

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Opracowanie koncepcji i harmonogramu działań z zakresu komunikacji społecznej wspierających proces inwestycyjny zadania pn. „Budowa stopnia wodnego na Wiśle poniżej Włocławka”

1. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie koncepcji dwuletniego harmonogramu działań (zakres od 20.04.2020 – 20.04.2022) informacyjno-promocyjnych dotyczących przygotowania inwestycji budowy Stopnia Wodnego na Wiśle poniżej Włocławka.

Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych ma na celu rzetelne i szerokie poinformowanie opinii publicznej o planowanej inwestycji na poziomie lokalnym, ogólnopolskim i europejskim. Koncepcja i harmonogram działań powinny zawierać co najmniej następujące elementy:

1. Analiza wstępna
 - 1.1 Analiza otoczenia
 - 1.2 Analiza sytuacji wyjściowej, w tym analiza dotychczasowych działań z zakresu komunikacji projektu
 - 1.3 Analiza SWOT
2. Strategia
 - 2.1 Sformułowanie celów działań informacyjno-promocyjnych
 - 2.2 Określenie grup docelowych
 - 2.3 Sformułowanie koncepcji działań
 - 2.4 Określenie narzędzi realizacji
 - 2.5 Określenie sposobów realizacji
 - 2.6 Sformułowanie harmonogramu
 - 2.7 Określenie potencjalnego ryzyka i sytuacji kryzysowych oraz działań zapobiegających i naprawczych
3. Analiz możliwości realizacji strategii pod kątem:
 - 3.1 Narzędzi
 - 3.2 Zasobów
 - 3.3 Budżetu
4. Ewaluacja - plan badania rezultatów przeprowadzonych działań

Ponadto koncepcja i plan zasięgiem obejmuje wszystkie kwestie związane z prowadzeniem działań osłonowych procesu inwestycyjnego, monitorowaniem mediów oraz identyfikowaniem ryzyka. Zamówienie zostanie opracowane z uwzględnieniem wytycznych

przedstawionych przez przedstawicieli Zamawiającego podczas spotkania roboczego po upływie 28 dni. Koncepcja i plan działań zostaną przedstawione i omówione przez Wykonawcę podczas jednego spotkania dla przedstawicieli Zamawiającego i zaproszony przez Zamawiającego zewnętrznych gości. Spotkanie to nie potrwa krócej niż 2 godziny i odbędzie się w Warszawie w miejscu i czasie wskazanym przez Zamawiającego.

2. CEL I OGÓLNY ZAKRES PRAC OBJĘTYCH ZAMÓWIENIEM

Opracowanie i dostarczenie, w terminie 6 tygodni od dnia podpisania umowy, następujących dokumentów: koncepcji, w tym szczegółowego planu wykonawczego programu działań, szczegółowego media planu oraz harmonogramu. Szczegółowy plan musi zawierać listę poszczególnych mediów wraz z proponowanym harmonogramem publikacji, precyzyjnie określić wybrane nośniki, terminy emisji oraz szacunkowe koszty.

Zamawiający od Wykonawcy wymaga:

1. przygotowania analizy sytuacji wyjściowej - przygotowaniem analizy *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats*),
2. wskazania grup docelowych na poziomie lokalnym, ogólnopolskim i europejskim na macierzy Johansona i Scholesa z uwzględnieniem:
 - 1) instytucji unijnych, międzynarodowej opinii publicznej, międzynarodowych instytucji finansowych,
 - 2) organów regulacyjnych – krajowych instytucji centralnych,
 - 3) Instytutów badawczych, m.in. instytutów PAN, Instytutu Ochrony Środowiska, uniwersytetów, politechnik, innych ośrodków szkolnictwa wyższego, m.in. Politechniki Warszawskiej, Gdańskiej, Wrocławskiej, Krakowskiej, SGGW, Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, stowarzyszeń naukowców i ekspertów: Polskiego Towarzystwa Hydrobiologicznego, Stowarzyszenia Absolwentów Budownictwa Wodnego i Gospodarki Wodnej Politechniki Warszawskiej, Stowarzyszenia Archeologów Polskich i in.,
 - 4) samorządów terytorialnych,
 - 5) lokalnej społeczności - mieszkańców gmin w pobliżu planowanej inwestycji,
 - 6) mediów europejskich, ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych,
 - 7) partnerów społecznych - stowarzyszeń, organizacji pozarządowych.
3. określenia wymagań interesariuszy oraz drogi, jak informacja najskuteczniej do nich trafi,
4. zdefiniowania władz lokalnych, poznania oczekiwań i nastawienia do inwestycji,
5. zdefiniowania mediów europejskich, ogólnopolskich, jak i lokalnych, przeanalizowania najlepszych kanałów dystrybucji,
6. opracowania metodyki budowy relacji z mediami,
7. przygotowanie Key messages,
8. analizy organizacji pozarządowych działających na rzecz ochrony środowiska,

9. analizy problemów i określanie potencjalnych ognisk kryzysu,
10. rekomendowania narzędzi komunikacji medialnej,
11. uwzględnienia monitorowania mediów - monitoring Internetu, social mediów, radia i telewizji oraz prasy,
12. prowadzenia działań osłonowych całego procesu inwestycyjnego,
13. przedstawienia działań medialnych,
14. analizy opłacalności planowanych działań,
15. ustanowienia narracyjnych i długoterminowych celów,
16. zbudowania i zarządzanie postrzeganiem publicznym i zrozumieniem projektu,
17. stworzenia skoordynowanego podejścia do komunikacji,
18. realizowania celów projektu, promowania możliwości i łagodzenia możliwych zagrożeń,
19. budowania szerokiego poparcia dla projektu,
20. eliminacji fałszywych i niekompletnych komunikatów z debaty publicznej,
21. wspierania długoterminowego dialogu publicznego między zainteresowanymi grupami,
22. podniesienia świadomości ekologicznej społeczeństwa,
23. zmniejszenia obaw dotyczących negatywnego oddziaływania inwestycji na środowisko,
24. kształtowania wizerunku inwestycji jako przyjaznej środowisku,
25. budowania zaufania do Inwestora,
26. budowania wśród społeczności poczucia, że o wszystkim są informowani,
27. budowania pozytywnych relacji z mediami,
28. analizy potencjalnego ryzyka/zagrożeń oraz zaproponowania działań zapobiegawczych lub naprawczych,
29. zestawienia głównych założeń oraz opisu koncepcji,
30. opisu sposobu realizacji celów komunikacyjnych,
31. opisu w jaki sposób plan będzie dopasowany do grup docelowych oraz jakie kanały/jakie narzędzia i dlaczego kierowane są do wskazanej grupy docelowej,
32. opisu dodatkowych działań oraz kanałów/narzędzi poza wymienionymi w niniejszym Opisie Przedmiotu Zamówienia, które Wykonawca rekomenduje,
33. przygotowania dwuletniego harmonogramu realizacji poszczególnych działań, tj. daty rozpoczęcia i zakończenia danego działania, liczbę emisji z podziałem na miesiące,
34. szczegółowego kosztorysu realizacji poszczególnych działań.

Wykonawca w koncepcji i harmonogramie działań powinien uwzględnić problemy, które mogą stanowić zagrożenie dla działań komunikacyjnych, takie jak np. opóźnienia w harmonogramie.

3. WYMAGANIA DLA OSÓB ZAANGAŻOWANYCH W REALIZACJĘ

Zamawiający wymaga od Wykonawcy zapewnienia wysoko wykwalifikowanych ekspertów, specjalistów branżowych, posiadających stosowną wiedzę, odpowiednią praktykę i zdolność do wykonywania wskazanego zadania.

Specjalista ds. komunikacji/PR (minimum 3 osoby)

Wykształcenie: wyższe

Kwalifikacje: ukończone studia wyższe/podyplomowe

Doświadczenie zawodowe: minimum 5 lat doświadczenia w obszarze komunikacji społecznej, w tym minimum 3 lata doświadczenia przy realizacji zadań związanych z komunikacją społeczną/Public Relations w przygotowaniu i realizacji inwestycji infrastrukturalnych celu publicznego (w obszarze Natura2000): budowaniu planów komunikacyjnych, realizacji działań konsultacyjnych, informacyjnych, edukacyjnych oraz działań skierowanych do władz lokalnych, ogólnopolskich i europejskich.

4. WYMAGANIA DOTYCZĄCE FORMY OPRACOWANIA

Wykonawca zobligowany jest do przedstawienia przedmiotu zamówienia w następującej formie:

1. podstawowe dane informacyjne dotyczące koncepcji programu, powinny być dodatkowo zawarte w formie prezentacji zachowującej neutralność technologiczną (*.pptx, *.odp, lub podobne),
2. przedmiot zamówienia powinien zostać przekazany w 4 (słownie: czterech) egzemplarzach w wersji papierowej,
3. przedmiot zamówienia powinien zostać przekazany w 1 (słownie: jednym) egzemplarzu w wersji elektronicznej,
4. pliki w wersji elektronicznej powinny zachowywać neutralność technologiczną (pliki *.pdf, *.jpg, *.tif oraz edytowalne – *.docx lub *.odt, *.xlsx lub *.ods, *.dwg, i inne),
5. format elektroniczny powinien zostać zapisany na USB flash disc lub innym dysku zewnętrznym.

5. WSPÓŁPRACA POMIĘDZY INWESTOREM A ZAMAWIAJĄCYM

Terminem początkowym jest termin podpisania umowy, a terminem kończącym jest termin wykonania usługi, nie później jednak niż 6 tygodni po podpisaniu umowy. Z realizacji usługi zostanie sporządzony protokół.

Zamawiający ogłosi wybór najkorzystniejszej oferty na stronie internetowej Zamawiającego www.wody.gov.pl

Po ogłoszeniu wyboru, Zamawiający podpisze umowę na wykonanie przedmiotu zamówienia z Wykonawcą, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą.

W przypadku odmowy podpisania umowy przez Wykonawcę, o którym mowa powyżej, Zamawiający ma prawo podpisać umowę z kolejnym Wykonawcą, zgodnie z rankingiem ofert.