



Rozeznanie cenowe na przygotowanie koncepcji kreatywnej oraz kompleksową realizację kampanii informacyjno-społecznej outdoorowej dotyczącej upowszechnienia efektów zrealizowanych zadań przez Agencję Badań Medycznych (ABM) z zakresu, m.in. promocji badań klinicznych, skierowanej do pacjentów i lekarzy.

W związku z planowanym przez Agencję Badań Medycznych wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia publicznego polegającego na przygotowaniu koncepcji kreatywnej oraz kompleksowej realizacji kampanii informacyjno-społecznej outdoorowej dotyczącej upowszechnienia efektów zrealizowanych zadań przez Agencję Badań Medycznych (ABM) z zakresu, m.in. promocji badań klinicznych, skierowanej do pacjentów i lekarzy, zapraszamy Państwa do składania propozycji cen za wykonanie wskazanego przedmiotu zamówienia w ramach procedury szacowania wartości zamówienia.

W związku z powyższym, zwracamy się do Państwa, z uprzejmą prośbą o przesyłanie kalkulacji cenowych w odniesieniu do wymagań zawartych w przedstawionym poniżej Opisie Przedmiotu Zamówienia oraz Formularzu wartości szacunkowej. Niezbędne informacje należy przesłać na załączonym formularzu wartości szacunkowej do dnia 2.08.2023 r. do godz. 12.00 na adres email: veronika.kolczynska@abm.gov.pl

Przedmiotowe zapytanie ma charakter szacowania wartości, nie zostanie zakończone wyborem oferty oraz nie stanowi zaproszenia do składania ofert w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego. Tym samym nie zobowiązuje Zamawiającego do zawarcia umowy, czy też udzielenia zamówienia i nie stanowi części procedury udzielania zamówienia publicznego realizowanego na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych. W sytuacji, gdy Agencja Badań Medycznych przystąpi do realizacji procedury udzielenia zamówienia publicznego, skutkować będzie to zaproszeniem Państwa do złożenia oferty na realizację usługi.

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

na przygotowanie koncepcji kreatywnej oraz kompleksową realizację kampanii informacyjno-społecznej outdoorowej dotyczącej upowszechnienia efektów zrealizowanych zadań przez Agencję Badań Medycznych (ABM) z zakresu, m.in. promocji badań klinicznych, skierowanej do pacjentów i lekarzy.

1. Przedmiot zamówienia:

Realizacja przedmiotu zamówienia będzie polegała na opracowaniu koncepcji kreatywnej oraz kompleksowej realizacji kampanii informacyjno-społecznej outdoorowej dotyczącej upowszechnienia efektów zrealizowanych zadań przez Agencję Badań Medycznych (ABM) z zakresu, m.in. promocji badań klinicznych, skierowanej do pacjentów i lekarzy.

2. Cel zamówienia:

Cel komunikacyjny – Wzrost świadomości społecznej na temat działalności Agencji Badań Medycznych (ABM), podjętych inicjatyw, efektów zrealizowanych zadań, m.in. z zakresu, m.in. promocji badań klinicznych

2.1.1. Cele szczegółowe:

- 2.1.1.1.** Wzmocnienie rozpoznawalności ABM, przedstawienie ABM jako podmiotu odpowiedzialnego za rozwój badań klinicznych w Polsce, zaangażowanego w budowę innowacyjnego systemu ochrony zdrowia, który przyniesie wymierne korzyści dla pacjentów.
- 2.1.1.2.** Zwiększenie świadomości pacjentów dotyczącej badań klinicznych prowadzonych w Polsce, przedstawienie badań klinicznych jako alternatywnej możliwości leczenia.
- 2.1.1.3.** Zainteresowanie grupy docelowej badaniami klinicznymi, promocja innowacyjności w dziedzinie zdrowia, badań i rozwoju w obszarze biotechnologii.
- 2.1.1.4.** Dostarczenie w przystępny sposób wiedzy na temat możliwości związanych z udziałem w badaniach klinicznych, bezpieczeństwa pacjenta w badaniach klinicznych oraz jego praw.
- 2.1.1.5.** Zmiana negatywnego postrzegania badań klinicznych, konfrontacja z najpopularniejszymi stereotypami i wątpliwościami pojawiającymi się w kontekście udziału w badaniach klinicznych.

3. Termin realizacji:

Czas kampanii: wrzesień-październik 2023 r. Czas ekspozycji reklam nie powinien być krótszy niż 30 dni.

4. Grupa docelowa:

Osoby 30+ (osoby powyżej 30 roku życia należą do grupy podwyższonego ryzyka zachorowania) oraz wszyscy interesariusze rynku zdrowia, w tym w szczególności obecni pacjenci i lekarze oraz potencjalni beneficjenci Konkursu.

5. Zasięg:

Kampania powinna mieć zasięg ogólnopolski oraz gwarantować dotarcie do grupy docelowej.

6. Zadania do wykonania przez Wykonawcę:

6.1. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania koncepcji kreatywnej kampanii.

Kompleksowa koncepcja kreatywna kampanii z uwzględnieniem materiałów informacyjnych oraz merytorycznych otrzymanych od Zamawiającego powinna zawierać:

6.1.1. Ogólny opis koncepcji kreatywnej.

6.1.2. Wizualizację graficzną kampanii (Key Visual), w tym określenie kolorystyki, czcionek, elementów identyfikacji wraz z przykładowymi projektami, makietami oraz nośnikami.

6.1.3. Propozycję komunikatów używanych w kampanii, głównego claimu oraz hasła przewodniego, które muszą być jasne i zrozumiałe dla grupy docelowej.

6.1.4. Przygotowanie 6 różnych projektów graficznych nawiązujących stylistycznie do Key Visual.

- 6.2.** Wynajem 250 billboardów o wymiarach co najmniej 12 m² (504 x 238 cm) na terenie Polski, w zaproponowanych przez Zamawiającego terminach i miejscowościach o liczbie ludności powyżej 300 tys. Lokalizacje billboardów powinny znajdować się przy ruchliwych ciągach komunikacyjnych pieszych i samochodowych, nieprzesłoniętych innymi budynkami, drzewami, ogrodzeniami, rusztowaniami itp. Wykonawca powinien uwzględnić główne arterie komunikacyjne w danych miastach, drogi wlotowe i wylotowe w kierunku innych miast.
- 6.3.** Zamawiający wymaga, aby billboardy znajdowały się: min. 50 szt. na terenie miasta Warszawa, pozostałe billboardy powinny znajdować się w miastach o liczbie ludności powyżej 300 tys.
- 6.4.** Zamawiający oczekuje, że billboardy zostaną rozmieszczone proporcjonalnie w danym mieście – tak, aby osiągnąć największy możliwy zasięg.
- 6.5.** Co najmniej 65% nośników w jednej odśłonie powinno być oświetlonych - oświetlenie typu frontlight. Zamawiający dopuszcza, aby billboardy były zarówno wolnostojące, jak i na budynkach i innych obiektach w widocznych miejscach.
- 6.6.** Wykonawca będzie odpowiedzialny za umieszczenie minimum 30 banerów wielkoformatowych (min. 45 m²) w pięciu miastach wojewódzkich o liczbie ludności powyżej 500 tys. Banery muszą być umieszczone na nośnikach trwale związanych z podłożem. Dokładna propozycja lokalizacji musi być przedstawiona Zamawiającemu i przez niego zaakceptowana.
- 6.7.** Wykonawca będzie odpowiedzialny za umieszczenie minimum 300 banerów w przestrzeni publicznej, na przystankach autobusowych, w komunikacji miejskiej, tzw. Digital Outdoor, Traffic TV gabloty, „Cityscroll” w miastach wojewódzkich o liczbie ludności powyżej 500 tys.
- 6.8.** Wykonawca będzie zobowiązany za umieszczenie reklamy w kasach samoobsługowych w sklepach spożywczych wielkoformatowych.
- 6.9.** Wykonawca będzie zobowiązany za umieszczenie reklam w placówkach medycznych.
- 6.10.** Zamawiający dostarczy Wykonawcy projekty graficzne nie później niż w terminie 5 dni przez datą rozpoczęcia każdej z części kampanii.
- 6.11.** Montaż i ekspozycję, wyklejenie, demontaż i utylizację w uzgodnionym z Zamawiającym terminie;
- 6.12.** Monitoring obejmujący dany okres ekspozycji. Celem monitoringu jest kontrola jakości ekspozycji i ewentualne wykrywanie tzw. ubytków, które mogą pojawić się na skutek warunków pogodowych. Wykonawca w ramach zapasu dokona na własny koszt naprawy tzw. ubytku w ciągu 24 godzin od jego wykrycia;
- 6.13.** Raporty (w tym dokumentacja fotograficzna) z wykonania usługi, wskazujące przebieg i lokalizację kampanii outdoorowej (raporty w postaci elektronicznej) Raporty powinny zawierać podstawowe dane informujące m.in.: o terminach ekspozycji, miejscach danych odślon, itp. Łącznie Wykonawca przedstawi Zamawiającemu 5 raportów częściowych oraz 1 zbiorczy podsumowujący cały okres trwania kampanii outdoorowej w pięciu odślonach.
- 6.14.** Nie dopuszcza się wykorzystywania reklamy na mobilach oraz umieszczania ekspozycji w bezpośrednim sąsiedztwie remontów i budów, a także wzdłuż dróg wyłączonych z ruchu.
- 6.15.** Zamawiający wymaga przedstawienia wstępnego harmonogramu kampanii outdoorowej, który powinien zawierać: rodzaj nośnika, format nośnika, termin odśloni, czas emisji. Ponadto, Wykonawca przedstawi listę lokalizacji, z których

Zamawiający wybierze ostateczne miejsca zgodne z wytycznymi wskazanymi w niniejszej specyfikacji.

Hasła, komunikaty oraz motywy graficzne użyte w koncepcji kreatywnej kampanii nie mogą zawierać wulgaryzmów, treści obraźliwych lub treści sprzecznych z prawem, dobrymi obyczajami lub zasadami współżycia społecznego. Zamawiający nie dopuszcza w ramach kampanii użycia materiałów, m.in. grafik, zdjęć, motywów, zaczerpniętych z ogólnodostępnych płatnych i bezpłatnych banków obrazów/video.

7. Warunki współpracy:

- 7.1. Na etapie realizacji zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby nadzorującej całą kampanię do kontaktów z Zamawiającym).
- 7.2. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu ostatecznej wersji słownej i wizualnej wszelkich materiałów celem dokonania przez Zamawiającego akceptacji.

8. Ramowy harmonogram.

Zamawiający wymaga, w zakresie harmonogramu, realizacji przedmiotu zamówienia z zachowaniem poniższych wytycznych dla ramowego harmonogramu:

1.	Spotkanie Wykonawcy z Zamawiającym w celu omówienia Key Visual	Do 3 dni od dnia podpisania umowy
2.	Ustalenie 6 haseł, które będą wykorzystywane w reklamach	Do 1 tygodnia od dnia podpisania umowy
3.	Dostarczenie przez Wykonawcę pierwszych (2) grafik reklam	Do 2 tygodni od dnia podpisania umowy
4.	Dostarczenie przez Wykonawcę kolejnych (2) grafik	Do 3 tygodni od dnia podpisania umowy
5.	Dostarczenie przez Wykonawcę kolejnych (2) grafik	Do 4 tygodni od dnia podpisania umowy
6.	Produkcja, montaż i ekspozycja reklam (min. 30 dni)	Start ekspozycji do 6 tygodni od dnia podpisania umowy
7.	Ekspozycja reklam i demontaż	Do 10 tygodni od dnia podpisania umowy
8.	Dostarczenie raportu przez Wykonawcę oraz podpisanie protokołu odbioru	Do 11 tygodni od dnia podpisania umowy