***Část 2 ZADÁVACÍ DOKUMENTACE***

***»SPECIFIKACE ZAKÁZKY«***

# Předmět zakázky:

Předmětem zakázky je realizace mediální kampaně. Strategie této mediální a komunikační kampaně byla zpracována pracovníky VUT v Brně. Vybraný uchazeč této zakázky bude zajišťovat realizaci jednotlivých částí této strategie.

V rámci projektu Popularizace výsledků VaV VUT v Brně a podpora systematické práce se studenty se v průběhu let 2013- 2014 uskuteční několik akcí typu - den otevření dveří, „Den chemie“ apod. Chceme se také účastnit několika veletrhů (Gaudeamus Brno, Praha, Mezinárodní strojírenský veletrh). Přesný scénář akcí je v přípravě. Cílem kampaně je informovat vybrané cílové skupiny, tak i širokou veřejnost o chystaných akcích či informovat o výsledcích výzkumu a vývoje, k jejichž propagaci budou některé akce určeny. Jedním z cílů je přesvědčit cílové skupiny, aby navštívili či se zapojily do námi připravovaných akcí.

Cílové skupiny, které mají být aktivitami zasaženy, jsou především:

- žáci a studenti základních a středních škol

- studenti VŠ

- široká veřejnost

Pro jednotlivé akce je naplánována komunikační strategie, jak oslovit cílovou skupinu těchto akcí.

Komunikační strategie zahrnuje především využití několika komunikačních prostředků, které jsou součástí předmětu této veřejné zakázky.

**Termín plnění zakázky:**  květen 2013 – duben 2014

**Mediální kampaň**

VUT v Brně plánuje v letech 2013 až 2014 uskutečnit několik akcí, které budou mít dopad zejména na studenty ZŠ, SŠ, VŠ a širokou i odbornou veřejnost.

Pro zviditelnění a podporu plánovaných aktivit požadujeme zajištění těchto produktů:

1. plakátovací kampaň
2. letáky
3. propagace v MHD
4. pronájem CLV (citylighty)
5. inzerce v médiích – v tisku a na internetu (bannery)
6. propagace v rozhlase - rozhlasové spoty

Dále v rámci této části zakázky požadujeme:

1. Tvorbu maket
2. zajištění služeb moderátora
3. 200 hod grafických prací

Kreativní řešení mediální kampaně

Zadavatel požaduje, aby v nabídce byly zahrnuty i náklady na zpracování a výrobu všech vizuálů (plakátů, letáků, inzerátů, bannerů, maket, atd.) a také kreativní řešení rozhlasového spotu. Součástí nabídky bude tedy kreativní zpracování výše uvedeného. Podmínkou je, aby veškeré návrhy byly v souladu s pravidly OP VK a povinnou publicitou a také s logomanuálem projektu.

Zadavatel je oprávněn navrhovat v kampani případné změny, které je uchazeč po vzájemné dohodě a v souladu s možnostmi, povinen zrealizovat. Jakákoli změna kampaně však nesmí mít vliv na cenu kampaně dle nabídky vybraného uchazeče, která je považována za cenu konečnou.

### Výlep plakátů na výlepových plochách – plakátovací kampaň

**Plakátovací kampaň zahrnuje:**

* kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
* vyhotovení plakátů (tisk)
* zajištění uveřejnění – pronájem ploch k výlepu
* fotodokumentace kampaní

Plakátovacích kampaní proběhne celkem 9 (tedy 9 variant návrhů plakátů).

**Specifikace – 1 plakátovací kampaň** (ostatní budou probíhat ve stejném režimu):

* informace pro tisk 1 varianty: náklad 150 ks, velikost A1, papír cca 200 g/m2, křída mat, barevnost 4/0;
* zadavatel dodá obsah sdělení, uchazeč vytvoří kreativní grafický návrh
* každý návrh plakátu musí být před uveřejněním odsouhlasen zadavatelem
* uveřejnění (výlep) – na výlepových plochách v Brně:
  + doba uveřejnění 14 dnů (před konáním akce)
  + počet ploch 200
  + 50 ploch bude v blízkosti nejfrekventovanějších míst v Brně – jako je Hlavní nádraží, ul. Nádražní, Nové sady, v blízkosti nákupního centra Vaňkovka, Stará osada, ul. Česká, Moravské náměstí, Konečného náměstí, Mendlovo náměstí, Malinovského náměstí
  + 100 ploch bude rozmístěno v rušnějších místech Brna

Uchazeč ve své nabídce předloží **Seznam výlepových ploch**, které budou/můžou být v rámci plnění zakázky využity (*Uchazeč využije předložený vzor*).

### Letáky

**Tato část zahrnuje:**

* kreativní návrh letáku (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
* vyhotovení letáků (tisk)
* zajištění distribuce letáků

V průběhu období budou letáky zhotoveny celkem 5x (5 kampaní).

**Specifikace letáky – 1 kampaň** (ostatní budou probíhat ve stejném režimu):

* informace pro tisk 1 kampaně: náklad 300 ks, velikost A2, papír 150 g/m2, křída mat, barevnost 4/4
* distribuce – 2 ks letáků, na 150 vybraných ZŠ, SŠ, VŠ

### Propagace v MHD

* **Propagace uvnitř MHD**

**Tato část zahrnuje:**

* kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
* vyhotovení plakátů (tisk)
* pronájem ploch k uveřejnění v tramvajích a trolejbusech MHD Brno
* fotodokumentace kampaní

Kampaň uvnitř v tramvajích a trolejbusech MHD Brna proběhne celkem 8x.

**Specifikace – 1 kampaň v MHD**

* informace pro tisk 1 kampaně: náklad 150 ks, velikost A3, papír min. 120 g/m2, křída mat, barevnost 4/4
* pronájem ploch 150 míst v tramvajích a trolejbusech MHD Brno
* doba pronájmu ploch 1 měsíc

Jednotlivé linky hromadné dopravy pro kampaň v MHD na základě dohody s uchazečem vybere zadavatel.

* **Propagace na MHD – Tramboard**

**Tato část zahrnuje:**

* Kreativní návrh „reklamy“ na folii, která bude nalepená na tramvaji (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
* Potisk nebo zajištění potisku fólie (rozměr je cca 600 x 250 cm)
* Pronájem plochy na1 tramvaji MHD Brno (číslo linky dle výběru objednatele) a instalace fólie
* fotodokumentace kampaní

Kampaň na MHD proběhne celkem 2x.

**Specifikace – 1 tramboard kampaň**

* Doba pronájmu plochy na tramvaji – 1 měsíc
* Tramvajovou linku MHD Brno vybere zadavatel

### Pronájem CLV (Citylighty)

Citylight je samostatně stojící prosvětlený poutač. Jde o velmi atraktivní reklamní nosič, který je viditelný 24 hodin denně.

Navržená reklamní plocha musí být vždy:

* situována v místě vysoké koncentrace osob nebo vozidel (nádraží, Stará osada, Mendlovo náměstí apod.);
* dobře viditelná během dne i v noci (nasvícení nebo vlastní osvětlení);
* bez překážek bránících v přímém pohledu (stromy, stavby apod.).

**Tato část zahrnuje:**

* kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
* vyhotovení plakátů (tisk)
* pronájem CLV
* fotodokumentace kampaní

Kampaň CLV proběhne celkem 8x a to v průběhu doby plnění zakázky.

**Specifikace – 1 CLV kampaně**

* informace pro tisk 1 kampaně: rozměr plakátu cca 1,185 x 1,75 m, (viditelný rozměr 1,13 x 1,75 m), materiál – 150 g CLV papír, formát EPS/PDF, modus CMYK, rozlišení 300 DPI, fonty převedené do křivek, rozměr 1:6 (0,237 x 0,350 m), 2 mm spadávka z každé strany
* pronájem 10 ploch CLV a to na tramvajových zastávkách MHD (1x Česká, 1x Mendlovo náměstí, 2x Hlavní nádraží), na hlavním nádraží (uvnitř) 1x, v nákupních centrech (1x Vaňkovka, 2x Olympie), na Náměstí Svobody 2x.
* doba pronájmu 1 měsíc (jednotlivé měsíce pro uskutečnění kampaní vybere Zadavatel).

### Inzerce v médiích

Inzerce v médiích bude rozdělena do dvou částí. Inzerce v tištěných médiích a inzerce na internetu. Uchazeč předloží nabídku efektivní bannerové kampaně na internetovém zpravodajském portálu, který bude garantovat minimální požadovaný počet zobrazení reklamy. Celkem se jedná o 5x bannerovou reklamu realizovanou vždy v sedmi po sobě jdoucích dnech.

**Kampaň na internetu zahrnuje:**

* Kreativní návrh banneru a jeho výrobu do vybraných ploch (grafické práce, zpracování textových částí – zadavatel dodá ústřední motiv a obsah sdělení)
* Kreativní návrh komerčního sdělení – zpracování textové části a ikony (po domluvě se zadavatelem)
* Pronájem inzertní plochy vybraného serveru na internetu
* Kampaň na internetu proběhne celkem 5x - bannerová reklama (5 různých variant) po 7 dní

**Specifikace 1 kampaně:**

* Typ banneru (dle kreativního návrhu) – GIF banner nebo flash banner
* Velikost banneru – leaderboard (rozměry min. 728x90 px) nebo skyscraper (120x600 px)
* Banner může obsahovat animace
* Umístění banneru musí být vždy na viditelném místě v horní ½ webové stránky (ne ve spodní části)

**Webový server:**

* zaměření vybraného webu:
  1. zpravodajství – nejdůležitější; 2 bannerové reklamy budou uveřejněny na stránkách zpravodajských portálů

- minimální týdenní návštěvnost 400 000 reálných uživatelů

- minimální garantovaný počet zobrazení reklamy 600 000x za 1 týden

* 1. rubriky ekonomika, finance, právo, věda, sport, rubriky zaměřené na ženy a muže, společenské rubriky, bydlení – 3 bannerové reklamy budou uveřejněny v těchto tematických rubrikách

- minimální týdenní návštěvnost 200 000 reálných uživatelů

- minimální garantovaný počet zobrazení reklamy 400 000x za 1 týden

*Pro stanovení hodnot minimální týdenní návštěvnost zadavatel vycházel z veřejné zprávy Výzkumu návštěvnosti internetu v České Republice, kterou vydává Sdružení pro internetovou reklamu.*

**Kampaň v tištěných médiích zahrnuje:**

* + Kreativní návrh inzerátu (grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
  + Pronájem inzertní plochy pro inzerát v tištěném médiu

**Množství kampaní:**

* 1x inzerát v deníku s celostátní působností (např. MF Dnes)
* 5x inzerát v deníku s regionální působností (např. MF Dnes – regionální příloha)

*Pozn: Uvedený název celostátního deníku MF Dnes – je pouze příkladem pro lepší specifikaci požadavků.*

**Specifikace 1 kampaně – 1 inzerát:**

* inzerát - deník s celostátní působností, rozsah 1/8 strany
* inzerát – deník s regionální působností, rozsah min. velikosti 137x202 mm
* plnobarevné provedení (CMYK)
* požadavky na deník s celostátní působností – musí dosahovat čtenosti na vydání min. 600 tis. čtenářů
* požadavky na deník s regionální působností – musí dosahovat čtenosti na vydání min. 60 tis. Čtenářů

*Při stanovení limitů čtenosti na vydání jsme vycházeli ze výsledků zprávy Media projektu pro 2. a 3. kvartál 2012, která je zpracována společnostmi GfK Czech – Median.*

### Rozhlasové spoty

**Tato část zahrnuje**

* Výrobu spotu (příprava scénáře/textového návrhu, korektury, výrobu nahrávky vč. mluveného slova, hudebního podkresu, případně použitých zvuků)
* Počet spotů – 6 (pro různé akce)
* Zajištěn odvysílání - *regionální vysílání – 5 spotů* (možnost výběru cílení kampaně dle kraje), *celostátní vysílání – 1 spot*

**Specifikace 1 spotu**

* Délka spotu 30 s
* Délka vysílání – 1 týden
* Vysílací čas – rozmezí – 6:00 – 20:00 hod
* Počet opakování vysílání – regionální 40x/1 týden, celostátní 30x/1 týden
* cílová skupina – bude specifikována zadavatelem před samotnou tvorbou spotu dle jeho obsahu

**Specifikace rozhlasové stanice:**

**- regionální vysílání:**

* rozhlasové stanice musí mít pokrytí krajů – jihomoravský, olomoucký, zlínský, moravskoslezský, vysočina
* týdenní poslechovost min. cca 160 tis. posluchačů

**- celostátní (celoplošné) vysílání:**

* rozhlasová stanice s cílovou skupinou - ekonomicky aktivní lidé ve věku 18 – 54 let
* týdenní poslechovost min. cca 1600 tis. posluchačů,

Uchazeč v nabídce předloží seznam rozhlasových stanic, které je možné využít pro odvysílání spotu. Vybrané rozhlasové stanice musí v souhrnu pokrývat uvedené kraje. Zadavatel pak bude domlouvat s uchazečem vybranou rozhlasovou stanici dle zacílení akce.

*Při stanovení hranic pro týdenní poslechovost rádií jsme vycházeli z výsledků průzkumu Radio Projekt, agentury STEM/MARK a Median pro 2. a 3. kvartál 2012.*

### Tvorba maket

Makety různých profesí. Zadavatel chce pro využití na akcích mít k dispozici „makety“, které budou představovat pracovníky ve VaV.

Bude se jednat o zpracování maket vědců, stavařů, chemiků v životní velikosti. Každá maketa bude mít vyříznutý otvor v oblasti obličeje. Účastníci plánovaných akcí v rámci projektu, tak budou mít možnost se vyfotit prostřednictvím makety jako – vědec, stavař, chemik atd. Uchazeč zpracuje grafický návrh makety dle zadání zadavatele.

Technické požadavky - makety:

* musí být volně a však pevně stojící, tak aby je nebylo snadné převrhnout,
* musí být snadno přenosné pro využití na více akcích,
* materiál - vyrobené z desek kapa, s vyříznutým obličejem,
* potisk na maketách bude plnobarevný ve vysoké kvalitě
* rozměry – budou v životní velikosti

Počet maket:

6x volně stojící osoby

4x skupinová maketa 3-5 osob.

### Zajištění služeb moderátora

Požadujeme zajištění moderátora na dvě jednodenní akce. Moderátor musí mít zkušenosti:

* 5 let s moderováním
* 3 roky praxe v rádiu

### 200 hod grafických prací

Grafickými pracemi je myšleno dodání dalších 200 hod grafických prací pro zpracování pozvánek, roll-upů, cedulí apod. Jedná se o kreativní zpracování požadovaných objektů včetně konzultace. Grafické zpracování bude vždy odvozeno od představy zadavatele, kterou budou pracovníci zadavatele společně s grafickým pracovníkem uchazeče konzultovat. Grafický pracovník uchazeče bude respektovat návrhy a požadavky zadavatele.

Tato část bude hrazena z projektu: Centrum výzkumu a využití obnovitelných zdrojů energie

# Obecné zásady pro plnění předmětu zakázky

* Uchazeč se musí postarat o zajištění hladkého průběhu plnění dílčích částí zakázky. Dohlédneme na dodržování termínů, kvalitu materiálů a zpracování, správného rozeslání podkladů, distribuce na všechna místa.
* Zadavatel se zavazuje k včasné spolupráci při přípravě podkladů pro jednotlivé aktivity, dodání obsahových částí, včasnému se vyjadřování a připomínkování k návrhům.
* Tisk propagačních letáků, plakátů – v případě, že v rámci jedné části (např. tisk plakátů pro uveřejnění v CLV) bude nutné zajistit tisk ve větším rozsahu, než je ze strany zadavatele požadováno, bude to hrazeno uchazečem. Tyto případy musí uchazeč zahrnout do nabídkové ceny.
* Při zpracování kreativních návrhů (např. letáků, plakátů atd.) může zadavatel požadovat vytvoření návrhu také z různých fotografií, obrázků. V případě, že zadavatel není schopen tematickou fotografii, obrázek dodat, bude jejich zajištění na straně uchazeče. Uchazeč tedy zajistí dodání fotografií, obrázku z jeho vlastní „fotobanky“ či využije služby jiných dostupných „fotobank“. Využití fotografií, obrázku musí být zohledněno v nabídkové ceně.
* Harmonogram plnění zakázky – bude sestaven na základě dohody zadavatele a uchazeče po podpisu smlouvy. Uchazeč se bude snažit zajistit realizace dílčích plnění zakázky, tak aby proběhly k termínům připravovaných akcí.
* Při zpracování kreativních a grafických návrhů bude uchazeč dodržovat povinné prvky publicity požadované v OP VK, v OP VaVpI.