

1. Informacja o Zamawiającym

Kujawsko-Pomorski Fundusz Pożyczkowy Sp. z o.o. (K-PFP, Spółka) to spółka samorządu województwa kujawsko-pomorskiego, która powstała w 2004 r. Siedziba Spółki mieści się w Toruniu, a biura zamiejscowe znajdują się w Bydgoszczy, Grudziądzu i Włocławku.

Zadaniem K-PFP jest wspieranie rozwoju przedsiębiorczości w województwie kujawsko-pomorskim. Zadanie to K-PFP realizuje poprzez:

- udzielanie pożyczek dla firm (działalność flagowa; udzielono ponad 4500 pożyczek na łączną kwotę 800 mln zł)
- prowadzenie Regionalnych Inkubatorów Przedsiębiorczości (RIP) – wynajem przestrzeni biurowych dla firm w Bydgoszczy, Toruniu i Włocławku
- udzielania udzielanie wsparcia bezzwrotnego (granty, dotacje, przede wszystkim związane z działalnością badawczo-rozwojową)
- realizacja innych projektów dla przedsiębiorców (np. partnerstwo w projekcie „Regionalny Fundusz Szkoleniowy II”, w którym firmy mogą dostać dofinansowanie szkoleń, kursów, studiów)

Działania K-PFP są finansowane z funduszy unijnych.

2. Szczegółowe wymogi dot. realizacji zamówienia

I. Usługi graficzne i video

a. Dopracowanie key visualu dla Spółki.

Spółka korzysta z konkretnych elementów graficznych, kolorów i krojów pisma, widocznych na materiałach graficznych i stronie www. Zadaniem Zamawiającego będzie odświeżenie, dopracowanie key visual bazującego na elementach już używanych przez Spółkę.

Przykładowe materiały zostaną udostępnione Wykonawcy.

Jako „dopracowanie key visualu” dla Spółki rozumie się:

- i. Odświeżenie logotypu Spółki wraz z opracowaniem księgi znaku – logotyp w wersji pełnej (Kujawsko-Pomorski Fundusz Pożyczkowy) i skrótowiec (K-PFP). Logotyp powinien zachować dotychczasową kolorystykę, i powinien zostać dopasowany stylistycznie do designu materiałów graficznych i strony www. Nowa wersja logotypu może zawierać elementy wskazujące na różne pola działalności K-PFP (ppkt. ii). Termin realizacji zamówienia: 5 lipca 2024 r.
- ii. Zaprojektowanie logotypów i identyfikacji wizualnej dla poszczególnych pól działalności K-PFP:

- Pożyczki Unijne dla firm z woj. kujawsko-pomorskiego (logotyp może nawiązywać do sygnetu z dotychczasowego logo K-PFP – dwie strzałki)
- Regionalnych Inkubatorów Przedsiębiorczości (marka wspólna dla RIP w Bydgoszczy, Toruniu i Włocławku) wraz z księgą znaku – tak, aby logotyp nawiązywał do key visualu i logotypu głównego K-PFP.
- Granty. Logotyp powinien nawiązywać do logotypu projektu „Fundusz Badań i Wdrożeń 3.0” wraz z rozróżnieniem (np. warianty kolorystyczne) dla 3 modułów:
 - Moduł 1 „Fundusz Badań i Wdrożeń”
 - Moduł 2 „Fundusz Badań i Wdrożeń – Voucher Badawczy”
 - Moduł 3 „Bon na patent +”
- Projekty szkoleniowe

Termin realizacji zamówienia: 5 lipca 2024 r.

Zamawiający zakłada, że w przyszłości mogą być potrzebne kolejne elementy, których wykonanie przez Wykonawcę mogłoby być przedmiotem dodatkowych umów dotyczących współpracy.

- Opracowanie kluczowych elementów graficznych do stosowania w formatach reklamowych i promocyjnych:
 - grafika na Facebook,
 - motyw prezentacji Power Point,
 - banery reklamowe w różnych kształtach: 750x100 px, 750x200 px, 300x600 px, inne).

Elementy te muszą być dostarczone w wersji edytowalnej – pliki otwarte (np. w formacie pdf). Każdorazowo przed zleceniem produkcji, projekt musi być uzgodniony z Zamawiającym, i być zgodny z opracowanym key visuałem (punkt 2., I, a).

Termin realizacji zamówienia: 5 lipca 2024 r.

b. Przygotowanie projektów i produkcja materiałów wymienionych poniżej. Każdorazowo przed zleceniem produkcji, projekt musi być uzgodniony z Zamawiającym, i być zgodny z opracowanym key visuałem (punkt 2., I, a). Materiały reklamowe muszą być opatrzone logotypami dotyczącymi finansowania ze środków UE, przez program regionalny Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza 2021-2027 (K-PFP przekaże Wykonawcy wymagany zestaw logotypów).

i. Rollupy (rollup jednostronny, 100x200 cm) wraz z projektem w wersji otwartej, edytowalnej (np. w formacie pdf) - 10 szt. Termin realizacji zamówienia: 15 lipca 2024 r.

ii. Teczka mieszcząca A4, dwubigowa, papier matowy 350 g, kolor jednostronnie 1000 szt., wraz z projektem w wersji otwartej, edytowalnej (np. w formacie pdf). Termin realizacji zamówienia: 22 lipca 2024 r.

iii. Torba prezentowa (papierowa, format mieszczący A4 lub inny format, w zależności od wielkości zaproponowanych gadżetów z pkt. II b. 5.) – tak, by gadżety zmieściły się do torby - 500 szt.) Termin realizacji zamówienia: 22 lipca 2024 r.

iv. Projekt ulotki (ogólny projekt wykonany tak, by możliwe było wykorzystanie go do poszczególnych usług z oferty K-PFP – pożyczki, granty, po uzupełnieniu treści). Ulotka A5, obustronna, w pionie, lub 2DL składane do DL w pionie. Projekt w wersji otwartej, edytowalnej (np. w formacie pdf). Termin realizacji zamówienia: 15 lipca 2024 r.

v. Projekt wizytówki w formacie 90x50 mm dla pracowników K-PFP – projekt w wersji otwartej, edytowalnej. Termin realizacji zamówienia: 5 lipca 2024 r.

vi. Naklejki informujące o dofinansowaniu.

Naklejka musi zawierać: znak programu regionalnego FE dla Kujaw i Pomorza, barwy Rzeczypospolitej Polskiej, znak Unii Europejskiej oraz tekst „Zakup współfinansowany ze środków Unii Europejskiej”, jeśli projekt jest częściowo współfinansowany z Funduszy Europejskich. Minimalny rozmiar 14x8 cm. 400 szt. Zamawiający zastrzega możliwość zmniejszenia lub zwiększenia wymiarów naklejki m.in. ze względu na rodzaj i charakter przedmiotu, sprzętu na którym naklejka ma zostać naklejona, przy zachowaniu wszystkich elementów i proporcji wzoru (fonty oraz elementy muszą być proporcjonalnie zeskalone). Wzór naklejki jest obowiązkowy, tzn. nie można go modyfikować, dodawać/usuwać znaków. (K-PFP przekaże Wykonawcy obowiązkowy wzór naklejki).
Termin realizacji zamówienia: 5 lipca 2024 r.

c. Opracowanie i wyprodukowanie animacji video nowego logotypu. Animacja powinna mieć długość pomiędzy 15 s. a 30 s., przygotowana w formacie mp4 lub innym popularnym formacie video. Termin realizacji zamówienia: 31 lipca 2024 r.

d. Opracowanie koncepcji, scenariusza i produkcja krótkich materiałów video (do 10 min.). Video w formie animacji lub filmu z elementami animacji z występującymi osobami (aktorzy, eksperci K-PFP, klienci i innych instytucji). Filmy przygotowane w formacie mp4 lub innym popularnym formacie video. W ofercie Zamawiający podaje koszt realizacji materiału video z wyszczególnieniem na film animowany oraz film z 1 aktorem. Termin realizacji zamówienia: 20 września 2024 r.

Przykładowe planowane filmy (każdy długości do 10 minut)

1. Video wizerunkowe dotyczące całokształtu działalności Spółki (nakręcone w kilku lokalizacjach – biurach K-PFP, wypowiedzi pracowników / ekspertów, głos z offu, rozmowy z klientami)
2. Video ogólne dotyczące oferty Spółki (animacja)
3. Video dotyczące składania wniosków pożyczkowych (animacja)
4. Video dotyczące składania wniosków grantowych (animacja)
5. Przygotowanie 15 reelsów (video w formie pionowej, do wykorzystania na Facebooku i Instagramie, na podstawie pozostałych form video, do 45 s. każdy)

W ofercie Zamawiający poda koszt wykonania wszystkich elementów zawartych w pkt. 2. ppkt I. Możliwe podanie szczegółów dotyczących planowanych realizacji poszczególnych elementów. W trakcie realizacji zamówienia Zamawiający określi sposób oznaczenia przez Wykonawcę materiałów informacyjno-promocyjnych (obowiązkowe logotypy związane z finansowaniem projektu z Funduszy Unijnych).

II. Kampania reklamowa.

Kampania promocyjna w 2024 r. dotyczyć będzie dwóch aspektów działalności K-PFP: pożyczek oraz grantów/dotacji na działalność badawczo-rozwojową. Podstawowy opis oferty, jakiej dotyczyć ma kampania, znajduje się w Załączniku.

Rozkład środków finansowych: Wykonawca przedstawi proponowany harmonogram realizacji zlecenia przy założeniu, że rozpoczęcie działań nastąpi od dnia podpisania umowy, od realizacji usług opisanych w pkt 2,1 (usługi graficzne i video), a najwięcej działań reklamowych odbędzie się we wrześniu i październiku.

Zasięg kampanii: Kampania musi obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego. Zamawiającemu zależy, aby dotrzeć do mieszkańców nie tylko dużych miast (Bydgoszcz, Toruń, Włocławek, Grudziądz), ale także mniejszych ośrodków miejskich (np. za pośrednictwem środków kampanii outdoorowej lub internetowych portali lokalnych).

Wykonawca wskaże w koncepcji do jakich miejscowości/obszarów dotrze z kampanią za pomocą każdego kanału/narzędzia, wykorzystywanego w kampanii (np. w formie wykazu poszczególnych miejscowości z przypisaniem konkretnych kanałów/narzędzi).

Elementy opracowania i realizacji kampanii reklamowej:

- a. Opracowanie koncepcji kreatywnej kampanii

Materiały przygotowane na cele kampanii muszą być zgodne z opracowanym key visual (punkt 2., I, a). Wykonawca może zaproponować nowe hasło reklamowe dla pożyczek oraz projektów grantowych lub posługiwać się hasłami już używanymi przez Spółkę („Unijne pożyczki dla Twojej firmy”; „Z nami rozwiniesz swój biznes”). Koncepcja kreatywna kampanii musi zawierać nowatorskie podejście.

b. Opracowanie koncepcji strategicznej kampanii

Wykonawca w ofercie opisz sposob wykorzystania każdego z poniższych obligatoryjnych elementów, łącznie z orientacyjnym harmonogramem publikacji treści.

i. Internet – obligatoryjnie: kampania informacyjno-promocyjna za pośrednictwem mediów internetowych (portale regionalne i lokalne, lub inne – ogólnopolskie lub specjalistyczne, z targetowaniem na teren woj. kujawsko-pomorskiego lub mieszkańców woj. kujawsko-pomorskiego);

- fakultatywnie: kampania za pośrednictwem reklam w serwisie Facebook i wyszukiwarce Google.

Przeprowadzenie kampanii odsłonowej gwarantującej dotarcie do minimum 50 000 unikalnych użytkowników.

ii. Radio – kampania informacyjno-promocyjna za pośrednictwem rozgłośni regionalnych i lokalnych lub radia internetowego z targetowaniem na teren woj. kujawsko-pomorskiego lub mieszkańców woj. kujawsko-pomorskiego.

Produkcja 2 spotów zachęcających do wejścia na wskazaną przez zleceniodawcę stronę. Spot długości 30 sekund, z jednym lektorem. Emisja spotów (min. 100) z możliwością zaplanowania emisji o określonej godzinie. Czas: 21 dni.

iii. Prasa – publikacje prasowe w prasie regionalnej i lokalnej, graficzne, tekstowe lub tekstowo-graficzne. Dotarcie do minimum 50 000 odbiorców w województwie kujawsko-pomorskim. Wydanie piątkowe - 1 strona.

iv. Outdoor – wykorzystanie nośników takich jak: billboardy, citylighty, plakaty w przestrzeni publicznej lub inne, zaproponowane przez Wykonawcę.

Przygotowanie materiałów graficznych do wszystkich działań outdoorowych. Zamawiającemu zależy na min. 10 różnych lokalizacjach w miastach prezydenckich regionu Bydgoszcz, Toruń, Grudziądz, Inowrocław). Ekspozycja 1 miesiąc.

v. Gadżety promocyjne

Wymyślenie koncepcji i zrealizowanie zamówienia dwóch rodzajów gadżetów promocyjnych. Ze względu na wskazania wynikające z realizacji przez Zamawiającego projektów unijnych, gadżety mogą być to tylko produkty eko, z recyklingu lub ze zrównoważonej produkcji lokalnej. Gadżety muszą być wyprodukowane w taki sposób, aby było możliwe umieszczenie na nich logotypów dot. finansowania ze środków UE (K-PFP przekaże Wykonawcy wymagany zestaw logotypów).

- gadżet o cenie do 4 zł netto za sztukę (1000 szt.)

- gadżet o cenie do 15 zł netto za sztukę (400 szt.)

- gadżet o cenie do 49 zł netto za sztukę (100 szt.)

c. Realizacja kampanii wg koncepcji z pkt. a i b

d. Przedstawienie sprawozdania z kampanii wraz z podsumowaniem dotyczącym efektywności kampanii reklamowej.

Oferta musi zawierać:

- koncepcję kampanii reklamowej, z wyszczególnieniem sposobu wykorzystania obligatoryjnych elementów dotarcia do odbiorców (pkt. II b, i-iv), wraz z orientacyjnym harmonogramem publikacji treści w mediach / Internecie / ekspozycji materiałów reklamy outdoorowej
- opis proponowanych gadżetów reklamowych zgodnie z pkt. II b, v; możliwość dołączenia grafik, zdjęć obrazujących propozycję gadżetów
- opis w jaki sposób osiągnięte zostaną założenia dot. zasięgu kampanii;
- portfolio dostarczone w wersji elektronicznej (w formacie PDF)– jako Załącznik, wraz z linkami do materiałów video lub materiałami video dostarczonymi na nośniku USB; portfolio musi prezentować dotychczasowe realizacje Wykonawcy, takie jak hasło reklamowe oraz elementy zawarte w punkcie 2, I.
- całościową cenę wykonania zamówienia.

Dodatkowo, oferta może zawierać opis zaproponowanych przez Wykonawcę innych, niewymienionych w SOPZ sposobów dotarcia do odbiorców, oraz użycie kampanii za pośrednictwem reklam w serwisie Facebook i wyszukiwarce Google.

W trakcie realizacji zamówienia Zamawiający określi sposób oznaczenia przez Wykonawcę materiałów informacyjno-promocyjnych (obowiązkowe logotypy związane z finansowaniem projektu z Funduszy Unijnych).

III. Czas realizacji zamówienia

Realizacja zamówienia rozpoczyna się z dniem podpisania umowy na realizację zamówienia, a kończy 15 grudnia 2024 r. Zamawiający zastrzega prawo do zmiany terminu realizacji zamówienia.

Zamawiający przewiduje, że kampania reklamowa (pkt. 2., II.) będzie trwać od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2024 r., natomiast do 15 grudnia 2024 r. wykonawca przedstawi ostateczną, zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję sprawozdania końcowego (lub ostatniego sprawozdania częściowego) z przeprowadzonych działań w ramach zamówienia, zawierającą takie elementy jak:

- Spis zrealizowanych usług graficznych i video wraz z terminem dostarczenia do Zamawiającego (zgodnych z pkt 2)
- Opis przeprowadzonej kampanii reklamowej (rozkład środków oraz zasięg kampanii wraz z harmonogramem)

IV. Przekazanie praw autorskich

Wykonawca w ramach przedmiotu umowy przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne do całej koncepcji strategicznej kampanii oraz całej koncepcji kreatywnej kampanii, w tym wszelkiego rodzaju projektów graficznych (m.in. grafik, zdjęć oraz wszelkich materiałów powstałych na potrzeby spotów radiowych, telewizyjnych, reklamy w prasie i Internecie, itp.), do wszelkich utworów powstałych na potrzeby kampanii, takich jak spoty telewizyjne i radiowe oraz ich koncepcje, artykuły prasowe, wszelkie treści zamieszczone w Internecie, itp.