

Znak sprawy: DZP.261.88.2024.DP

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

**USŁUGA ZAPROJEKTOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ FESTIWALU PRZEMIANY 2024  
WRAZ Z PRZYGOTOWANIEM GRAFICZNYM MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH  
DLA CENTRUM NAUKI KOPERNIK**

**TRYB REGULAMINOWY**

o wartości zamówienia nieprzekraczającej kwoty 130 000,00 PLN

## I. ZAMAWIAJĄCY

Centrum Nauki Kopernik  
00-390 Warszawa, ul. Wybrzeże Kościuszkowskie 20  
NIP: 701-002-51-69 REGON: 140603313

strony www: [www.bip.kopernik.org.pl](http://www.bip.kopernik.org.pl)  
[www.kopernik.org.pl](http://www.kopernik.org.pl)

Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest za pośrednictwem elektronicznej platformy zakupowej pod adresem:

<https://platformazakupowa.pl/transakcja/940492>

## II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA ORAZ OZNACZENIE POSTĘPOWANIA

1. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego na podstawie art. 11 ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 11 września 2019 roku Prawo zamówień publicznych oraz art. 37a – 37d ustawy z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej.
2. Niniejsze postępowanie oznaczone jest znakiem sprawy: DZP.261.88.2024.DP, wykonawcy zobligowani są do powoływania się na wyżej wskazane oznaczenie we wszelkich kontaktach z zamawiającym.
3. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.

## III. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa zaprojektowania identyfikacji wizualnej Festiwalu Przemiany 2024 wraz z przygotowaniem graficznym materiałów promocyjnych.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi:
  - załącznik nr 1 – szczegółowy opis przedmiotu zamówienia,
  - załącznik nr 2 – brief kreatywny,
  - załącznik nr 3 – spis formatów promocyjnych do przygotowania na bazie KV.
3. Oznaczenie CPV: 92312200-3 Usługi świadczone przez autorów, kompozytorów, rzeźbiarzy, animatorów kultury oraz pozostałych artystów.
4. Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia udzielenia zamówienia do 9 października 2024 r.

## IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. W postępowaniu o udzielenie niniejszego zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy, którzy spełniają następujący warunek udziału, tj.:
  - 1) nie podlegają wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy *O szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego*;
  - 2) mają doświadczenie polegające na wykonaniu w okresie ostatnich 5 lat, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, co najmniej 3 kampanii realizowanych dla sektora kultury, których przedmiotem była kreacja i przygotowanie projektów materiałów (print, digital, video) uwzględnionych w briefie klienta;
  - 3) dysponują co najmniej jedną osobą skierowaną do realizacji zamówienia – projektanta graficznego, posiadającą doświadczenie w projektowaniu kampanii online - pracującą przy min. 5 kampaniach;
  - 4) dysponują co najmniej jedną osobą skierowaną do realizacji zamówienia – accounta do koordynowania procesu współpracy, posiadającego doświadczenie przy realizacji co najmniej 5 zleceń tego typu.

2. Wykonawca spełnienie warunku udziału w postępowaniu, o którym mowa w pkt 1, potwierdza w złożonej ofercie (formularzu).

## **V. INFORMACJA O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI**

1. Komunikacja między zamawiającym a wykonawcą w niniejszym postępowaniu odbywa się pod rygorem nieważności przy użyciu środków komunikacji elektronicznej za pośrednictwem platformy zakupowej – dostępnej pod adresem [www.platformazakupowa.pl/pn/kopernik](http://www.platformazakupowa.pl/pn/kopernik)

[www.platformazakupowa.pl/pn/kopernik](http://www.platformazakupowa.pl/pn/kopernik)

2. Wykonawca, w niniejszym postępowaniu może złożyć ofertę wyłącznie za pośrednictwem platformy, o której mowa w pkt. 1. Złożenie oferty możliwe jest po zalogowaniu się Wykonawcy (zarejestrowaniu) lub bez logowania.
3. Składanie przez wykonawcę oświadczeń i dokumentów, innych niż w pkt. 2, odbywa się elektronicznie za pośrednictwem platformy zakupowej, za pośrednictwem formularza „wyślij wiadomość do zamawiającego” dostępnego na stronie niniejszego postępowania.
4. Wykonawca może się zwrócić do zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści dokumentów zamówienia. Wniosek wykonawca składa za pośrednictwem platformy zakupowej – formularza „wyślij wiadomość do zamawiającego” dostępnego na stronie niniejszego postępowania.
5. Wniosek, o którym mowa w pkt. 2 można składać w terminie do dnia 24 czerwca 2024 roku do godziny 11:00.

6. Zamawiający wyjaśnienia treści dokumentów zamówienia, tj. treść zapytań wraz z wyjaśnieniami, bez ujawniania źródła zapytania, udostępni niezwłocznie, nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert na stronie internetowej prowadzonego postępowania w sekcji „Komunikaty”, pod warunkiem że wniosek o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego wpłynął do zamawiającego w terminie, o którym mowa w pkt. 5.

W przypadku gdy wniosek o wyjaśnienie treści dokumentów zamówienia nie wpłynął w terminie, o którym mowa wyżej, zamawiający nie ma obowiązku udzielania wyjaśnień oraz obowiązku przedłużania terminu składania ofert.

Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku o wyjaśnienie treści dokumentów zamówienia.

7. Za datę przekazania (wpływu) oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji przyjmuje się datę ich przesłania za pośrednictwem platformy zakupowej, o której mowa w pkt 1, poprzez kliknięcie przycisku „Wyślij wiadomość do zamawiającego”, po których pojawi się komunikat, że wiadomość została wysłana do zamawiającego.
8. Zamawiający będzie przekazywał wykonawcom informacje za pośrednictwem platformy zakupowej. Informacje dotyczące odpowiedzi na pytania, zmiany treści dokumentacji zamówienia, zmiany terminu składania i otwarcia ofert zamawiający będzie zamieszczał na platformie w sekcji „Komunikaty”. Korespondencja, której adresatem jest konkretny wykonawca, będzie przekazywana za pośrednictwem platformy do konkretnego wykonawcy.  
Wykonawca jako podmiot profesjonalny ma obowiązek sprawdzania komunikatów i wiadomości przesłanych przez zamawiającego bezpośrednio na platformie zakupowej.
9. Zamawiający informuje, iż w przypadku jakichkolwiek wątpliwości związanych z zasadami korzystania z platformy zakupowej, Wykonawca winien skontaktować się z dostawcą rozwiązania teleinformatycznego, tel. +48 22 101 02 02 (infolinia dostępna od poniedziałku do piątku, w godzinach 8:00 – 17:00).

Dodatkowe informacje – instrukcje dotyczące korzystania z platformy zakupowej, w tym dotyczące w szczególności logowania, składania wniosków o wyjaśnienie treści specyfikacji, składania ofert oraz

innych czynności podejmowanych przez wykonawcę przy użyciu platformy zakupowej dostępne są na stronie internetowej dostawcy rozwiązania teleinformatycznego – adres:

<https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje>

10. Zamawiający do kontaktowania się z wykonawcami w sprawach dotyczących niniejszego zapytania ofertowego upoważnia:

Daria Piątkowska - specjalistka ds. zakupów  
Dział Zamówień Publicznych

## VI. TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT

1. Ofertę sporządzoną w formie określonej w niniejszym rozdziale, należy złożyć za pośrednictwem platformy zakupowej w terminie do dnia **1 lipca 2024 rok do godziny 15:00**.
2. Wykonawca ubiegający się o udzielenie zamówienia może złożyć tylko jedną ofertę.
3. Treść oferty musi odpowiadać treści zapytania ofertowego.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
6. Ofertę – wypełnioną na stronie prowadzonego postępowania formularz, wykonawca składa za pośrednictwem platformy zakupowej.

Wykonawca zobowiązany jest do poprawnego uzupełnienia danych wykonawcy, w szczególności należy zwrócić uwagę na adres e-mail, ponieważ to na wskazany adres poczty elektronicznej wykonawca otrzyma potwierdzenie złożenia oferty lub prośbę o potwierdzenie adresu e-mail (zależnie od tego czy wykonawca jest zalogowany lub czy nie posiada konta/nie jest zalogowany).

Po zweryfikowaniu wszystkich informacji dotyczących oferty należy kliknąć przycisk „Złóż ofertę”.

Instrukcje dotyczące składania, zmiany lub wycofania ofert dostępne są na stronie internetowej dostawcy platformy zakupowej:

<https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje>

7. Cenę za realizację przedmiotu zamówienia zamieszcza się w formularzu systemowym na platformie zakupowej z podaniem ceny ofertowej netto oraz obowiązującej stawki VAT.
  8. Przy kalkulacji ceny oferty powinny zostać uwzględnione wszystkie należności publiczno-prawne, kwotę podatku VAT obliczoną według stawki zgodnej z przepisami obowiązującymi na dzień składania Ofert, zobowiązania, koszty, narzuty i składniki, które poniesie wykonawca w związku z realizacją zamówienia, a także wszelkie ewentualne upusty, rabaty.
  9. Cena oferty musi być wyrażona w złotych polskich z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- 10. Wykonawca do oferty powinien załączyć:**
- 1) **Jeden opisany koncept kreatywny** – o którym mowa w rozdz. VII pkt. 1 ppkt. 2
11. Wykonawca jest związany ofertą 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert.

## VII. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Przy dokonywaniu wyboru najkorzystniejszej oferty zamawiający stosować będzie następujące kryteria:
  - 1) „Cena” – 30,00 pkt. – będzie rozpatrywana na podstawie ceny brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia, podanej przez wykonawcę w formularzu.  
Oferty będą badane według poniższego wzoru:

$$\text{Liczba punktów zdobytych w kryterium „Cena”} = \frac{\text{najniższa cena brutto z ocenianych ofert}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 30,00 \text{ pkt}$$

- 2) „Opisany koncept kreatywny” – 70,00 pkt. – będzie rozpatrywany na podstawie złożonego opisu konceptu na identyfikację wizualną Festiwalu Przemiany 2024 (tekst min. 2 000, a max. 5 000 znaków ze spacjami + min. 5 a max. 20 plików graficznych/ video/ animacji zawierających referencje/mood board wskazujące rekomendowany styl projektu i/lub jego estetykę. **Wykonawca może złożyć tylko jeden opisany koncept identyfikacji wizualnej.**

*Dopuszczalne formaty plików: PDF, prezentacja w programie PowerPoint.*

Opisany koncept kreatywny zamawiający oceni następująco:

a) Dopasowanie do wymogów opisanych w briefie, tj.:

- max. 25 pkt. - zaproponowany pomysł kreatywny musi nawiązywać do obszarów tematycznych tegorocznego Festiwalu Przemiany, co pozwoli łatwiej otwierać w komunikacji imprezy rozmowę wokół tegorocznej edycji Festiwalu
- max. 10 pkt. - zaproponowany koncept kreatywny powinien uwzględniać specyfikę publiczności festiwalowej
- max. 10 pkt. - zaproponowany koncept musi pozwalać na efektywne wykorzystywanie przekazu na nośnikach typu print oraz online, zarówno w standardowych formatach (B1, A3, 1920x1080 px), jak i w tych znacznie większych i małych formatach wykorzystywanych w kampanii digitalowej.

b) Pomysł kreatywny pod względem:

- max. 15 pkt. - wyżej zostaną ocenione pomysły oryginalne,
- max. 10 pkt. - wyżej zostaną ocenione pomysły o jasnym i klarownym przekazie.

**UWAGA: jeżeli wykonawca w ofercie proponuje więcej niż jeden opisany koncept identyfikacji wizualnej – zamawiający taką ofertę wykonawcy odrzuci w całości.**

2. W ocenie weźmie udział zespół osób, którzy korzystając z doświadczenia i wiedzy merytorycznej ocenią samodzielnie i indywidualnie nadesłane propozycje, i przyznają odpowiednią liczbę punktów częściowych za każdy z wymienionych elementów w niniejszym rozdziale w pkt. 1 ppkt. 2. Ostateczna liczba punktów będzie średnią arytmetyczną z sumy punktów częściowych.
3. Każdy koncept kreatywny będzie oceniany indywidualnie.
4. Zamawiający uzna za najkorzystniejszą ofertę wykonawcy, który spełni wszystkie postanowienia w niniejszej dokumentacji oraz którego oferta uzyska największą liczbę punktów spośród złożonych ofert, według określonych kryteriów oceny ofert.
5. Wszelkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

## **VIII. UDZIELENIE ZAMÓWIENIA**

1. Zamawiający, wykonawcy którego oferta zostanie wybrana, udzieli zamówienia na warunkach określonych w dokumentach niniejszego postępowania.
2. Wykonawca, o którym mowa w pkt. 1, zobowiązany będzie do złożenia przed udzieleniem zamówienia oświadczenia o niepodleganiu wykluczeniu, o którym mowa w rozdziale IV pkt. 1 ppkt. 1 (nie dotyczy udzielenia zamówienia na podstawie umowy).
3. Wykonawca, o którym mowa w pkt. 1, zobowiązany będzie do przedstawienia, przed uzyskaniem zamówienia, dokumentacji/dowodów na potwierdzenie warunków, o których mowa w rozdz. IV pkt. 1 ppkt. 2-4.

## **IX. ZAŁĄCZNIKI**

Integralną częścią zapytania ofertowego są następujące dokumenty:

- a) załącznik nr 1           szczegółowy opis przedmiotu zamówienia,
- b) załącznik nr 2           brief kreatywny,
- c) załącznik nr 3           spis formatów promocyjnych do przygotowania na bazie KV,
- d) załącznik nr 2           klauzula informacyjna z art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (RODO).

DZP.261.88.2024.DP

załącznik nr 1 do zapytania ofertowego

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

### I. OGÓLNE INFORMACJE

Usługa zaprojektowania identyfikacji wizualnej Festiwalu Przemiany 2024 wraz z przygotowaniem graficznym materiałów promocyjnych.

Na całość zamówienia składa się:

- **przygotowanie jednego konceptu kreatywnego** – stanowi kryterium oceny ofert (zapytanie ofertowe rozdz. VII pkt 1 ppkt 2 *Opisany koncept kreatywny*) – do załączenia wraz z ofertą. Dopuszczalne formaty plików: PDF, prezentacja w programie PowerPoint.;
- po wybraniu przez zespół oceniający najkorzystniejszej oferty, rozwinięcie ww. konceptu i wypracowanie identyfikacji wizualnej tegorocznego Festiwalu Przemiany;
- przygotowanie plików produkcyjnych materiałów: promocyjnych, informacyjnych i reklamowych.

### II. SZCZEGÓŁOWE PARAMETRY ZAMÓWIENIA

1. Przygotowanie konceptu kreatywnego do identyfikacji wizualnej Festiwalu Przemiany (szczegółowe informacje znajdują się w briefie – załącznik nr 2) – **koncept kreatywny jest składany** (przez każdego wykonawcę ubiegającego się o udzielenie zamówienia) **wraz z ofertą zgodnie z rozdz. VI pkt. 10 zapytania ofertowego**.

#### DALSZE PRACE DO WYKONANIA PRZEZ WYBRANEGO WYKONAWCĘ:

2. Dopracowanie identyfikacji wizualnej oraz przygotowanie key visuala (KV) wynikającego z zaproponowanego konceptu kreatywnego w porozumieniu i przy uwzględnieniu uwag i rekomendacji zespołu powołanego przez zamawiającego.
3. Przygotowanie plików produkcyjnych materiałów: promocyjnych, informacyjnych i reklamowych z wykorzystaniem rozwiniętej koncepcji graficznej, zaakceptowanej przez zamawiającego:
  - a. zakres prac zawiera załącznik nr 3 - spis formatów promocyjnych do przygotowania na bazie KV;
  - b. powyższy załącznik przed udzieleniem zamówienia wybranemu wykonawcy może zostać uzupełniony dodatkowo o 5 formatów.

### III. TERMIN REALIZACJI

1. Prace będą realizowane w trzech etapach – daty kończące poszczególne etapy oraz szczegółowy harmonogram prac do ustalenia z wybranym wykonawcą.
2. Całość prac musi zostać zakończona do dnia 9 października 2024 r.

### IV. DODATKOWE INFORMACJE

1. Całość prac odbywać się będzie w ścisłej współpracy z koordynatorami ds. promocji i komunikacji Festiwalu Przemiany 2024 w związku z wykonywanymi usługami na rzecz zamawiającego.
2. Wynagrodzenie zostanie wypłacone po odebraniu prac przewidzianych dla każdego z trzech etapów (szczegółowe ustalenia na etapie przygotowywania umowy). Płatność zostanie dokonana na wskazany rachunek bankowy na podstawie wystawionej faktury lub rachunku w terminie 14 dni od momentu dostarczenia przez wykonawcę.

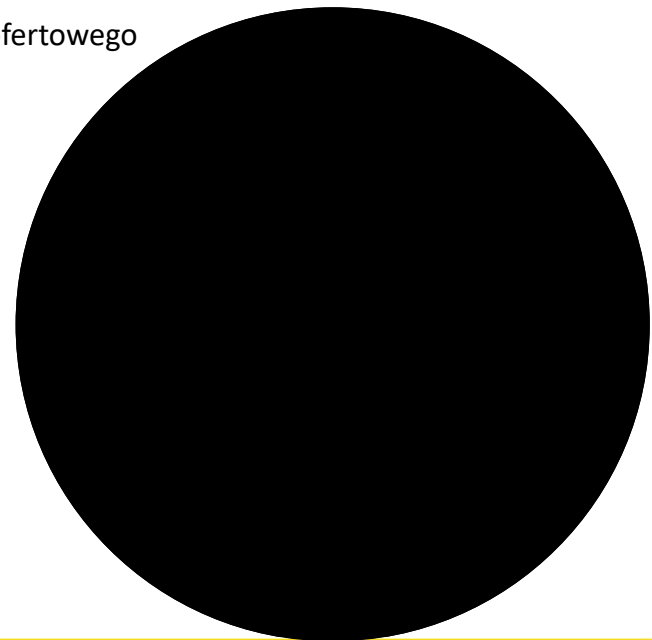
3. Wykonawca posiada doświadczenie, o którym mowa w rozdziale IV pkt. 1 ppkt. 2 zapytania ofertowego.
4. Wykonawca dysponuje osobą/osobami, o której/których mowa w rozdziale IV pkt. 1 ppkt 3 i 4 zapytania ofertowego.
5. **Wyżej wymienione dokumenty na potwierdzenie posiadanego doświadczenia (pkt 3 i 4), nie są wymagane do załączenia na etapie składania ofert.**
6. Wykonawca zobowiązuje się do realizacji przedmiotu zamówienia zgodnie z warunkami określonymi w niniejszej dokumentacji, obowiązującymi przepisami prawa, najlepszą wiedzą, najlepszymi praktykami obowiązującymi na rynku oraz z należytą starannością i przy zastosowaniu odpowiednich umiejętności i technik.
7. Poniżej kolejno:
  - a. załącznik nr 2 – brief kreatywny,
  - b. załącznik nr 3 – spis formatów promocyjnych do przygotowania na bazie KV,
  - c. załącznik nr 4 – klauzula informacyjna z art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (RODO).



DZP.261.88.2024.DP

załącznik nr 2 do zapytania ofertowego

**CENTRUM  
NAUKI  
KOPERNIK**



# XIV EDYCJA FESTIWALU PRZEMIANY

## 11-13 października 2024r.

brief kreatywny

## CZYM JEST FESTIWAL PRZEMIANY?

Przyszłości nie da się przewidzieć, ale można ją kształtować.

Uczestnicy Festiwalu Przemiany, organizowanego przez Centrum Nauki Kopernik, mogą się przekonać, że **każdy z nas ma moc tworzenia przyszłości**.

Interesuje nas siła sprawcza człowieka, która może zmieniać świat. Ogranicza nas tylko wyobraźnia. Aby ją rozwijać, musimy przekraczać granice specjalizacji.

Dlatego **festiwal łączy naukę, sztukę, projektowanie i nowe technologie**. Jego program – na który składają się wystawa, wykłady, panele dyskusyjne, warsztaty, kawiarnia festiwalowa z programem edukacyjnym oraz pokazy filmowe – pozwala odbiorcom konfrontować różne idee i punkty widzenia, ośmielając ich do krytycznej refleksji nad kierunkami rozwoju.



Na festiwalu zawsze obecne są nauka i technika, prezentowane w wiarygodny sposób.

**Koncentrujemy się na przyszłości, z którą konfrontujemy się już dziś.** Dostrzegamy i analizujemy zmiany wokół nas, które mogą mieć wpływ na nasze życie.

Przedmiotem refleksji są dla nas: rozwój nauki, techniki i form życia społecznego, urbanizacja, a także **zmiany w środowisku naturalnym oraz ich wpływ na nasze życie** i nasz wpływ na te procesy.

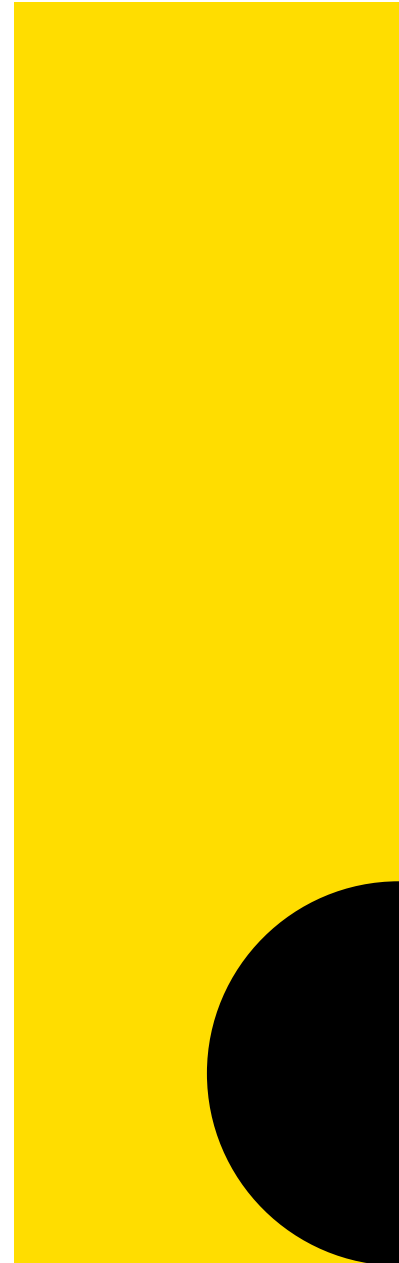
Festiwal łączy poziom globalny z lokalnością w wymiarze sąsiedzkim. Interesuje nas najbliższe otoczenie nie tylko jako przestrzeń działania, ale przede wszystkim jako źródło inspiracji dla innowacji. Intrygują nas także wszelkie ciekawe i nowatorskie inicjatywy lokalne w różnych częściach świata, na których można się wzorować.



## CELE FESTIWALU

### **Kształtuje postawy świadomego współtworzenia przyszłości:**

- kształtując kompetencje potrzebne do rozumienia kierunków rozwoju
- tworząc społeczność zaangażowaną w myślenie o przyszłości
- prezentując innowacje technologiczne i nowe idee
- pobudzając zaangażowanie i poczucie sprawczości
- tworząc płaszczyzny do spotkania, współpracy i wymiany poglądów



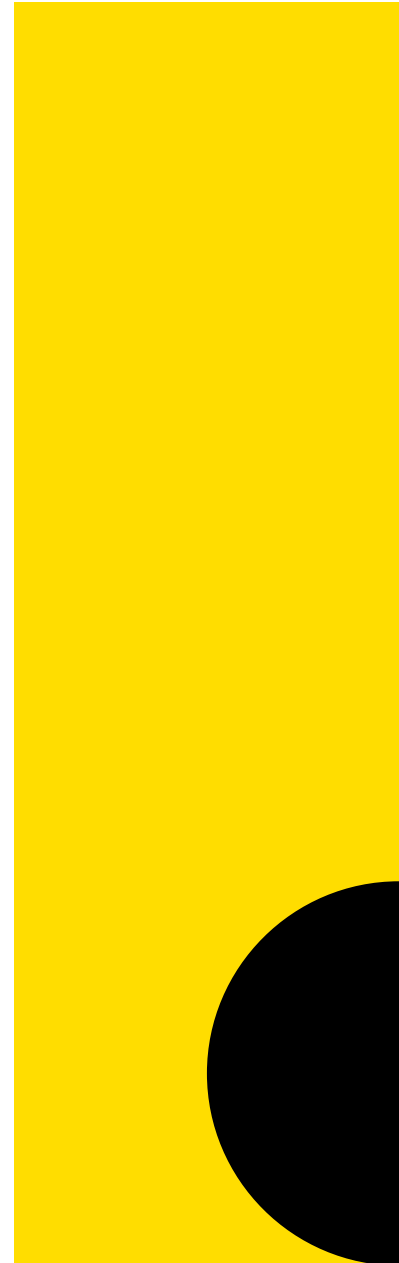
# SPOSÓB DZIAŁANIA FESTIWALU

## **Dostarcza wiedzę:**

- prezentuje nowe idee opisujące możliwe scenariusze przyszłości
- prezentuje dokonania naukowe, kluczowe dla rozumienia przyszłości
- prezentuje nowe technologie, które będą kształtować przyszłość

## **Kształtuje postawy:**

- tworzy przestrzeń do współpracy osób z różnych środowisk
- buduje poczucie podmiotowości i odpowiedzialności za kierunki rozwoju
- przyczynia się do budowania zaufania i porzucania uprzedzeń



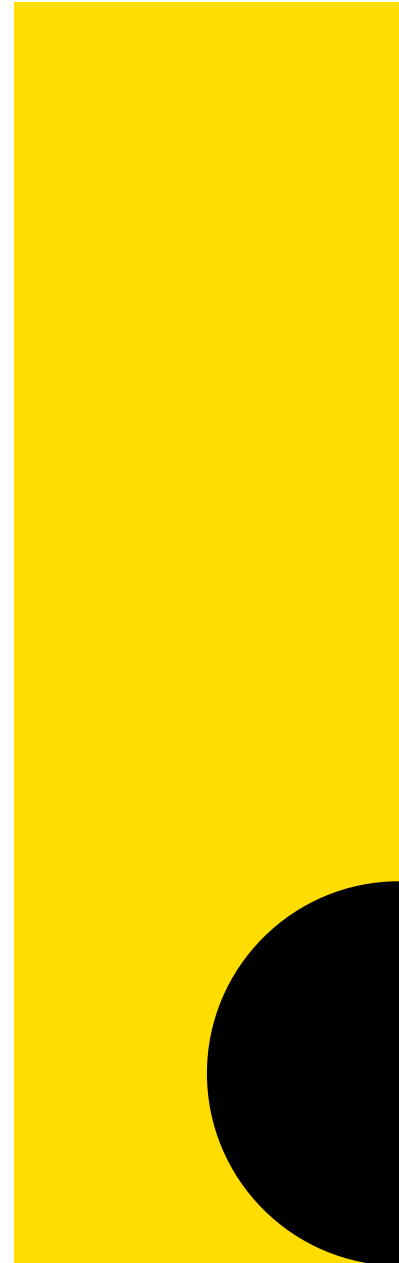
# SPOSÓB DZIAŁANIA FESTIWALU

## **Stymuluje rozwój wyobraźni:**

- przełamuje granice specjalizacji, pobudzając do holistycznego myślenia
- wykorzystuje sztukę, by przekraczać granice dostępnej wiedzy w myśleniu o przyszłości i angażować emocjonalnie
- wyrabia samodzielność intelektualną i prezentuje różnorodność perspektyw

## **Dostarcza rozrywki:**

- daje okazję do towarzyskiego spotkania w nieformalnej atmosferze
- walczy ze stereotypowym podziałem na mądre i przyjemne
- pozwala dotrzeć do szerszego grona odbiorców



# FESTIWAL W PRAKTYCE

Festiwal organizowany jest przez Centrum Nauki Kopernik od 2011 roku.

Odbywa się w osobnej przestrzeni konferencyjnej Kopernika, która na 3 dni zmienia się nie do poznania, dzięki projektom artystycznym i przemyślanej scenografii.

Program Przemian składa się z wystawy, spotkań z ekspertami, debat, warsztatów, koncertów, wydarzeń o charakterze artystycznym, a także kawiarni typu pop up z towarzyszącym jej programem edukacyjnym.

Więcej o poprzednich edycjach festiwalu: <https://www.kopernik.org.pl/wydarzenia/festiwal-przemiany>



# Identyfikacja wizualna wybranych minionych edycji

CENTRUM  
NAUKI  
KOPERNIK



FESTIWAL  
PRZEMIANY  
6-8.10.2023



**SUPERORGANIZM.**  
CZY CIAŁO MA GRANICE?

WSTĘP WOLNY





# Identyfikacja wizualna wybranych minionych edycji



## Identyfikacja wizualna wybranych minionych edycji



# Identyfikacja wizualna wybranych minionych edycji



# Identyfikacja wizualna wybranych minionych edycji



# FESTIWAL W PIGUŁCE

- bogaty, interdyscyplinarny program
- swobodna, inkluzywna atmosfera oparta na dialogu i wzajemnej ciekawości
- spotkania łączące specjalizacje i pokolenia (program dla młodzieży 15+ i osób dorosłych)
- wstęp wolny (poza wydarzeniami specjalnymi)
- ponad 7000 gości podczas 3 dni festiwalowych



# Publiczność festiwalowa

## **W 2019 r. przeprowadziliśmy pogłębione badanie publiczności festiwalowej.**

- odwiedziło nas wówczas ok. 5 tys. osób (13,3 proc. to osoby w wieku 15-19 lat, 23,9 proc. to osoby w wieku 20-25 lat, 21,1 proc. stanowiły osoby w wieku 26-30 lat, 16,3 proc. publiczności to osoby w wieku 30-35 lat, 14 proc. stanowiły osoby w wieku 36-45 lat. Pozostałe 10,4 proc. publiczności to osoby w wieku 46 lub starsze.

- wśród przebadanych uczestników Festiwalu Przemiany 2019 2/3 to mieszkańcy Warszawy. 1/3 to osoby spoza Warszawy.

- wśród uczestników festiwalu najwięcej (41,1%) osób miało wykształcenie o kierunku ścisłym / przyrodniczym / technicznym. Kierunki humanistyczne lub społeczne ukończyło 38,3% przebadanych osób, a kierunki artystyczne - 12,4%.



# Publiczność festiwalowa – grupy docelowe

## PASJONACI

NAZWA	KLUCZOWE OKREŚLENIA		
Demografia	Warszawa i okolice (okazjonalnie inni). Wiek bardzo różny ale przewaga młodych i dojrzałych. Wykształcenie wyższe. Dzieci pasjonaci z opiekunem.		
Psychografia i stosunek do kategorii	Ludzie bywający, aktywnie korzystający z oferty związanej z ich zainteresowaniami. Ciekawi, zaangażowani, pełni pasji (nie obojętni), ale nie specjaliści		
Motywacja do działania	Zdobycie/aktualizacja wiedzy, konfrontacja swojej wiedzy z innymi (sprawdzenie siebie i innych, konfrontacja poglądów). Przyjemność płynąca z kontaktu z tematem zainteresowania. Kontakt z innymi		
Co przyciąga, co odstrasza	<table border="1"><tr><td><b>+</b> Jakość miejsca Nazwiska prelegentów Łatwość dostępu, infrastruktura Brak bariery finansowej</td><td><b>-</b> Tłok Płytkie potraktowanie tematu Wystawy – dzieci, „familijność”</td></tr></table>	<b>+</b> Jakość miejsca Nazwiska prelegentów Łatwość dostępu, infrastruktura Brak bariery finansowej	<b>-</b> Tłok Płytkie potraktowanie tematu Wystawy – dzieci, „familijność”
<b>+</b> Jakość miejsca Nazwiska prelegentów Łatwość dostępu, infrastruktura Brak bariery finansowej	<b>-</b> Tłok Płytkie potraktowanie tematu Wystawy – dzieci, „familijność”		
Wybierane elementy oferty	Wykłady/panele/dyskusje, wieczory dla dorosłych, wydarzenia astronomiczne, przemiany i inne wydarzenia tematyczne, wystawy		
Sposób korzystania z oferty	W parach, z grupą znajomych		



„W tym eksponacie jest błąd...”

# Publiczność festiwalowa – grupy docelowe

## ROZRYWKOWI

NAZWA	KLUCZOWE OKREŚLENIA
Demografia	Warszawa + okolice, Ok 18-35 lat, „młodzi dorośli”
Psychografia i stosunek do kategorii	Interesuje ich bardziej nowoczesna, świeża forma „powinno się chodzić do muzeów” Wiedzą, że to wartościowa oferta – aspiracyjne Mają wolny czas i otwartą głowę
Motywacja do działania	Można się pochwalić, temat do rozmów ze znajomymi Niestandardowa oferta – wyjątkowa i lekka formuła Rozrywka na wyższym poziomie, bardziej ambitna Experience
Co przyciąga, co odstrasza	+ Dedykowane dorosłym Godziny po pracy Marka CNK Nieformalna atmosfera - Dzieci Konieczność zaplanowania wizyty Kupienie wcześniej biletu
Wybierane elementy oferty	Wydarzenia (np. noc pod gwiazdami, wieczory dla dorosłych, koncerty w planetarium) ale nie takie za bardzo pogłębione naukowo Wystawa przy okazji
Sposób korzystania z oferty	W grupach lub w parach Spontaniczna decyzja Bardziej interesuje ich obecność na wydarzeniu i miłe spędzenie czasu niż merytoryka

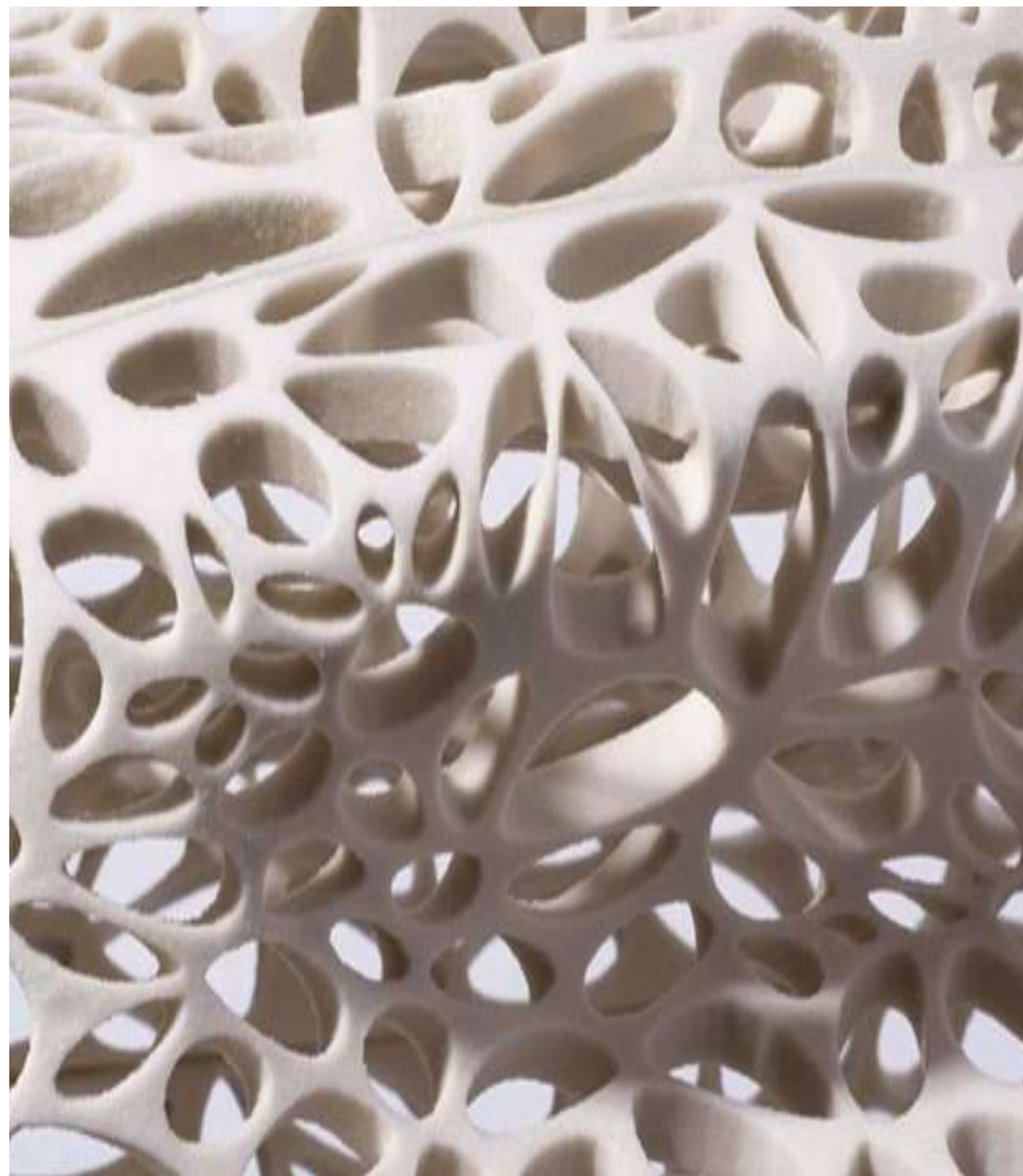


„Fajnie, dzieje się...”



HASŁO TEGOROCZNEJ EDYCJI:

**Z CZEGO ZBUDUJEMY  
PRZYSZŁOŚĆ?**

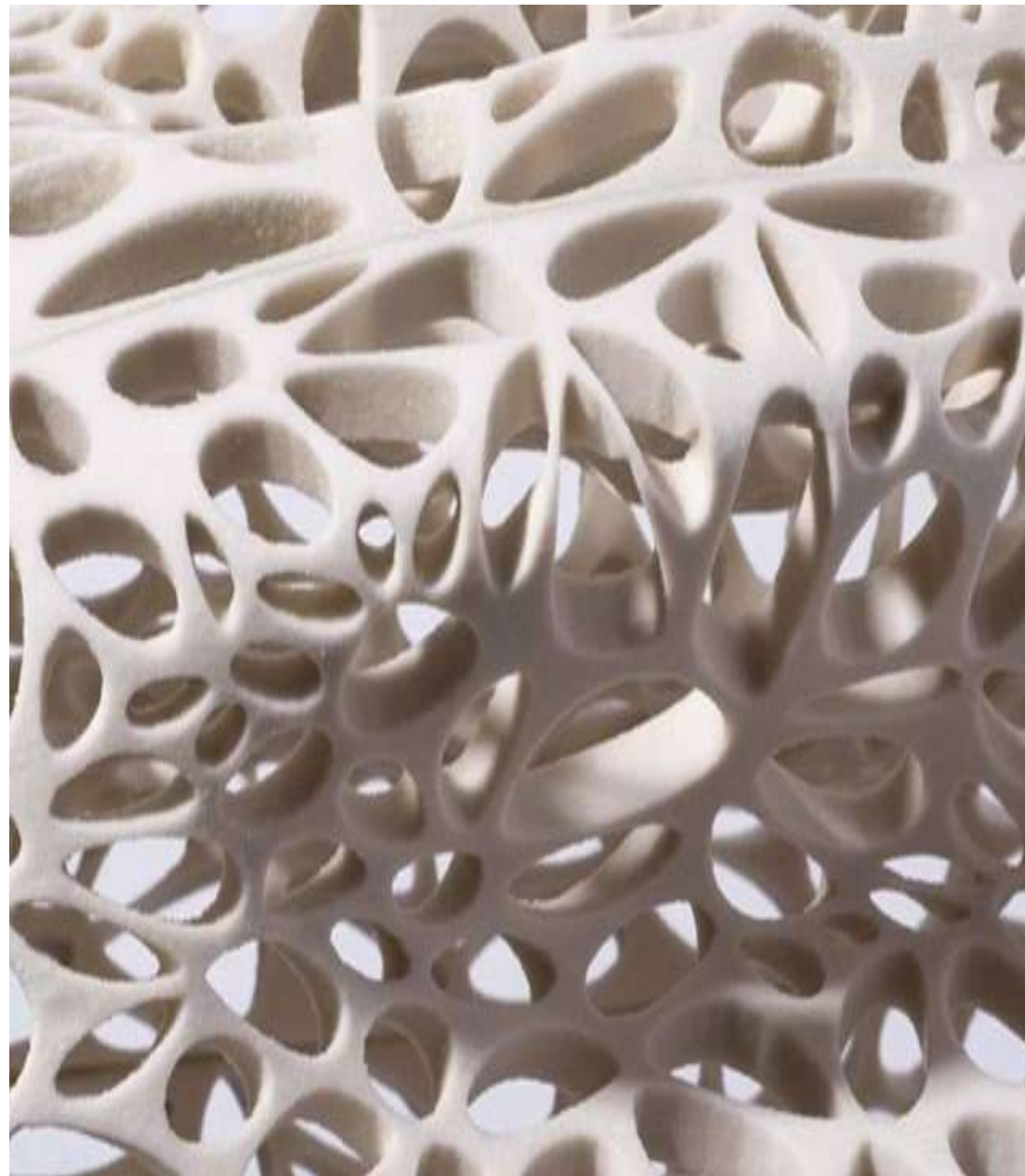


**W tym roku Festiwal Przemiany poświęcamy materiałom** – tym nowym, tworzonym w oparciu o nanotechnologię, biologię syntetyczną czy sztuczną inteligencję, i tym tradycyjnym, których właściwości odkrywamy na nowo.

Myśląc o adaptacji do zmian klimatycznych zależy nam na promowaniu zrównoważonych, nietoksycznych rozwiązań.

**Główne obszary naszej refleksji to: architektura, budownictwo, wzornictwo, moda i zdrowie.**

Stawiamy na namacalność doświadczenia – w programie znajdą się warsztaty praktyczne, umożliwiające wgląd w wybrane dziedziny nauki oraz formy nowoczesnego i tradycyjnego rzemiosła.

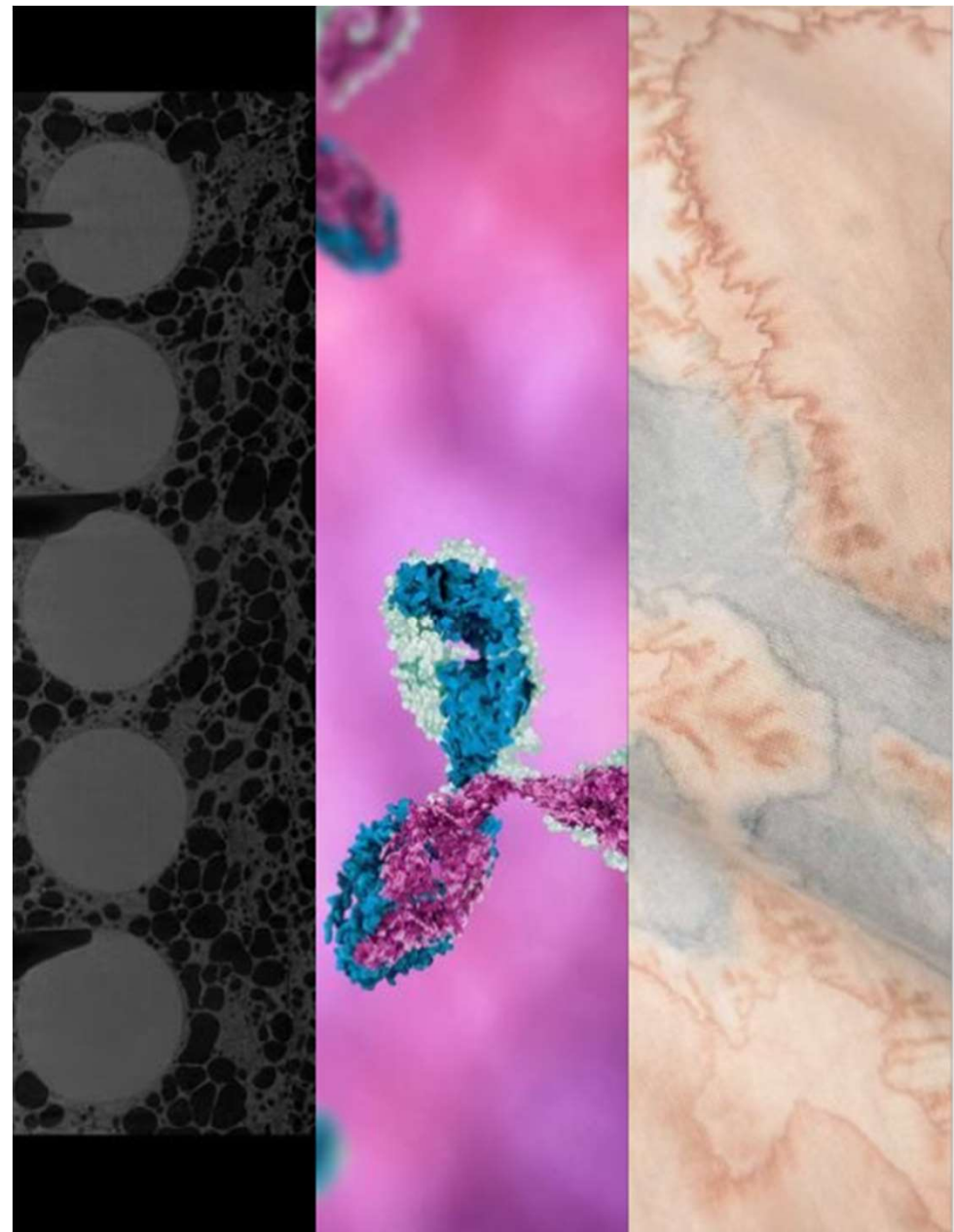


Wizja przyszłości, którą chcemy  
zaprezentować, w kontekście projektowania  
materiałowego, to **nowoczesność wpisana  
w zasady cyrkularnego obiegu.**



**Technologie pozwalają nam tworzyć nowe materiały: na poziomie nanocząstek (nanotechnologia) czy białek (bioinżynieria) oraz z pomocą AI, podsuwającej nam nowe rozwiązania konstrukcyjne w laboratoriach biologicznych, gdzie wykorzystujemy żywe mikroorganizmy i łączymy organiczne z syntetycznym.**

Naszą wyobraźnię pobudzają takie projekty jak: materiał ochronny Proteus, którego nie można przeciąć (<https://techgame.pl/proteus-220720-sj-niezniszczalny-material-stworzony-przez-polskiego-naukowca>), inteligentny opatrunek Smartheal ([SmartHeal | James Dyson Award](#)), kimono ze ścieków (<https://www.nienkehoogvliet.nl/portfolio/kaamera-kimono/>), cegły, które rosną a nie są wypalane (<https://biomason.com/>) czy tkaniny barwione z pomocą bakterii (<https://faberfutures.com/projects/project-coelicolor/>).



Współcześni projektanci inspirowują się wielością form w przyrodzie (biomimikry) oraz bogactwem kulturalnego dziedzictwa materiałowego – tak jak **prof. Urszula Stachewicz**, która projektuje materiały izolacyjne inspirowane budową sierści niedźwiedzi polarnych i piór pingwinów, czy **dr Matthew Gardiner**, który bada najróżniejsze formy składania (od struktury liści drzew po renesansowe kołnierze) i wykorzystuje tę wiedzę do tworzenia robotycznego origami (<https://ars.electronica.art/futurelab/en/gardiner-matthew/>).



**Idea nadrzędna projektowania przyszłości koncentruje się naszym zdaniem wokół postulatów zrównoważonego rozwoju, dekarbonizacji oraz zeroemisyjności.**

Obserwujemy to na setkach przykładów, od dużych firm po lokalne inicjatywy. Projektanci coraz częściej sięgają po proste, naturalne rozwiązania do tworzenia biodegradowalnych, nietoksycznych materiałów. Dlatego jednym z highlightów festiwalu będzie prezentacja holenderskiego projektu Future Materials Bank (<https://www.futurematerialsbank.com/materials/>).



**Należy jednak podkreślić, że tworząc możliwe scenariusze przyszłości, jesteśmy dalecy od technooptymistycznych utopii.**

**W DNA festiwalu wpisana jest krytyczna refleksja.**

Mówiąc o przyszłości projektowania materiałowego nie uciekamy od terażniejszych problemów – skażenia i degradacji środowiska.

Rzeczywistość, w której żyjemy to nadal wysokoemisyjne technologie, oparte na kopalnych źródłach energii. To nadal nieprzebrane tony plastiku w makro i mikroskali. To nadal brak realnej i konsekwentnej polityki recyklingu i zarządzania zasobami.

Zdajemy sobie sprawę, że prezentowane przez nas innowacje nie wystarczą, aby zmienić świat. Do tego konieczna jest zmiana myślenia – nowa globalna etyka, mówiąca o tym, że nie ma czegoś takiego jak odpady, bo wszystko jest zasobem. Wszystko jest częścią zamkniętego obiegu, a każdy nasz wybór jako konsumenta ma swoje konsekwencje dla życia tego obiegu.



**Jeśli przyszłość materializuje się (dosłownie) w materiałach, to odpowiednią metaforą wydaje się pojęcie amalgamatu, jako mieszaniny różnych materiałów (ale w szerokim literackim rozumieniu, niezawężonym do chemicznego pojęcia).**

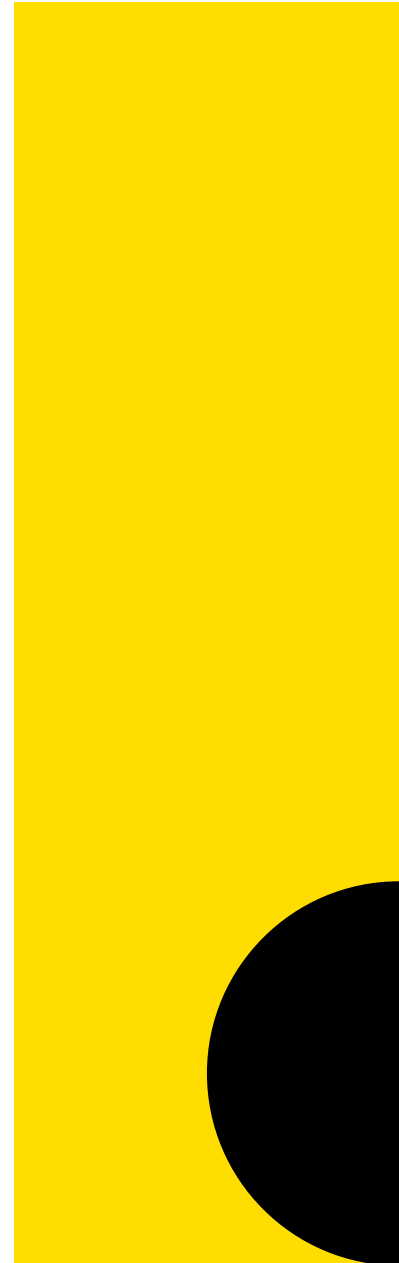
Materialna sprawczość rozpisana jest na różnorodnych aktorów: ludzi (*bios*), nie-ludzkie życie organiczne (*zoe*), wytwory technologiczne (*techne*) i sferę geologiczną (*geos*). Każdy aktor sieci, czy takiego amalgamatu, ma znaczenie i jest częścią materiału, z którego tworzy się przyszłość.





## TEGOROCZNY FESTIWAL W HASŁACH

- ekonomia cyrkularna
- dwutorowość, czyli zaawansowane technologie i tradycyjne rzemiosło
- amalgamat – mieszanina organicznego i syntetycznego
- podróż od projektowania w skali nano do namacalnych wytworów użytkowych, inspirowana geniuszem natury



## FORMATY FESTIWALOWE

- **Panele eksperckie** (robocze nazwy: JAK ZAPROJEKTOWAĆ NIEZNISZCZALNY MATERIAŁ, CZY ODPADY ISTNIEJĄ, CZY BĘDZIEMY HODOWAĆ UBRANIA, MEDYCINA I MATERIAŁY)
- **Wydarzenie otwarcia i zamknięcia**
- **Debaty House of Commons** (robocze nazwy: TYMCZASOWOŚĆ VS TRWAŁOŚĆ, OSTOJA VS SIEDZIBA)
- **Przestrzeń wystawowa oparta o ideę żywej wystawy** (eksponaty animowane przez autorów lub przedstawicieli uczelni, stacje doświadczalne laboratoriów Centrum Nauki Kopernik oraz prowadzone przez nich warsztaty, pokazy i spotkania z gośćmi)
- **Wydarzenia artystyczne** (performance muzyczny, performance z obszaru tańca współczesnego, multimedialna instalacja interaktywna)
- **Dyskusje stolikowe**
- **Program filmowy**



# Wymogi dla koncepcji kreatywnej

## **Wypracowana koncepcja kreatywna musi spełniać następujące warunki:**

- nawiązywać wprost do tematyki tegorocznego festiwalu (slajdy 17-25), co pozwoli łatwiej otwierać w komunikacji festiwalowej rozmowę wokół tegorocznej edycji Przemian
- odpowiadać specyfice publiczności festiwalowej (slajdy 15-16)
- komunikować Centrum Nauki Kopernik jako organizatora festiwalu
- rezygnujemy ze stosowanie logotypu Festiwalu Przemiany, który był używany w KV z poprzednich edycji (slajdy 10-12)



## Wymogi dla koncepcji kreatywnej

Zaproponowany koncept powinien pozwalać na efektywne wykorzystywanie przekazu na nośnikach typu print oraz online, zarówno w standardowych formatach (B1, A3, 1920x1080 px), jak i w tych znacznie większych i małych formatach wykorzystywanych w kampanii digitalowej.

W kampanii będzie wykorzystywać m.in. ekrany w komunikacji miejskiej oraz duże ekrany na stacji metra Świętokrzyska (30 m w podstawie), spoty w kilku specyfikacjach (w tym w formacie pionowym), materiały do kampanii digitalowej w systemach reklamowych google ads oraz fb ads.

Orientacyjny spis formatów zawiera załącznik nr 3 (zastrzegamy, że nie jest to pełna lista, może powiększyć się o max. 5 dodatkowych formatów digitalowych).



## SPIS FORMATÓW PROMOCYJNYCH DO PRZYGOTOWANIA NA BAZIE KV

Lp	nazwa formatu	liczba kreacji	specyfikacja	sposób przygotowania plików PRINT/DIGITAL
1	informacje kierunkowe na czas festiwalu	10	A3, poziom, do druku, bez spadów	PRINT
2	plakaty festiwalowe (ogólny, otwarcie)	2	B1, do druku, spady 5 mm	PRINT
3	plakaty - program	1	B1	PRINT
4	stopka z logotypami	1	1004x526 px	DIGITAL
5	program festiwalowy	1 (wersja PL i ENG)	A4	DIGITAL
6	tablica do przestrzeni festiwalowej (wystawa)	1 (tekst PL i ENG)	B1 / łamane na dwie szpalty PL i ENG, spady 5 mm	PRINT
7	tablica do przestrzeni festiwalowej 2	1 (tekst PL i ENG)	B1 / łamane na dwie szpalty PL i ENG, spady 5 mm	PRINT
8	opisy eksponatów	max. 40 (tekst PL i ENG)	A3, ze spadami	PRINT
9	identyfikatory	5	A6, druk dwustronny, pliki do druku ze sznytami + dodatkowo plik w krzywych do identyfiaktora GOŚCIE	PRINT
10	zaproszenia elektroniczne	2 (wersja PL i ENG)	plik jpg, dostosowany do wysyłki mailem	DIGITAL
11	festiwalowych	max. 15	1920x1080 px	DIGITAL
12	grafiki do współprac medialnych	5	1. 1920x1080 2. 900x500 px 3. 1200x600 4. 300x150 px 5. 1920x1080	DIGITAL
13	festiwalem)	4	1920x1080 px oraz 1080x1920 px	DIGITAL
14	ekrany CNK (w czasie festiwalu)	2	1080x1920 px	DIGITAL
15	ekrany CNK - program kina	10	1920x1080 px	DIGITAL
16	plansze na start i zakończenie wydarzeń	3	1920x1080 px	DIGITAL
17	grafiki do newsletterów	3	1200x600 px	DIGITAL
18	grafiki na www	20	slajder na stronę 1655x670, slajder mobile 360x220px, baner 738 x 160 px, baner 339 x 339 px, grafiki do wydarzeń: 700x250	DIGITAL
19	tyłówka do materiałów wideo	3	1920x1080 px	DIGITAL
20	spoty festiwalowe	2 (dwie długości: 10 i 20 sek.)	5 różnych specyfikacji do ustalenia w trybie roboczym (tramwaje, autobusy, ekrany na stacji metra Świętokrzyska, YT + format kwadratowy na IG+ paczka DCP)	DIGITAL
21	grafiki do aplikacji agregującej wydarzenia kulturalne	3	550x950 px i 810x700 px i 1000x1000 px	DIGITAL
22	cover photo na fb	2	1200x628 px (pamiętajcie, proszę o umieszczaniu copy w sposób jak najbardziej wycentrowany)	DIGITAL
23	profile picture na Fb	1	170x170 px	DIGITAL
24	grafiki do wydarzenia	3	1200x628 px	DIGITAL
25	posty na IG	3	1080x1080 px	DIGITAL
26	posty na fb	10	10 x 1080x1080 px (formaty statyczne i dynamiczne)	DIGITAL
27	grafiki pionowe do story - fb/IG	5	1080x1920	DIGITAL
28	plakat na wejście na wystawę	1	B1, spady 5 mm	PRINT
29	naklejki techniczne na wystawę	2	A6, spady	PRINT
30	tablica kuratorska	1 (tekst PL i ENG)	B1, spady 5 mm	PRINT
31	tablice "dyżur eksperta"	10	A3	PRINT
32	program z kodem QR	2	1080x1920px, 1920x1080 px	DIGITAL
33	dodatkowe plansze - przejście między budynkami	2	B1, do druku, spady 5 mm + A3 do druku	PRINT
34	grafiki do kampanii fb ads	4 linie kreatywne	w każdej linii po 5 formatów: 3x1080x1080 px, 1080x1920 px i 1200x628 px	DIGITAL
35	grafiki do kampanii google ads	3 linie kreatywne	w każdej linii max. 12 formatów	DIGITAL
36	template do prezentacji	1	5 różnych układów slajdów	DIGITAL
37	formaty do informacji kierunkowych związane z zamknięciem głównego budynku	4	do ustalenia w trybie roboczym	PRINT/DIGITAL

## **KLAUZULA INFORMACYJNA Z ART. 13 ROZPORZĄDZENIA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (RODO)**

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 4.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Centrum Nauki Kopernik, Warszawa (00-390), ul. Wybrzeże Kościuszkowskie 20, wpisane do Rejestru Instytucji Kultury prowadzonego przez Prezydenta m.st. Warszawy pod numerem 02/06. Z Administratorem danych można skontaktować się pisząc na powyższy adres siedziby lub wysyłając wiadomość na adres e-mail: [informacja@kopernik.org.pl](mailto:informacja@kopernik.org.pl)

1. Administrator wyznaczył inspektora ochrony danych (IOD) Z IOD można kontaktować się we wszystkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych. Kontakt do IOD: [iod@kopernik.org.pl](mailto:iod@kopernik.org.pl)
2. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego objętego niniejszym postępowaniem oraz na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b w celu zawarcia umowy.
3. odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o ustawę o dostępie do informacji publicznej.
4. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lat, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy,
5. obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących, związane jest z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, w odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, (w tym w formie profilowania), mogący wywoływać wobec Pani/Pana skutki prawne lub w podobny sposób istotnie wpływać na Pani/Pana sytuację.
6. posiada Pani/Pan:
  - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących,
  - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych<sup>1</sup>,
  - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO<sup>2</sup>,
  - Powyżej wymienione prawa można spełnić pisząc na adres siedziby Administratora lub kontaktując się na adres e-mail: [informacja@kopernik.org.pl](mailto:informacja@kopernik.org.pl)
  - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO,
9. nie przysługuje Pani/Panu:
  - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych,
  - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO,
  - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

---

<sup>1</sup> skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą *Prawo zamówień publicznych* oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.

<sup>2</sup> prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.