

Projekt „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach”
współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

Załącznik nr 4 do zaproszenia do składania ofert

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

Działania informacyjno-promocyjne w ramach projektu „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach”

1. Cel/cele projektu

Ogólnym celem projektu jest stworzenie sprawnego, efektywnego oraz bezpiecznego systemu transportu, zgodnego ze standardami unijnymi w zakresie ochrony środowiska (niskoemisyjnego), zapewniającego połączenia komunikacyjne poprawiające dostępność transportową regionu, który jest niezbędny do dynamicznego rozwoju społeczno-gospodarczego regionu oraz województwa łódzkiego. Celem projektu jest jednocześnie zapewnienie wysokiej jakości publicznego transportu zbiorowego w dostosowaniu do preferencji i oczekiwań pasażerów, w tym do oczekiwanej dostępności dla osób niepełnosprawnych, tworzącej realną alternatywę dla podróży samochodem osobowym, a przez to zmniejszenie zatłoczenia motoryzacyjnego, zmniejszenie emisji zanieczyszczeń powietrza, poprawę stanu środowiska naturalnego, wzrost mobilności mieszkańców. Dobrze rozwinięte połączenia transportowe wzmocnią spójność przestrzenną regionu, zwiększając jego atrakcyjność inwestycyjną oraz stwarzając podmiotom gospodarczym i wszystkim mieszkańcom odpowiednie możliwości rozwojowe. Interwencja w tym obszarze będzie koncentrować się na budowie zintegrowanego systemu transportowego, łączącego główne gałęzie transportu, przede wszystkim drogowego, publicznego transportu zbiorowego.

Celem szczegółowym (bezpośrednim) projektu jest zwiększone wykorzystanie transportu publicznego. Realizacja projektu przyczyni się do rozwoju w mieście Pabianice sprawnego i bezpiecznego systemu publicznego transportu zbiorowego, o wysokiej jakości świadczonych usług, spełniającego standardy unijne w zakresie ochrony środowiska, konkurencyjnego względem transportu indywidualnego. Realizacja projektu wpłynie także na integrację wewnętrzną i dostępność komunikacyjną m. Pabianice i jego obszarów funkcjonalnych, co przyczyni się do zwiększenia mobilności zawodowej i przestrzennej mieszkańców oraz poprawy dostępu do rynku pracy, edukacji i usług społecznych, także dla mieszkańców obszarów wiejskich. Powiązanie transportu publicznego z głównymi przestrzeniami publicznymi i usługami w mieście zachęci mieszkańców do korzystania z oferty przewozowej komunikacji miejskiej. Efektem realizacji działania będzie poprawa atrakcyjności komunikacji miejskiej i wzrost liczby osób korzystających z jej usług. Realizacja projektu przyczyni się do osiągnięcia celów zdefiniowanych w planie gospodarki niskoemisyjnej wraz z elementami Planu zrównoważonej mobilności miejskiej, strategii ZIT, Strategii Rozwoju Miasta Pabianice na lata 2016-2022, Planie Zrównoważonego Rozwoju Publicznego Transportu Zbiorowego dla Gminy Miejskiej Pabianice na lata 2017-2025.

Realizacja projektu przyczyni się do ograniczenia zanieczyszczenia środowiska i emisji CO₂, wpisując się w realizację strategicznych celów zawartych w Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020 oraz strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu Europa 2020. Dzięki projektowi oprócz

osiągnięcia korzyści społecznych wywołanych ograniczeniem emisji, osiągnięte zostaną również mierzalne korzyści społeczne wynikające z oszczędności czasu osób podróżujących komunikacją miejską w Pabianicach dzięki wdrożeniu systemu dynamicznej informacji pasażerskiej. Podsumowując, realizacja przedmiotowego projektu przyczyni się do osiągnięcia następujących efektów środowiskowych, społecznych i gospodarczych:

- zmniejszenie emisji zanieczyszczeń wynikającej z procesów transportowych,
- ograniczenie emisji hałasu powstającego w procesach transportowych,
- zwiększenie dostępu do publicznego transportu zbiorowego mieszkańcom rejonu Klimkowizny i Chechła Pierwszego (mieszkającym wzdłuż ulicy Podmiejskiej),
- poprawa jakości transportu publicznego,
- realizacja idei smart city,
- osiągnięcie zrównoważonej mobilności miejskiej dzięki rozwojowi niskoemisyjnego publicznego transportu zbiorowego i bezemisyjnego transportu rowerowego,
- zmiana wizerunku publicznego transportu zbiorowego na nowoczesny i przyjazny użytkownikom,
- poprawa bezpieczeństwa wszystkich uczestników ruchu, w tym użytkowników publicznego transportu zbiorowego, rowerzystów, kierowców samochodów osobowych,
- zwiększenie dostępu do publicznego transportu zbiorowego osobom niepełnosprawnym i starszym,
- zwiększenie atrakcyjności terenów przemysłowych i usługowych poprzez zwiększenie ich dostępu do publicznego transportu zbiorowego.

Celem działań promocyjnych podejmowanych w ramach projektu będzie dotarcie do jak najszerszego grona osób z informacją o przeprowadzanej inwestycji. Promocja projektu zostanie skierowana przede wszystkim do bezpośrednich użytkowników projektu tj. zmotoryzowanych mieszkańców Pabianic oraz mieszkańców gmin ościennych w obszarze aglomeracji, którzy stanowią będą potencjalnych użytkowników projektu zmieniających dotychczasowy sposób podróżowania w obszarze aglomeracji tzn. zamieniają dotychczasowy środek transportu, jakim jest samochód na środki transportu publicznego (autobus, tramwaj) i kontynuowaniu następnie podróży z wykorzystaniem środków transportu publicznego funkcjonujących w Pabianicach. Tak więc planowana promocja projektu ma przede wszystkim na celu zmianę dotychczasowych zachowań komunikacyjnych zmotoryzowanych mieszkańców aglomeracji na rzecz zwiększenia użytkowania środków transportu publicznego.

2. Działania informacyjno-promocyjne w ramach niniejszego projektu

Wszelkie działania informacyjno-promocyjne w ramach projektu „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach” będą prowadzone zgodnie z wytycznymi *Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji* właściwymi dla umów o dofinansowanie zawartych przed 1.01.2018.

2.1. Stałe tablice informacyjne

Wykonawca ustawi dwie tablice informacyjne (w trakcie realizacji projektu), które po zakończeniu projektu staną się tablicami pamiątkowymi. Tablicę będą wykonane zgodnie z wytycznymi *Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji* właściwymi dla umów o dofinansowanie zawartych przed 1.01.2018 i będą zawierać:

- nazwę beneficjenta,

- tytuł projektu,
- cel projektu,
- zestaw logo – znaki FE i UE oraz herb lub oficjalne logo promocyjne województwa,
- adres portalu www.mapadotacji.gov.pl,
- wartość projektu i dofinansowania.

Tablice mają być wykonane z materiału odpornego na warunki atmosferyczne i zniszczenie, zamocowane na wysokości co najmniej dwóch metrów nad ziemią. Wykonawca zobowiązany jest zamontować tablice w sposób uniemożliwiający jej wywrócenie oraz zapewniający bezpieczeństwo.

Lokalizacje tablic:

- pętla autobusowa Waltera-Jankego (w związku z budową nowego obiektu dworcowego, parkingu bike&ride i zlokalizowanej obok drogi dla rowerów),
- pętla autobusowa Podmiejska (budowa pętli w ramach projektu).

Wykonawca odpowiada za uzyskanie wszelkich niezbędnych pozwoleń od odpowiednich organów oraz zarządców terenu, na których zostaną zlokalizowane tablice. Szczegółowa lokalizacja tablic musi być uzgodniona z Zamawiającym.

Termin ustawienia tablic:

- pętla autobusowa Waltera-Jankego: do 15.10.2018 r.
- pętla autobusowa Podmiejska: w momencie rozpoczęcia prac budowlanych (Zamawiający określi szczegółowy termin z 30-dniowym wyprzedzeniem).

2.2. Publikacja książkowa „Przystanek Pabianice”

Wykonawca wyda w nakładzie min. 500 egzemplarzy książkę pn. „Przystanek Pabianice”, opisującą rys historyczny pabianickiej komunikacji miejskiej oraz zawierającą informacje na temat niniejszego projektu. Gotową do wydruku publikację dostarczy Muzeum Miasta Pabianic – jednostka organizacyjna Zamawiającego.

Parametry publikacji:

- przewidywany format: 210x198 mm,
- książka w twardej oprawie szytej nićmi,
- min. 160 stron,
- wydruk na papierze kredowym 170 g,
- kolorowe ilustracje przeplatane z tekstem.

Termin wydania publikacji:

- 300 szt.: do 20 września 2018 r.,
- 200 szt.: do 12 sierpnia 2019 r.

2.3. Kampania informacyjno-promocyjna

W ramach promocji projektu „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach” Wykonawca zrealizuje kampanię informacyjno-promocyjną, obejmującą:

- opracowanie koncepcji kreacji kampanii i projektów graficznych:
 - Wykonawca w nieprzekraczalnym terminie do 15 dni roboczych od podpisania umowy opracuje i dostarczy następujące dokumenty: plan wykonawczy kampanii informacyjno-promocyjnej, harmonogram działań w ramach przedmiotowej kampanii, wstępne projekty graficzne materiałów promocyjnych.
 - Zamawiający jest zobowiązany w ciągu 7 dni roboczych do przekazania Wykonawcy uwag lub akceptacji, Wykonawca jest zobowiązany

do uwzględnienia wszystkich uwag Zamawiającego.

- wykonanie materiałów promocyjnych:
 - ulotek (nakład 2 x 1.000 egz., format A4 składany do DL w C, dwustronne, druk pełen kolor, papier kreda o gramaturze min. 130g/m²),
 - roll-up (nakład: 2 szt., rozmiar minimalny 85cm x 200cm),
 - plakatów A3 (nakład min. 50 egz., papier o gramaturze min. 130g/m²),
- wykonanie niezbędnika pasażera w formie mapki linii z dołączonymi rozkładami jazdy (nakład 3.000 egz., rozmiar mapki min. 270 x 420 mm),
- kampania social media za pośrednictwem fanpage KomunikacjaPabianice.pl,
- zorganizowanie wydarzeń promujących projekt i korzystanie z komunikacji miejskiej w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu (jedno wydarzenie), w tym przynajmniej konkurs dla dzieci, piknik, happening. Wykonawca poinformuje lokalne media o przedsięwzięciach (wymóg reklamy prasowej i internetowej), ponadto utworzy wydarzenie na fanpage KomunikacjaPabianice.pl, gdzie uczestnicy będą mogli potwierdzać swój udział oraz zapraszać kolejne osoby. Lokalizacja realizacji pikniku happeningu musi być uprzednio uzgodniona z Zamawiającym (Zamawiający udostępni na ten cel nieodpłatnie teren, będący w dyspozycji Zamawiającego). Slogan Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu 2018: „Multimodalność – przesiadaj się i jedź”. Przy kreacji koncepcji wydarzenia ETZT należy wykorzystać materiały wizualizacyjne ETZT udostępniane przez Komisję Europejską pod adresem <http://mobilityweek.eu/communication-toolkit> oraz wytyczne tematyczne (Manual 2018) i przewodnik po najlepszych praktykach udostępnione na stronie <http://mobilityweek.eu/campaign-resources/>.

Termin wykonania kampanii informacyjno-promocyjnej:

- plan wykonawczy kampanii informacyjno-promocyjnej, harmonogram działań w ramach przedmiotowej kampanii, opracowanie koncepcji kampanii i wstępnych projektów graficznych: do 15 dni roboczych od podpisania umowy.,
- kampania social media: stale w okresie trwania projektu (tj. do grudnia 2019 r.),
- wykonanie 1.000 ulotek: do 15 października 2018 r.,
- wykonanie 1.000 ulotek: do 15 sierpnia 2019 r.,
- wykonanie roll-up (2 szt.): do 1 (jednego) miesiąca kalendarzowego od podpisania umowy,
- wykonanie plakatów A-3: do 20 października 2018 r.,
- wykonanie niezbędnika pasażera: do 30 sierpnia 2019 r. (Zamawiający zastrzega możliwość opóźnienia wymaganego terminu realizacji niezbędnika pasażera w przypadku znacznej ilości tymczasowych zmian w kursowaniu komunikacji miejskiej),
- wydarzenie w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu: sobota 22 września 2018 r.

2.4. Artykuły sponsorowane w prasie lokalnej i/lub lokalnych portalach internetowych

W celu upublicznienia informacji o projekcie zostaną opublikowane cztery artykuły w lokalnej prasie (Pabianice, powiat pabianicki) i/lub czołowych lokalnych portalach internetowych (Pabianice, powiat pabianicki), które odnotowały największą liczbę odsłon i użytkowników. Wybiera się te media, które mają największy zasięg. Wykonawca w ciągu 15 dni roboczych od podpisania umowy przedstawi do akceptacji Zamawiającego media plan, zawierający listę mediów, przeznaczonych do publikacji artykułów sponsorowanych. Minimalna objętość artykułu: 1.800 znaków, 2 ilustracje. Wykonawca przedłoży projekt artykułu do akceptacji Zamawiającego.

Powyższe będzie miało na celu zachęcenie niezdecydowanych do korzystania z komunikacji miejskiej oraz poinformowanie o współfinansowaniu i korzyściach płynących

z podróżowania komunikacją miejską. Mieszkańcy Pabianic często sięgają po prasę lokalną i odwiedzają lokalne portale internetowe, zatem jest to skuteczny kanał przekazu informacji.

Terminy publikacji artykułów sponsorowanych:

- dwa artykuły sponsorowane (lokalna prasa, lokalny portal): do 30 października 2018 roku,
- dwa artykuły sponsorowane (lokalna prasa, lokalny portal): do 14 czerwca 2019 r.

3. Terminy płatności

Zamawiający przewiduje płatność za realizację przedmiotu zamówienia w trzech nw. transzach:

1. etap I – w wysokości 74% przedmiotu zamówienia – płatność nastąpi do 30 listopada 2018 r. (Wykonawca wystawi fakturę 30-dniowym wyprzedzeniem);
2. etap II – w wysokości 25% przedmiotu zamówienia – płatność nastąpi do 15 września 2019 r. (Wykonawca wystawi fakturę 30-dniowym wyprzedzeniem);
3. etap III (płatność końcowa) – w wysokości 1% przedmiotu zamówienia – płatność nastąpi do 30 stycznia 2020 r. (Wykonawca wystawi fakturę z 30-dniowym wyprzedzeniem).

Termin	Usługa
Etap I – do 30.10.2018 r.	Koncepcja kampanii, projekty graficzne elementów kampanii, opracowanie harmonogramu kampanii
	Kampania social media
	Wykonanie 1.000 szt. ulotek
	Druk 300 szt. książek „Przystanek Pabianice”
	Wykonanie roll-up (2 szt.)
	Wykonanie plakatów A3 (min. 50 szt.)
	Wydarzenie w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu
	Tablica informacyjna na pętli Waltera-Jankego
	Dwa artykuły sponsorowane w mediach lokalnych
	Przygotowanie raportu, podsumowującego podjęte działania w ramach etapu I
Etap II – do 15.08.2019 r.	Wykonanie 1.000 szt. ulotek
	Druk 200 szt. książek „Przystanek Pabianice”
	Wykonanie niezbędnika pasażera (3.000 egz.)
	Tablica informacyjna na pętli Podmiejska (do 28.02.2019 r.)

	Kampania social media
	Dwa artykuły sponsorowane w mediach lokalnych
	Przygotowanie raportu, podsumowującego podjęte działania w ramach etapu II
Etap III – do 31.12.2019 r.	Kampania social media
	Przygotowanie raportu, podsumowującego podjęte działania promocyjne w ramach etapu III i w całym okresie zamówienia