

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Charakterystyka Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO)

- 1.1. Krajowy Plan Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO) powstał po to, by odbudować potencjał rozwojowy gospodarki, utracony w wyniku pandemii. Jego celem jest też wsparcie trwałej konkurencyjności, a w dłuższej perspektywie - wzrost poziomu życia społeczeństwa.
- 1.2. Centrum e-Zdrowia (CeZ) otrzymało dofinansowanie na realizację zadań w ramach KPO. Zrealizuje kluczowy projekt, który przyspieszy transformację cyfrową ochrony zdrowia w Polsce. Najważniejsze cele to: wsparcie pracowników ochrony zdrowia (m.in. narzędziami AI), rozwój systemu e-zdrowia (m.in. cyfryzacja dokumentów, centralne repozytorium) oraz korzyści dla pacjentów (m.in. wygodniejsze umawianie badań).

2. Przedmiot zamówienia

- 2.1. Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii OOH poprzez najem powierzchni reklamowej na nośnikach zewnętrznych, takich jak:
 - 2.1.1. billboardy o powierzchni reklamowej 12 m² (504 × 238 cm)
 - 2.1.2. billboardy o powierzchni reklamowej 18 m² (600 × 300 cm)
 - 2.1.3. citilighty o powierzchni reklamowej 120 x 180 cm
 - 2.1.4. nośniki DOOH opisane w ppkt. 2.2. OPZ.
- 2.2. Kampania na nośnikach DOOH obejmie najem powierzchni reklamowej na nośnikach zewnętrznych, takich jak:
 - 2.2.1. nośniki DOOH we wszystkich miastach wojewódzkich w Polsce z uwzględnieniem nośników zlokalizowanych w:
 - 2.2.1.1. komunikacji miejskiej: ekrany na przystankach, w pojazdach, w węzłach przesiadkowych, digital citylighty lub/i
 - 2.2.1.2. ciągach pieszych i galeriach handlowych.
 - 2.2.2. nośniki DOOH w pociągach dalekobieżnych.
- 2.3. Przedmiot zamówienia obejmuje:
 - 2.3.1. Dla nośników wymienionych w pkt. od 2.1.1. do 2.1.3. OPZ
 - 2.3.1.1. druk jednego projektu graficznego na każdy format w liczbie zgodnej z liczbą nośników
 - 2.3.1.2. opracowanie harmonogramu publikacji
 - 2.3.1.3. wynajem przestrzeni

- 2.3.1.4. montaż lub zlecenie montażu materiałów informacyjno-promocyjnych na nośnikach
- 2.3.1.5. monitoring jakości materiałów informacyjno-promocyjnych i warunków ich prezentacji zgodnie z OPZ oraz utrzymanie ich jakości
- 2.3.1.6. prezentację materiałów informacyjno-promocyjnych na wszystkich nośnikach przez co najmniej 3 tygodnie w czasie trwania umowy
- 2.3.1.7. demontaż lub zastąpienie materiałów informacyjno-promocyjnych i ich utylizacja.
- 2.3.2. Dla nośników wymienionych w pkt. 2.2.1. i 2.2.2. OPZ
 - 2.3.2.1. przeformatowanie i dostosowanie pliku wideo, przekazanego przez Zamawiającego, do odpowiednich formatów nośników digital. Zamawiający przekaze pliki edycyjne (tzw. collect) w formatach standardowych: UHD (3840 × 2160 px) 16:9 i 9:16 do jednego 10-15 sekundowego pliku wideo
 - 2.3.2.2. opracowanie harmonogramu publikacji wraz ze wskazaniem formatów DOOH w podziale na rodzaje nośników zgodnie z pkt. 2.2.1. i 2.2.2. OPZ
 - 2.3.2.3. wynajem przestrzeni/nośników
 - 2.3.2.4. publikacja lub zlecenie publikacji na nośnikach DOOH
 - 2.3.2.5. monitoring jakości materiałów informacyjno-promocyjnych i warunków ich prezentacji zgodnie z OPZ oraz utrzymanie ich jakości
 - 2.3.2.6. prezentację materiałów informacyjno-promocyjnych na wszystkich nośnikach DOOH przez co najmniej 2 tygodnie w czasie trwania umowy
 - 2.3.2.7. demontaż lub zastąpienie materiałów informacyjno-promocyjnych i ich utylizacja.
- 2.4. Kampania ma na celu zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat produktów e-zdrowia powstałych lub rozwijanych w ramach projektu e-Zdrowie KPO, dofinansowanego z Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO).
- 2.5. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy.
- 2.6. W przypadku powierzenia realizacji zamówienia podwykonawcy Wykonawca ponosi odpowiedzialność za działania i zaniechania podwykonawcy jak za własne.
- 2.7. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych, oddzielnie na:
 - 2.7.1. nośniki opisane w ppkt. 2.1., z uwzględnieniem, że oferta powinna zawierać co najmniej nośniki wymienione w ppkt. 2.1.1., 2.1.2., 2.1.3.
 - 2.7.2. nośniki opisane w ppkt. 2.2.1.
 - 2.7.3. nośniki opisane w ppkt. 2.2.2.
- 2.8. Wykonawca będzie na bieżąco konsultował z Zamawiającym kolejne etapy realizacji umowy. Zamawiający będzie miał możliwość zgłaszania uwag dotyczących sposobu wykonania umowy na każdym etapie jej realizacji, które Wykonawca będzie uwzględniał.
- 2.9. Wykonawca gwarantuje, że wszystkie usługi i dzieła powstałe w wyniku realizacji umowy są wolne od wad prawnych.
- 2.10. Wycena zamówienia powinna obejmować wszystkie koszty związane z jego realizacją.

3. Założenia kampanii

- 3.1. Kampania realizowana będzie przez prezentację materiałów informacyjno-promocyjnych na nośnikach wymienionych w pkt. od 2.1.1. do 2.1.3. OPZ oraz w pkt. 2.2.1. i 2.2.2. OPZ.
- 3.2. Czas trwania kampanii (prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych na nośnikach):
 - 3.2.1. Dla nośników wymienionych w pkt. od 2.1.1. do 2.1.3. OPZ prezentacja materiałów informacyjno-promocyjnych będzie trwała 3 tygodnie.
 - 3.2.2. Dla nośników wymienionych w pkt. 2.2.1. i 2.2.2. OPZ prezentacja materiałów informacyjno-promocyjnych będzie trwała 2 tygodnie.
- 3.3. Termin realizacji przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do nie później niż 15 czerwca 2026 r.
- 3.4. Zamawiający dopuszcza opcjonalnie możliwość przedłużenia czasu trwania umowy do 3 miesięcy, w przypadku przedłużenia terminu realizacji projektu e-Zdrowie KPO.
 - 3.4.1. W przypadku uruchomienia opcji przedłużenia czasu trwania umowy Zamawiający zastrzega prawo do zmiany terminów w harmonogramie emisji materiałów informacyjno-promocyjnych nie przekraczając maksymalnego czasu wymienionego w pkt. 3.2.1. i 3.2.2. OPZ.
- 3.5. Prezentacja materiałów informacyjno-promocyjnych obejmować będzie teren Polski, w tym:
 - 3.5.1. miasta powyżej 250 000 mieszkańców
 - 3.5.2. miasta od powyżej 100 000 do 250 000 mieszkańców,
 - 3.5.3. miasta od powyżej 25 000 do 100 000 mieszkańców,
 - 3.5.4. miasta od powyżej 15 000 do 25 000 mieszkańców z siedzibą władz powiatu
 - 3.5.5. rozlokowanie miast/lokalizacji musi obejmować 16 województw, obejmując:
 - 3.5.5.1. centralne węzły przesiadkowe
 - 3.5.5.2. główne ciągi komunikacyjne
 - 3.5.5.3. przystanki autobusowe, tramwajowe, stacje metra
 - 3.5.5.4. okolice centrów kulturowych, akademickich, biznesowych
 - 3.5.5.5. obszary o wysokim natężeniu ruchu pieszych.
- 3.6. Minimalny zasięg kampanii:
 - 3.6.1. ekspozycja ciągła przez cały okres trwania kampanii zgodnie z pkt. 3.2.
 - 3.6.2. częstotliwość wyświetleń materiałów na ekranach LCD co najmniej 4–6 emisji na godzinę.
- 3.7. Liczba i ulokowanie nośników:
 - 3.7.1. 400 ekranów nośników reklamowych typu billboard o wymiarach 12 m² (504 × 238 cm), z czego co najmniej 280 oświetlanych.
 - 3.7.2. 300 oświetlanych ekranów nośników reklamowych typu billboard o powierzchni reklamowej 18 m² (600 × 300 cm)
 - 3.7.3. 1500 nośników typu citilight o powierzchni reklamowej 120 x 180 cm
 - 3.7.4. 1300 nośników DOOH w miastach wojewódzkich w Polsce: ekrany na przystankach, w pojazdach, w węzłach przesiadkowych, digital citylighty, w ciągach pieszych i galeriach handlowych.
 - 3.7.5. 300 nośników DOOH w pociągach dalekobieżnych.

- 3.8. Wykonawca w ramach realizacji kampanii zobowiązany jest do:
- 3.8.1. opracowania harmonogramu prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych
 - 3.8.2. najmu nośników reklamowych,
 - 3.8.3. dla materiałów DOOH: dokonania reformatowania, dostosowania i opracowania produkcyjnego wyjściowych materiałów od Zamawiającego do docelowych formatów reklam,
 - 3.8.4. dla materiałów OOH: wydruku materiałów informacyjno-promocyjnych na podstawie projektu przekazanego przez Zamawiającego,
 - 3.8.5. transportu i wyklejenia materiałów informacyjno-promocyjnych i jego prezentacji na nośniku reklamowym,
 - 3.8.6. dla materiałów DOOH przekazania bezpiecznym kanałem cyfrowym i publikacji lub zlecenia do publikacji materiałów na nośnikach digital zgodnie z wymaganiami operatora,
 - 3.8.7. monitoringu prawidłowej prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych,
 - 3.8.8. konserwacji i utrzymania prezentowanych materiałów informacyjno-promocyjnych w stopniu gwarantującym nienaruszalność jego wyglądu;
 - 3.8.9. demontażu lub zastąpienia materiałów informacyjno-promocyjnych i ich utylizacji w terminie do 5 dni roboczych od dnia zakończenia ich prezentacji,
 - 3.8.10. przekazania Zamawiającemu, w ciągu 8 dni roboczych od zakończenia emisji kampanii, raportu z realizacji zamówienia, zawierającego:
 - 3.8.10.1. oświadczenie potwierdzające realizację emisji kampanii wraz z uwzględnieniem zmian w harmonogramie uzgodnionych z Zamawiającym;
 - 3.8.10.2. harmonogram zrealizowanego monitoringu prawidłowej prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych wraz z podsumowaniem zgłoszonych i zrealizowanych konserwacji;
 - 3.8.10.3. dowody emisji kampanii ze wszystkich nośników: dokumentację zdjęciową dla nośników wymienionych w pkt. od 2.1.1. do 2.1.3. OPZ oraz raporty poemisyjne zgodne z harmonogramem emisji dla nośników wymienionych w pkt. 2.2.1. i 2.2.2. OPZ.
 - 3.8.10.4. oświadczenie potwierdzające demontaż lub zastąpienie materiałów informacyjno-promocyjnych.
- 3.9. Prezentacja materiałów informacyjno-promocyjnych nastąpi zgodnie z harmonogramem zaakceptowanym przez Zamawiającego.
- 3.10. Wycena zamówienia powinna obejmować wszystkie koszty związane z jego realizacją.

- 3.11. Zamawiający wymaga, aby przygotowywanie harmonogramu oraz najem powierzchni reklamowych na zlecenie Zamawiającego następowało przez osobę, która posiada doświadczenie w przeprowadzeniu i koordynowaniu co najmniej 1 kampanii outdoorowej, o zasięgu ogólnopolskim na nośnikach reklamowych typu OOH i DOOH.

4. Specyfikacja techniczna dla druku materiałów informacyjno-promocyjnych przeznaczonego do prezentacji na nośniku reklamowym:

- 4.1. Minimalne wymagania Zamawiającego dla druku materiałów informacyjno-promocyjnych billboardy o powierzchni reklamowej 18 m² i 12 m²:
- 4.1.1. wysokiej jakości baner powlekany do podświetleń cechujący się dużą wytrzymałością i odpornością na czynniki zewnętrzne;
 - 4.1.2. papier blueback o gramaturze minimum 115 g/m² (dopuszczalna zmiana +/- 10% od wartości nominalnej);
 - 4.1.3. zadruk techniką: Solwent; Latex; UV;
 - 4.1.4. kolorystyka: CMYK 4+0.
- 4.2. Minimalne wymagania Zamawiającego dla druku materiałów informacyjno-promocyjnych – pozostałe formaty drukowane:
- 4.2.1. wysokiej jakości plakat do umieszczenia w podświetlanym nośniku reklamy zewnętrznej,
 - 4.2.2. papier backlit lub citylight paper o gramaturze min. 150 g/m² (dopuszczalna zmiana +/- 10% od wartości nominalnej)
 - 4.2.3. zadruk techniką: Solwent; Latex; UV;
 - 4.2.4. kolorystyka: CMYK 4+0.
- 4.3. Wykonana usługa druku musi być zgodna z normami jakości. Druki nie mogą posiadać usterek typu:
- 4.3.1. niedodruki;
 - 4.3.2. zaplamienia;
 - 4.3.3. zniekształcenia;
 - 4.3.4. nieuzasadnione pozostawienie niezadrukowanych miejsc;
 - 4.3.5. źle położony kolor;
 - 4.3.6. niewyraźny druk;
 - 4.3.7. cienie na druku;
 - 4.3.8. zagięcia.
- 4.4. Zamawiający uwzględnia możliwość zmian w zakresie specyfikacji druku, jeśli zmiana wynika z optymalizacji kosztowej lub z innej dostępnej technicznie metody druku, która zapewnia co najmniej jakość materiału wynikającego z opisanej specyfikacji.

5. Wytyczne dotyczące nośników typu OOH

- 5.1. Preferowane jest umiejscowienie nośników w okolicach stacji benzynowych, nie na obrzeżach miast, przy głównych ciągach komunikacyjnych w najbardziej uczęszczanych miejscach w miastach. Zamawiający dopuszcza, aby nośniki były zarówno wolnostojące, jak i umieszczone na budynkach i innych obiektach, w widocznym miejscu. Nośniki powinny być umieszczone w lokalizacji umożliwiającej osiągnięcie zakładanego zasięgu. Nośniki nie mogą

znajdować się w miejscach i przy drogach wyłączonych z ruchu oraz w miejscach, w których ich widoczność jest ograniczona, na przykład z powodu prac budowlanych, ukształtowania terenu, zabudowy. Prezentowane materiały informacyjno-promocyjne powinny być w pełni widoczne, tj. nie mogą być zasłonięte przez krzewy, drzewa oraz inne obiekty.

- 5.2. Nośniki muszą być estetyczne i nieuszkodzone tzn. bez widocznych śladów uszkodzeń, malowideł na ramie i podstawie nośnika.
- 5.3. Wykonawca zobowiązany jest do konserwacji i utrzymania prezentowanych materiałów informacyjno-promocyjnych w stopniu gwarantującym nienaruszalność jego wyglądu.
- 5.4. W przypadku, gdy w okresie prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych prezentowany materiał lub nośnik zewnętrzny, ulegnie uszkodzeniu, zniszczeniu lub w inny sposób stanie się nieużyteczny dla celów reklamowych, Wykonawca zobowiązuje się do wymiany lub usunięcia wady prezentowanego materiału informacyjno-promocyjnego lub naprawy nośnika zewnętrznego w ciągu 48 godzin, licząc od momentu stwierdzenia wady prezentowanego materiału informacyjno-promocyjnego lub usterki lub awarii nośnika zewnętrznego przez Wykonawcę lub przekazania informacji o tym fakcie przez Zamawiającego.
- 5.5. Wykonawca zobowiązany jest do dokonywania co najmniej raz w tygodniu monitoringu wszystkich nośników zewnętrznych w celu kontroli jakości prezentowanych materiałów informacyjno-promocyjnych i ewentualnego wykrycia wady prezentowanych materiałów informacyjno-promocyjnych lub usterki lub awarii nośnika zewnętrznego. Wykonawca będzie przedstawiał Zamawiającemu raport z przeprowadzonego monitoringu w terminie 24 godzin od momentu dokonania monitoringu wszystkich nośników zewnętrznych (raport będzie zawierał dokumentację fotograficzną).
- 5.6. W razie braku możliwości usunięcia usterki lub awarii nośnika zewnętrznego lub dostosowania go do warunków określonych w umowie (np. brak możliwości zmiany warunków otoczenia wpływających na ograniczenie jego widoczności), Wykonawca ma obowiązek niezwłocznego przedstawienia Zamawiającemu propozycji równorzędnego cenowo nośnika zastępczego spełniającego warunki określone w umowie. W przypadku braku możliwości przedstawienia Zamawiającemu propozycji takiego nośnika zastępczego, Wykonawca otrzyma tylko część wynagrodzenia proporcjonalnie do czasu efektywnej prezentacji materiału informacyjno-promocyjnego na dotychczasowym nośniku zewnętrznym.

6. Wytyczne dotyczące nośników typu DOOH

- 6.1. Rozdzielczość minimalna: Full HD (1920×1080 px) lub proporcjonalna do wymiarów ekranu; dopuszczalne formaty pionowe (1080×1920 px)
- 6.2. Jasność ekranu:
 - 6.2.1.min. 2000 nit w przestrzeni zewnętrznej (outdoor),
 - 6.2.2.min. 300 nit w przestrzeni wewnętrznej (pojazdy, węzły)
- 6.3. Typ ekranu: LED, LCD lub ekrany IPS o wysokiej odporności na odbłaski
- 6.4. Praca w godzinach co najmniej 6:00-0:00 lub zgodnie z godzinami działania infrastruktury (np. metro).

7. Tryb współpracy

- 7.1. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu na wskazany adres e-mail do akceptacji harmonogram, w terminie do 2 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Harmonogram musi zawierać:
 - 7.1.1.termin realizacji materiałów informacyjno-promocyjnych zgodny z terminem planowanej prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych,
 - 7.1.2.numer nośnika,
 - 7.1.3.dokładny adres umieszczenia każdego nośnika,
 - 7.1.4.szczegóły dotyczące nośnika (w tym rodzaj stosowanego oświetlenia, wysokość umieszczenia ekranu billboardu nad gruntem, rodzaj i wymiary nośnika DOOH dla materiału digital),
 - 7.1.5.dobowa widownia nośnika,
 - 7.1.6.numer projektu graficznego.
- 7.2. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od otrzymania harmonogramu zaakceptuje harmonogram wyboru lokalizacji nośników reklamowych, na których prezentowane będą materiały informacyjno-promocyjne, na wskazany przez Wykonawcę adres e-mail. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zgłaszania uwag lub poprawek do harmonogramu, natomiast Wykonawca jest zobowiązany do ich uwzględnienia w terminie 24 godzin od momentu przekazania uwag lub poprawek i przedstawienia do akceptacji Zamawiającego ostatecznej wersji harmonogramu.
- 7.3. Po zaakceptowaniu przez Zamawiającego harmonogramu Wykonawca dokona najmu powierzchni reklamowej i prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych, zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem.
- 7.4. Wykonawca wydrukuje materiały informacyjno-promocyjne zgodnie z formatami wymienionymi w OPZ.
- 7.5. Wykonawca powiadomi Zamawiającego za pośrednictwem poczty elektronicznej o zakończeniu instalacji prezentowanych materiałów informacyjno-promocyjnych na nośnikach zewnętrznych w terminie 6 godzin od momentu jego instalacji na ostatnim nośniku zewnętrznym.
 - 7.5.1.Koncepcja graficzna kampanii oraz pliki niezbędne do druku materiałów informacyjno-promocyjnych będą przygotowywane przez Zamawiającego. Zamawiający przekaże Wykonawcy projekty materiałów graficznych (pliki do druku oraz pliki edycyjne wideo do przeformatowania na nośniki digital) w ciągu 2 dni roboczych od podpisania umowy, na wskazany przez Wykonawcę adres e-mail.
 - 7.5.2.Wykonawca przeformatuje i dostosuje plik wideo, przekazany przez Zamawiającego, do odpowiednich formatów finalnych nośników w terminie do 5 dni roboczych od dnia akceptacji przez Zamawiającego harmonogramu wraz ze wskazaniem formatów DOOH w podziale na rodzaje nośników.
 - 7.5.3.Wykonawca przekaże pliki do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zaakceptuje pliki w terminie do 2 dni roboczych.

- 7.5.4. W przypadku braku akceptacji przez Zamawiającego, Wykonawca dokona poprawy plików we wskazanym zakresie w terminie do 2 dni roboczych i przekaże do ponownej akceptacji Zamawiającego.
- 7.6. Materiał informacyjno-promocyjny (pliki cyfrowe zawierające treść działania informacyjno-promocyjnego) stanowi własność Zamawiającego i nie jest dopuszczalne dokonywanie w nim żadnych zmian z wyłączeniem zmian polegających wyłącznie na prawidłowym i zgodnym z umową dostosowaniu go do prezentacji na nośnikach zewnętrznych typu OOH i DOOH.