zasięgi i publikację wpisów/filmów).

Wykonawca ubiegający się o niniejsze zamówienie będzie musiał wykazać, że jest w stanie zrealizować Przedmiot Zamówienia osobiście lub dysponuje osobami, które go zrealizują.

1. **SPOSÓB SKŁADANIA WYCENY:**

Wyceny należy składać za pośrednictwem poczty elektronicznej, na formularzu stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego szacowania, na adres e-mail: [renata.slupek@srodowisko.gov.pl](mailto:renata.slupek@srodowisko.gov.pl)

1. **TERMIN SKŁADANIA WYCENY:**

**do 21.07. 2021 r. do godz. 10.00**

1. **INFORMACJE DODATKOWE:**
   * + 1. Wykonawca poniesie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem wyceny.
       2. Ministerstwo Klimatu i Środowiska otrzymało certyfikat Zarządzania Środowiskowego, zgodny  
          z rozporządzeniem EMAS, w oparciu o Politykę Środowiskową, zatwierdzoną przez Ministra Środowiska. W związku z tym, zaleca się aby Wykonawca zapoznał się z treścią Polityki Środowiskowej dostępną na stronie MŚ (<https://www.gov.pl/web/srodowisko/emas-w-ministerstwie>).
       3. Kary umowne

a) W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez Wykonawcę Zamawiający będzie naliczał kary umowne.

b) Zamawiającemu przysługuje prawo potrącenia naliczonych kar umownych z wynagrodzenia należnego Wykonawcy.

* + - 1. Termin płatności

a) Wynagrodzenie będzie płatne po zrealizowaniu zadania, w terminie 30 dni od dnia przedłożenia przez Wykonawcę Zamawiającemu faktury, przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany na przedłożonej fakturze.

b) Warunkiem wystawienia faktury jest wykonanie umowy potwierdzone podpisaniem przez Strony protokołu zdawczo-odbiorczego stwierdzającego należyte wykonanie zadania.

c) Za dzień zapłaty wynagrodzenia uważa się dzień złożenia przez Zamawiającego dyspozycji przelewu na rachunek bankowy Wykonawcy

d) Istnieje możliwość wypłaty wynagrodzenia w maksymalnie trzech transzach, po zrealizowaniu ustalonych z Zamawiającym etapach zadania.