

**Ogłoszenie o wykonaniu umowy
Usługi**

**Opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”,
jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu**

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Nazwa zamawiającego: Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna im. Konstantego Prusa w Rybniku

1.3.) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 000840993

1.4) Adres zamawiającego

1.4.1.) Ulica: ul. ks. Józefa Szafranka 7

1.4.2.) Miejscowość: Rybnik

1.4.3.) Kod pocztowy: 44-200

1.4.4.) Województwo: śląskie

1.4.5.) Kraj: Polska

1.4.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL227 - Rybnicki

1.4.7.) Numer telefonu: 32 4223541

1.4.8.) Numer faksu: 32 4226755

1.4.9.) Adres poczty elektronicznej: administracja@biblioteka.rybnik.pl

1.4.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: <https://www.biblioteka.rybnik.pl/>

1.5.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - państwowe i samorządowe instytucje kultury

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-3e955461-933b-40e9-b1a3-d10743ca2761

2.2.) Numer ogłoszenia: 2026/BZP 00341164

2.3.) Wersja ogłoszenia: 01

2.4.) Data ogłoszenia: 2026-07-14

SEKCJA III – PODSTAWOWE INFORMACJE O POSTĘPOWANIU W WYNIKU KTÓREGO ZOSTAŁA ZAWARTA UMOWA

3.1.) Charakter zamówienia:

Zamówienie klasyczne - od 130 000 zł, ale o wartości mniejszej niż progi unijne

3.2.) Zamówienie było poprzedzone ogłoszeniem o zamówieniu albo ogłoszeniem o zamiarze zawarcia umowy w BZP lub Dz. Urz. UE: Tak

3.2.1.) Numer ogłoszenia w BZP lub Dz. Urz. UE: 2024/BZP 00527393

3.3.) Czy zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej:

Tak

3.4.) Nazwa projektu lub programu:

Zamówienie jest finansowane przez Unię Europejską w ramach Programu FE SL na lata 2021–2027 (Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji).

3.5.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną:

Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 1 ustawy

3.6.) Rodzaj zamówienia:

Usługi

3.7.) Nazwa zamówienia:

Opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”, jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu

3.8.) Krótki opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”, jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu.

1.1. Wykonawca powoła zespół do opracowania strategii kampanii, jej wdrożenia i wsparcia w jej prowadzeniu składający się z co najmniej grafika, programisty, specjalisty ds. mediów społecznościowych oraz copywritera. Pracami zespołu będzie kierować wyznaczony przez Wykonawcę koordynator.

1.2. Etap I: warsztaty strategiczne i opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej

1.2.1. W ramach wypracowywania strategii wymagane jest zorganizowanie przez Wykonawcę w miejscu wskazanym przez Zamawiającego warsztatów z realizatorami

1.2.2. Warsztaty zostaną przeprowadzone w łącznej liczbie 9 godzin warsztatowych (liczonych w godzinach zegarowych) w postaci 3 spotkań prowadzonych w dni robocze między godziną 8.00 a 15.00. Wykonawca przeprowadzi je według następującego harmonogramu:

a) spotkanie inicjujące – minimum 2 godziny (zapoznanie się z dokumentacją, rozmowa z uczestnikami),

b) warsztaty strategiczne – minimum 5 godzin z jedną 15-minutową przerwą,

c) spotkanie podsumowujące – 2 godziny (zamknięcie wątków, dopracowanie wizji i celu warsztatów, dodatkowe zapytania, usystematyzowanie wiedzy o projekcie).

1.2.3. Wykonawca opracuje listę z 3 propozycjami nazwy kampanii oraz claimu (głównego hasła przygotowanego na etapie brandingu, komunikującego charakter kampanii), a także 3 propozycje loga i Key visual (głównego przekazu wizualnego kampanii). Po zaakceptowaniu przez Zamawiającego propozycji nazwy i claimu, Wykonawca przystąpi do przygotowywania dokumentu strategicznego na podstawie informacji pozyskanych od uczestników warsztatów. Ustalenia w tej sprawie odbędą się drogą mailową.

1.2.4. Na podstawie zaakceptowanego loga kampanii Wykonawca wykona loga pozostałych elementów projektu: logo Urban Labu, logo Archiwum Rybniczank i Rybniczank, logo Centrum Edukacji Regionalnej.

1.2.5. Bezpośrednim efektem warsztatów będzie przygotowany przez Wykonawcę dokument, przedstawiający strategię przeprowadzenia kampanii informacyjno-edukacyjnej. Wypracowana podczas warsztatów strategia powinna:

a) być jasna, spójna i komunikatywna,

b) sprawić, by projekt był widoczny na rynku lokalnym,

c) być zrozumiała dla odbiorców,

d) być ciekawa dla odbiorców,

e) być przekonująca dla odbiorców.

1.3. Etap II: przygotowanie systemu identyfikacji wizualnej dla różnych elementów projektu

1.3.1. Na podstawie wniosków z przeprowadzonych warsztatów strategicznych Wykonawca musi przygotować system identyfikacji wizualnej kampanii – bazując na zaakceptowanym przez Zamawiającego logo i key visual kampanii, a także logotypów.

1.3.2. System identyfikacji wizualnej projektu uwzględniać będzie:

a) opracowanie Księgi Znak dla wszystkich zaakceptowanych projektów (logo projektu/kampanii, logo Urban Labu, logo Archiwum Rybniczank i Rybniczank, logo Centrum Edukacji Regionalnej). Księga znaku ma zostać przedstawiona w formie pliku .pdf.

b) opracowanie szablonów do formatów wypracowanych podczas warsztatów strategicznych:

1.3.3. Wszystkie przedstawione projekty muszą nawiązywać do SIW miasta Rybnik (<https://siw.rybnik.eu/>)

1.3.4. Zakup wszystkich niezbędnych grafik i fontów i przekazanie do nich majątkowych praw autorskich Zamawiającemu, leżą po stronie Wykonawcy.

1.4. Etap III: budowa strony internetowej Archiwum Rybniczank i Rybniczank

1.4.1. Strona internetowa Archiwum Rybniczank i Rybniczank ma być miejscem przechowywania świadectw pamięci o przeszłości mieszkańców i mieszkańek miasta zapisanych w formie dźwięku, wideo (podcastów i videopodcastów), tekstów, zdjęć, skanów dokumentów. Strona ma pokazywać różnorodność miasta złożonego z 27 dzielnic.

1.4.2. Strona internetowa Archiwum Rybniczank i Rybniczank będzie zawierać informacje o projekcie i prowadzącym go zespole, materiały dźwiękowe nagrane przez pracowników Zamawiającego, interaktywną mapę Rybnika, zestawienie materiałów prasowych o projekcie, a także dane kontaktowe pracowników Archiwum Rybniczank i Rybniczank wraz z formularzem kontaktowym. Szczegółowa koncepcja budowy strony zostanie wypracowana podczas warsztatów strategicznych.

1.4.3. Integralną częścią strony Archiwum Rybniczank i Rybniczank będzie interaktywna mapa Rybnika z podziałem na dzielnice, zawierająca dane kontaktowe do lokalnych archiwistów. Dane będą mogły być wprowadzane przez Zamawiającego za pośrednictwem systemu CMS.

1.4.4. Zakup niezbędnych grafik i fontów i przekazanie do nich praw autorskich Zamawiającemu leży po stronie Wykonawcy. Dostarczenie contentu merytorycznego strony www (teksty, fotografie, pliki dźwiękowe i wideo) leży po stronie Zamawiającego.

1.4.5. Strona internetowa Archiwum Rybniczank i Rybniczank ma zostać oznakowana z uwzględnieniem znaku Funduszy Europejskich oraz znaku Unii Europejskiej zgodnie z wytycznymi zawartymi w „Zasadach promocji i oznakowania projektów w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027”. Szczegółowe wytyczne dotyczące sposobu umieszczania znaków oraz ich wzory z właściwymi oznaczeniami są dostępne na stronie internetowej:

https://funduszeue.slaskie.pl/czytaj/zasady_promocji_oznakowania

1.5. Etap IV: prace wdrożeniowe kampanii

1.5.1. W ramach tego etapu Wykonawca będzie odpowiedzialny za wsparcie Zamawiającego w realizacji kampanii informacyjno-edukacyjnej, w tym do:

- a) przygotowania szczegółowego planu wdrożenia kampanii oraz wypracowania szczegółowych haseł promocyjnych do poszczególnych etapów kampanii wyznaczonych na podstawie dokumentu strategicznego,
- b) monitorowania sposobu komunikacji prowadzonej przez Zamawiającego oraz prowadzenia usług doradczych w tym zakresie (konsultacje: min. 3 godziny zegarowe, 1 raz na kwartał) w siedzibie Zamawiającego,
- c) wykonywania grafik do mediów i mediów społecznościowych oraz na nośniki zewnętrzne, Wykonawca w trakcie trwania kampanii dokona zakupu mediów i tekstów eksperckich potrzebnych do realizacji projektu:
- a) zakup i publikacja tekstów eksperckich dotyczących sprawiedliwej transformacji – minimum 5 tekstów napisanych przez ekspertów mających min. 5-letnie doświadczenie w tematyce transformacji energetycznej, publikowanych w mediach o zasięgu lokalnym,
- b) zakup czasu antenowego: minimum 4 kampanie po 27 20-sekundowych spotów publikowanych w regionalnej rozgłośni radiowej między godz. 9.00 a 20.00
- c) zakup kampanii reklamowych w mediach społecznościowych: minimum 2 kampanie na kwartał, realizowane w mediach społecznościowych, w sposób gwarantujący dotarcie do grupy docelowej,
- d) druk materiałów promocyjnych, takich jak plansze na miejskie systemy reklamy zewnętrznej typu citylight: minimum 4 zestawy reklam. Na jeden zestaw składają się 72 wydruki 120x180 na papierze kredowym min. 170, nadającym się do wystawienia na zewnątrz.

1.5.2. Plan wdrożenia kampanii zostanie przygotowany w formatach pdf i xls i zawierać będzie szczegółowy harmonogram emisji w podziale na poszczególne formaty reklamowe i media. Wykonawca opracuje dokładne, miesięczne plany działań reklamowych (mediaplany) wraz z rekomendacjami oraz podaniem wskaźników uzasadniających wybór danego medium odpowiedniego dla danego środka przekazu i grupy docelowej.

1.5.3. Wykonawca zaproponuje do akceptacji Zamawiającego dobór tytułów prasowych, anten telewizyjnych i mediów społecznościowych najlepiej dopasowanych do grupy docelowej i strategii realizacji kampanii. Zakup czasu antenowego i zamieszczenie informacji w tych mediach leży po stronie Wykonawcy.

1.5.4. Wybór poszczególnych mediów nastąpi na podstawie uzgodnień z Zamawiającym, a realizacja publikacji nastąpi każdorazowo w oparciu o mediaplany zaakceptowane przez Zamawiającego. Szczegółowy zakres zamówienia precyzuje SWZ z załącznikami.

3.9.) Główny kod CPV: 79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

3.10.) Dodatkowy kod CPV:

79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

72413000-8 - Usługi w zakresie projektowania stron WWW

92312210-6 - Usługi świadczone przez autorów

79341100-7 - Doradcze usługi reklamowe

79810000-5 - Usługi drukowania

SEKCJA IV – PODSTAWOWE INFORMACJE O ZAWARTEJ UMOWIE

4.1.) Data zawarcia umowy: 2024-11-18

4.2.) Okres realizacji zamówienia:
do 2026-06-30

4.3.) Dane wykonawcy, z którym zawarto umowę:

4.3.1.) Nazwa (firma) wykonawcy, któremu udzielono zamówienia (w przypadku wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia – dotyczy pełnomocnika, o którym mowa w art. 58 ust. 2 ustawy): APLAN MEDIA sp. z o.o.

4.3.2.) Krajowy Numer Identyfikacyjny: 7312045370

4.3.3.) Ulica: Wróblewskiego 18

4.3.4.) Miejscowość: Łódź

4.3.5.) Kod pocztowy: 93-578

4.3.6.) Województwo: łódzkie

4.3.7.) Kraj: Polska

4.4.) Wartość umowy: 128975,34 PLN

4.5.) Numer ogłoszenia o wyniku postępowania zamieszczonego w BZP lub numer ogłoszenia o udzieleniu zamówienia opublikowanego w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej: 2024/BZP 00612075/01

SEKCJA V PRZEBIEG REALIZACJI UMOWY

5.1.) Czy umowa została wykonana: Tak

5.2.) Termin wykonania umowy: 2026-06-30

5.3.) Czy umowę wykonano w pierwotnie określonym terminie: Tak

5.4.) Informacje o zmianach umowy

5.4.1.) Liczba zmian: 0

5.5.) Łączna wartość wynagrodzenia wypłacona z tytułu zrealizowanej umowy: 128975,34 PLN

5.6.) Czy umowa została wykonana należyście: Tak

5.7.) Podczas realizacji zamówienia zamawiający kontrolował przewidziane w zawartej umowie wymagania:

w zakresie zatrudnienia na podstawie stosunku pracy, w okolicznościach, o których mowa w art. 95 ustawy