

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Usługi informacji i promocji Projektu pn. *Projekt i wykonanie systemu wystawienniczego optymalizującego możliwości aranżacyjne działań ekspozycyjnych i innych typów prezentacji kulturalnych w Muzeum Sztuki Współczesnej, oddziale Muzeum Narodowego we Wrocławiu, ul. Wystawowa 1*, realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020, Priorytet: VIII Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury, Działanie: 8.1 Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury.

### I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja działań informacyjno-promocyjnych Projektu pn. *Projekt i wykonanie systemu wystawienniczego optymalizującego możliwości aranżacyjne działań ekspozycyjnych i innych typów prezentacji kulturalnych w Muzeum Sztuki Współczesnej, oddziale Muzeum Narodowego we Wrocławiu, ul. Wystawowa 1*, dofinansowanego ze środków finansowych Unii Europejskiej.

### II. CELE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH:

- 1) Celem podstawowym działań promocyjnych projektu jest poinformowanie grupy docelowej o tym, że wyposażenie przestrzeni wystawienniczych i prezentacyjnych dla ekspozycji sztuki współczesnej współfinansowane jest ze środków Unii Europejskiej oraz Województwa Dolnośląskiego. Wykonawca powinien bowiem stworzyć taki system informacji, który umożliwi przekazywanie wiadomości na temat możliwości wykorzystania (oraz rzeczywistego zaangażowania) środków pochodzących z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego poszczególnym grupom docelowym w tym szeroko rozumianej opinii publicznej.
- 2) Dzięki realizacji tego celu ogólnego możliwe będzie urzeczywistnienie celów szczegółowych, czyli przekazanie odbiorcom roli, jaką odgrywa Unia Europejska poprzez fundusze, które przeznacza na rozwój krajów członkowskich. Dodatkowo możliwe będzie informowanie potencjalnych beneficjentów pomocy o możliwościach wsparcia w ramach tych funduszy.
- 3) Poza wskazanym celem głównym i celami szczegółowymi działania informacyjno-promocyjne mają również cele dodatkowe:
  - uzyskanie przychylnego nastawienia wśród grupy docelowej, a w szczególności mieszkańców regionu,
  - wskazanie korzyści ekonomicznych i społecznych jakie przyniesie wykorzystanie przestrzeni dziedzica Pawilonu Czterech Kopuł dzięki dofinansowaniu Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego,
  - przedstawienie społeczności, a w szczególności obecnym odbiorcom programów oferowanych przez instytucje kultury roli, jaką miało dofinansowanie zewnętrzne w możliwości realizacji przyszłego programu kulturowego oraz pozyskanie odbiorców dla instytucji.

### III. WYTYCZNE I ZALECENIA DLA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

**Wszystkie działania informacyjno-promocyjne muszą być realizowane przez Wykonawcę zgodnie z Wytycznymi w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020, „Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”, stanowiącym Załącznik nr 1 do SIWZ oraz załącznikiem nr 12 ( *Obowiązki Informacyjne Beneficjenta*) do umowy o dofinansowanie Projektu nr POIS.08.01.00-00-1096/16-00, stanowiącym załącznik nr 2 do SIWZ.**

### IV. WARUNKI OGÓLNE REALIZACJI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

- 1) Wszystkie materiały przygotowane przez Wykonawcę w trakcie kampanii promocyjnej o ile niniejszy OPZ nie przewiduje dla nich usług dystrybucji zostaną dostarczone do siedziby Zamawiającego. Koszty dystrybucji i transportu materiałów ponosi Wykonawca.
- 2) Wszystkie materiały przygotowane przez Wykonawcę muszą zostać zatwierdzone przez Zamawiającego: projekty i egzemplarze próbne (jeśli są wymagane) przed ich wyprodukowaniem, a materiały gotowe w momencie ich dostarczenia.
- 3) Wykonawca jest zobowiązany do comiesięcznego (w terminie do 5 dnia miesiąca następnego za poprzedni miesiąc kalendarzowy) pisemnego sprawozdania z realizowanych działań informacyjno-promocyjnych (Sprawozdanie ze zrealizowanych usług promocji Projektu za miesiąc kalendarzowy). W sprawozdaniu określa Wykonawca w szczególności okres sprawozdawczy oraz opisuje ilościowo i jakościowo zakres prowadzonej w tym okresie kampanii wskazując wszystkie zrealizowane działania. Sprawozdania nie wyłączają obowiązku protokolarnego przekazywania zrealizowanych materiałów oraz zadań.

#### **V. ZAKRES DZIAŁAŃ**

- 1) Przygotowanie szczegółowego programu promocji i zarządzanie jego wdrożeniem wraz ze szczegółowym harmonogramem.
- 2) Prace graficzne - opracowanie Key Visual Projektu, przygotowanego w oparciu o załącznik oferty Wykonawcy pn. „Konceptcja Key Visual Projektu pn. Projekt i wykonanie systemu wystawienniczego optymalizującego możliwości aranżacyjne działań ekspozycyjnych i innych typów prezentacji kulturalnych w Muzeum Sztuki Współczesnej, Oddziale Muzeum Narodowego we Wrocławiu, ul. Wystawowa 1”, uwzględniającego wytyczne w zakresie informacji i promocji oraz identyfikację wizualną Muzeum Narodowego we Wrocławiu; na bazie przygotowanego systemu identyfikacji wizualnej Projektu, wykorzystujących grafikę: plakaty B1, A2, ulotka w wersji polskiej i angielskiej, roll-up, reklamy w prasie, reklamy wielkoformatowe - outdoorowe (citylighty, słupy reklamowe), projekt wizualny podstrony internetowej, plansze do filmów, projekty do działań niestandardowych, gadżety promocyjne.  
  
UWAGA. WYKONAWCA JEST ZOBOWIĄZANY DO PRZEDSTAWIENIA W OFERCIE KEY VISUAL PROJEKTU – PROPOZYCJA TA BĘDZIE OCENIANA WG PRZYJĘTEGO W POSTĘPOWANIU PRZETARGOWYM KRYTERIUM – SZCZEGÓŁY W SIWZ - DZIAŁ VII ust. 5 pkt. 1 oraz DZIAŁ XIV ust. 1 pkt. 2.
- 3) Organizacja dwóch konferencji prasowych.
- 4) Wykonanie i montaż dwóch tablic informacyjnych.
- 5) Druk plakatów promocyjnych – 200 szt.
- 6) Druk ulotek promocyjnych w języku polskim i angielskim – 15 000 szt.
- 7) Rollupy – 2 szt.
- 8) Wykonanie podstrony internetowej.
- 9) Przygotowanie i zamieszczenie 5 ogłoszeń w prasie regionalnej i ogólnopolskiej.
- 10) Przygotowanie i zakup emisji spotu (ów) w rozgłośni radiowej o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim.
- 11) Zakup czasu antenowego (audycja w TV), polegający na zamówienie audycji promocyjnej wraz z jej scenariuszem w telewizji regionalnej i jej emisji na antenie tej telewizji o zasięgu dolnośląskim.
- 12) Wyprodukowanie spotu promocyjnego (filmowego) - stworzenie scenariusza i zrealizowanie jednego 30. sekundowego spotu informującego o projekcie i jego efektach.
- 13) Produkcja filmu informacyjnego.
- 14) Zrealizowanie reklamy wielkoformatowej (plakaty na słupach reklamowych, citylighty).
- 15) Przygotowanie i przeprowadzenie trzech działań marketingowych, niestandardowych, zgodnie z załącznikiem oferty Wykonawcy pn. „Konceptcja działań marketingowych niestandardowych”

UWAGA. WYKONAWCA JEST ZOBOWIĄZANY DO PRZEDSTAWIENIA W OFERCIE ORYGINALNYCH PROPOZYCJI PRZYGOTOWANIA I ZORGANIZOWANIA 3 (TRZECH) DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH NIESTANDARDOWYCH (np.

EVENTÓW) – PROPOZYCJA TA BĘDZIE OCENIANA WG PRZYJĘTEGO W POSTĘPOWANIU PRZETARGOWYM KRYTERIUM – SZCZEGÓŁY W DZIALE VII ust. 5 pkt. 2 oraz DZIAŁ XIV ust. 1 pkt. 3. SIWZ.

16) Zaprojektowanie i wyprodukowanie gadżetów promocyjnych (kubek, torba, notes, długopis).

**Zakres, terminy oraz ceny usług zostały opisane w Kosztorysie ofertowym Wykonawcy, przygotowanym w oparciu o wzór stanowiący załącznik nr 3 do SIWZ.**

## **VI. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES ZADAŃ.**

### **1. PRZYGOTOWANIE SZCZEGÓŁOWEGO PROGRAMU PROMOCJI I ZARZĄDZANIE JEGO WDROŻENIEM WRAZ ZE SZCZEGÓŁOWYM HARMONOGRAMEM.**

- 1) W ciągu 5 dni od dnia podpisania umowy, a przed przystąpieniem do realizacji zadań Wykonawca jest zobowiązany do opracowania harmonogramu rzeczowo-finansowego działań promocyjnych Projektu obejmującego wszelkie zadania wskazane w niniejszym OPZ. Harmonogram powinien uwzględniać założenia Zamawiającego oraz wiedzę i doświadczenie Wykonawcy wskazujące na optymalne terminy realizacji środków promocji do spodziewanego celu jaki zamierza osiągnąć Zamawiający. Harmonogram podlega uzgodnieniu i zatwierdzeniu przez Zamawiającego.
- 2) Harmonogram powinien zawierać rodzaje działań, ich koszt i czas wykonania; harmonogram powinien zawierać terminy wykonania materiałów, jak i ceny wynikające z kosztorysu ofertowego. Na opracowanie składa się harmonogram wraz z programem promocji.
- 3) W toku realizacji kampanii promocyjnej harmonogram rzeczowo-finansowy może podlegać modyfikacjom po uprzednim każdorazowym uzyskaniu akceptacji Zamawiającego. Zmiany harmonogramu wymagają sporządzenia jego kolejnej wersji w uzgodnieniu z Zamawiającym, uzyskania dla niej akceptacji oraz przekazania w ciągu 2 dni od zgłoszenia zmian. Szczegóły i warunki zmian określa wzór umowy.
- 4) Termin wykonania: 5 dni od daty podpisania umowy.

### **2. PRACE GRAFICZNE** - opracowanie ostateczne Key Visual Projektu, przygotowanego w oparciu o załączony do oferty załącznik pn. „Koncepcja Key Visual Projektu pn. Projekt i wykonanie systemu wystawienniczego optymalizującego możliwości aranżacyjne działań ekspozycyjnych i innych typów prezentacji kulturalnych w Muzeum Sztuki Współczesnej, Oddziale Muzeum Narodowego we Wrocławiu, ul. Wystawowa 1”, uwzględniającego wytyczne w zakresie informacji i promocji, zgodne z „Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” (Załącznik nr 1 do OPZ) oraz Załącznikiem nr 12 do umowy o dofinansowanie (załącznik nr 2 do OPZ) oraz identyfikacją wizualną Muzeum Narodowego we Wrocławiu (logo Zamawiającego), opisaną w materiałach załączonych jako załącznik nr 3 do OPZ pn. „Księga znaków muzeum”.

- 1) Na bazie przygotowanego systemu identyfikacji wizualnej Projektu, tworzone będą projekty wszystkich materiałów promocyjnych, wykorzystujących grafikę:
  - plakaty B1, A2
  - ulotka w wersji polskiej i angielskiej,
  - roll-up,
  - reklamy w prasie,
  - reklamy wielkoformatowe – outdoorowe: citylighty, plakaty na słupach reklamowych,
  - projekt wizualny podstrony internetowej, w tym banery internetowe (baner internetowy dostosowany do 4 rozmiarów),
  - plansze do filmów,
  - projekty do działań niestandardowych,
  - gadżety promocyjne.
- 2) Materiały graficzne przygotowywane z wykorzystaniem Key Visual Projektu, dostarczane sukcesywnie zgodnie z harmonogramem od XII 2017 do IV kwartału 2018.
- 3) Na materiałach graficznych, o których mowa powyżej nie może znaleźć się logo Wykonawcy.
- 4) KEY VISUAL powinien być atrakcyjny i nowoczesny w formie. Wszystkie projekty powinny być spójne i powinny uwzględniać wytyczne w zakresie informacji i promocji oraz zasady identyfikacji wizualnej Muzeum Narodowego we Wrocławiu.

- 5) Termin wykonania: zaakceptowanie ostatecznego projektu KEY VISUAL 14 dni od dnia podpisania umowy; projekt opracowany w oparciu o wstępną koncepcję załączoną do oferty (wstępna koncepcja będzie podlegała ocenie wg kryteriów opisanych w SIWZ).

### 3. ORGANIZACJA DWÓCH KONFERENCJI PRASOWYCH.

- 1) Organizacja dwóch konferencji prasowych, których celem jest przekazanie informacji o projekcie, źródle jego dofinansowania (fundusze unijne), postępie w jego realizacji oraz zaangażowaniu Unii Europejskiej.
- 2) Zakres prac organizacyjnych i warunki realizacji każdej konferencji prasowej:
  - przygotowanie bazy danych dziennikarzy, przekazanie Zamawiającemu do akceptacji,
  - przedstawienie propozycji materiałów do zestawu prasowego i po akceptacji Zamawiającego przygotowanie informacji prasowych i przesłanie ich do dziennikarzy,
  - w konferencjach powinni wziąć udział dziennikarze mediów regionalnych i ogólnopolskich (prasa, radio, telewizja, portale internetowe, popularni blogerzy), w każdej minimum 25 dziennikarzy. Przygotowanie scenariuszy konferencji prasowych do akceptacji Zamawiającego.
  - Wykonawca przygotowuje i rozesła zaproszenia w formie elektronicznej do mediów na konferencję, zgodnie z zaakceptowaną wcześniej przez Zamawiającego listą uczestników, przeprowadzi rejestrację i będzie potwierdzał udział uczestników konferencji,
  - Wykonawca przygotowuje i wydrukowuje materiały prasowe dla uczestników spotkania (prezentacje, materiały informacyjne i inne ustalone z Zamawiającym),
  - na konferencje prasowe przygotowywane będą materiały dla prasy oraz gadżety reklamowe zaopatrzone w odpowiednie oznaczenia i loga UE, programu operacyjnego i Beneficjenta, o których mowa poniżej w pkt. 3.
  - Wykonawca przekazuje uczestnikom (podczas procesu rejestracji przed rozpoczęciem konferencji) skompletowane i odpowiednio zapakowane materiały,
  - konferencje zostaną zorganizowane w poniedziałek, w Pawilonie Czterech Kopuł; Zamawiający udostępni bezpłatnie pomieszczenia w Pawilonie Czterech Kopuł w ustalonym terminie oraz krzesła i stoły - Wykonawca ma za zadanie przygotowanie Sali (ustawienie krzesel, stołów, osłonięcie stołów suknem, oznaczenie wejścia do sali, ustawienie roll-upu oraz zapewnienie sprzętu multimedialnego do ewentualnego wyświetlania prezentacji i odpowiedniego nagłośnienia (w tym mikrofony bezprzewodowe),
  - sala wraz ze sprawnym sprzętem i jego obsługą techniczną musi być dostępna w dniu konferencji co najmniej 90 minut przed planowaną godziną jej rozpoczęcia,
  - wykonawca po zakończeniu każdej konferencji prasowej doprowadzi miejsce do stanu sprzed jej rozpoczęcia (w szczególności odbierze naczynia i sztućce oraz inne materiały będące własnością Wykonawcy, wykorzystywane w trakcie organizacji konferencji a także złoży stoły i krzesła w miejscu wskazanym przez Zamawiającego),
  - zapewnienie każdorazowo (na każdą z dwóch konferencji prasowych) cateringu na 40 osób: kawa, herbata, woda mineralna – gazowana i niegazowana (łącznie co najmniej 300ml na osobę, woda butelkowana o pojemności do 500ml w opakowaniach zwrotnych, szklanych), 80 przekąsek wytrawnych (1/2 wegetariańskie, 60 przekąsek słodkich. Serwis kawowy dostępny non stop. Serwis kawowy i catering podany co najmniej 30 minut przed rozpoczęciem konferencji;
  - świadczenie usług żywienia powinno odbywać się zgodnie z ustawą z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (Dz. U. z 2006 Nr 171, poz. 1225 z późn. zm.);
- 3) Gadżety i materiały informacyjne w torbach – dystrybucja części materiałów.
  - Wykonawca ma za zadanie przygotować i dystrybuować materiały informacyjno-promocyjne zrealizowane zgodnie z punktem 6 oraz 16 kosztorysu ofertowego.
  - Materiały zostaną pobrane w odpowiedniej ilości z siedziby Zamawiającego i dostarczone do Pawilonu Czterech Kopuł przez Zamawiającego. Wykonawca przygotowuje zestawy dla zaproszonych gości. Materiały, które nie zostaną rozdystrybuowane powinny zostać przekazane Zamawiającemu.
  - Wykonawca przygotowuje materiały informacyjne dla prasy, w oparciu o dane przekazane przez Zamawiającego, w ilości odpowiedniej do zaproszonych gości. Materiały, przed wydrukowaniem, wymagają zgody i akceptacji Zamawiającego.

- 4) Dokumentacja obu konferencji. Wykonawca ma obowiązek gromadzenia dokumentacji związanej z organizacją obu konferencji.
  - Wykonawca dokona nagrania wideo konferencji na płytę DVD i przekaże ją Zamawiającemu wraz ze sprawozdaniem z realizacji usług za dany miesiąc. Wykonawca przygotowuje dokumentację fotograficzną każdej z konferencji – serwis zdjęciowy zawierający co najmniej 30 zdjęć z konferencji oddany Zamawiającemu na płycie DVD wraz ze sprawozdaniem z realizacji usług za dany miesiąc. Wykonawca opatrzy obie płyty etykietą i obwolutą z logotypami zgodnie z Wytocznymi, nazwą Projektu oraz informacją o źródłach finansowania. Nagranie wideo i zdjęcia oddane Zamawiającemu z przekazaniem praw do ich wykorzystywania przez MNW. Wykonawca wykorzysta zdjęcia min. do zaktualizowania podstrony internetowej.
  - Wykonawca dostarczy listę dziennikarzy uczestniczących w konferencjach oraz przygotowuje raporty na temat materiałów dziennikarskich będących efektem konferencji prasowych wraz z załączonymi artykułami prasowymi i internetowymi przekazanymi w formie skanów.
- 5) W trakcie przygotowania konferencji Wykonawca będzie się kontaktował z wyznaczonym pracownikiem Muzeum Narodowego we Wrocławiu. Przygotowanie i realizacja konferencji przy ścisłej współpracy z Zamawiającym.
- 6) Terminy wykonania: konferencja prasowa nr 1 - luty 2018 oraz konferencja prasowa nr 2 - grudzień 2018 (dzień ustalony w harmonogramie rzeczowo-finansowym).

#### **4. WYKONANIE I MONTAŻ DWÓCH TABLIC INFORMACYJNYCH**

- 1) Tablice szklane z zaprojektowaniem, wykonaniem i montażem w obiekcie - 2 sztuki (jedna tablica informacyjna i jedna tablica pamiątkowa) – tablica informacyjna o wymiarach 81,5cm (wys.) x 120cm (dł.), tablica pamiątkowa: 70 cm (wys.) x 100 cm (dł.).
- 2) Montaż w miejscu wskazanym przez Zamawiającego.
- 3) Tablice informacyjna i pamiątkowa nie mogą zawierać innych informacji i elementów graficznych.
- 4) Terminy: 1. tablica informacyjna: 14 dni od daty podpisania umowy  
2. tablica pamiątkowa: 14 dni przed terminem konferencji nr 2 w 2018 r.
- 5) Szczegóły umieszczania tablic informacyjnych i pamiątkowych określają Wytocznice w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz załącznik nr 12 (*Obowiązki Informacyjne Beneficjenta*) do umowy o dofinansowanie Projektu nr POIS.08.01.00-00-1096/16-00.

#### **5. DRUK PLAKATÓW PROMOCYJNYCH – 200 SZT.**

- 1) Przygotowanie treści i projektu graficznego zgodnego z Key Visual Projektu.
- 2) Druk 200 szt. plakatów promujących Projekt, wskazujących tytuł, cele Projektu i rolę jaką odgrywa Unia Europejska, poprzez zaangażowanie własnych funduszy.
- 3) Format B1 w ilości 180 szt. oraz A1 w ilości 20 szt.; materiał: papier satynowy, 130 g, plakaty dystrybuowane w sposób odpowiedni dla danego materiału (180 szt. plakatu B1 na słupach ogłoszeniowych, zgodnie z poz. 14 kosztorysu ofertowego).
- 4) Treść i projekt graficzny plakatów muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 5) Dystrybucja plakatów B1: na słupach ogłoszeniowych w ramach działania opisanego poniżej w ust. 16 – reklama wielkoformatowa.
- 6) Termin wykonania: III kwartał 2018 r.

#### **6. DRUK ULOTEK PROMOCYJNYCH W JĘZYKU POLSKIM I ANGIELSKIM – 15 000 SZT.**

- 1) Zaprojektowanie, przygotowanie, druk i dystrybucja 15 000 szt. ulotek w wersji polsko-angielskiej, przekazanie nakładu Zamawiającemu (transport do siedziby Zamawiającego, miejsce złożenia wskazane przez Zamawiającego); dystrybucja: w okresie trwania realizacji projektu, w sposób odpowiedni dla materiału i zamierzonych efektów, w porozumieniu z Zamawiającym.
- 2) Ulotka powinna zawierać informacje o Projekcie, jego celach, efektach i roli jaką odgrywa Unia Europejska, poprzez zaangażowanie własnych funduszy. Przygotowanie tekstu ulotki, tłumaczenia na język angielski, redakcja i korekta tekstów.
- 3) Przygotowanie treści i projektu graficznego zgodnego z Key Visual Projektu.
- 4) Treści, tłumaczenie i projekt graficzny muszą zostać zaakceptowane przez zamawiającego.
- 5) Specyfikacja ulotki:
  - 15 tys. sztuk, wersja polsko-angielska; format A3 falcowany do A6 (297mm/420mm falcowany do 105mm/148mm) po obcięciu;
  - kolor 4+4; papier: Panta Sora Matt Arte 100g lub równoważny (gramatura: 100 g/m<sup>2</sup>, grubość 108 µm, jasność: nie mniejsza niż 97).
- 5) Dystrybucja ulotek: Wykonawca dostarczy ulotki do uzgodnionych z Zamawiającym jednostek.

Każdą wysyłkę opatry listem informacyjnym uzgodnionym z Zamawiającym. Do czasu wysyłki ulotek Zamawiający będzie magazynował je na własny koszt. Wykonawca musi prowadzić ewidencję posiadanych materiałów w formie umożliwiającej Zamawiającemu bieżącą weryfikację stanu ilościowego. Podział liczby ulotek pomiędzy uzgodnione z Zamawiającym jednostki zostanie wskazany przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy.

Dystrybucja polega na: załadunku, transporcie i wyładunku zgodnie z harmonogramem sporządzonym przez Wykonawcę po podpisaniu umowy. Szczegółowy tryb dostarczenia (przekazania) ulotek będzie przedmiotem uzgodnień roboczych. Wykonawca zapewnia rozładunek ulotek, wniesienie do siedziby placówki i zabezpieczy w tym celu ludzi i sprzęt (np. wózki). Wykonawca zapewni dystrybucję ulotek co najmniej do uzgodnionych instytucji, w czasie trwania umowy, w stanie nie gorszym niż tym przekazanym Zamawiającemu do akceptacji. Wykonawca pokryje wszelkie dodatkowe koszty związane z dostarczeniem ulotek.
- 6) Termin wykonania ulotek: XII 2017r. Termin dystrybucji: 2018 r.

## **7. ROLLUPY – 2 SZT.**

- 1) Wykonanie 2 (dwóch) roll-upów promujących projekt, zawierających tytuł projektu, jego cele, wymagane loga. Wymiar 100/200 cm. Projekt zgodny z Key Visual Projektu.
- 2) Treść i wygląd roll-upu musi uzyskać akceptację Zamawiającego.
- 3) Waga banera roll-up z pokrowcem: do 5 kg, konstrukcja składana: aluminium, stopki gwarantujące pełną stabilność, akcesoria: pokrowiec transportowy (usztyniony). Nadruk wielokolorowy: jednostronnie zadrukowany, kolorystyka (4+4) CMYK.
- 4) Termin wykonania: do 21 dni od daty podpisania umowy. Wykonawca dostarczy roll-upy do siedziby Zamawiającego.

## **8. WYKONANIE PODSTRONY INTERNETOWEJ.**

- 1) Wykonanie podstrony na stronie Zamawiającego [www.pawilonczterechkopul.pl](http://www.pawilonczterechkopul.pl) i jej aktualizacja minimum 6 razy w 2018 r. Strona powinna zawierać następujące elementy: opis projektu, informacje o projekcie i zaangażowaniu Unii Europejskiej, aktualności, multimedia, press room.
- 2) Wykonawca w ramach realizacji podstrony internetowej jest zobowiązany do wykonania banerów internetowych. Wykonawca przygotuje 3 wzory banerów do publikacji w internecie. Wykonawca po wyborze i akceptacji wersji



docelowej przez Zamawiającego dokona ich przeformatowania na wszystkie uzgodnione z Zamawiającym formaty i rozmiary. Wykonawca zapewni dostosowanie banera do co najmniej 4 różnych rozmiarów.

- 3) Projekt podstrony zgodny z Key Visual Projektu; wykonanie po akceptacji projektu przez Zamawiającego.
- 4) Zamawiający w celu wykonania, podlinkowania i uaktywnienia podstrony w Internecie oraz jej aktualizacji przekazuje Wykonawcy hasła dostępu i inne niezbędne uprawnienia administracyjne.
- 5) Podstrona zostanie umieszczona na serwerze wskazanym przez Zamawiającego.
- 6) Za umieszczanie treści na stronie odpowiedzialny będzie Wykonawca. Wykonawca musi każdorazowo uzyskać akceptację treści i formy publikacji od Zamawiającego.
- 7) Autorskie prawa majątkowe do podstrony internetowej na stronie [www.pawilonczterechkopul.pl](http://www.pawilonczterechkopul.pl) przechodzą na Zamawiającego z chwilą zapłaty za wykonanie podstrony – od tego dnia Zamawiający staje się właścicielem podstrony internetowej dedykowanej projektowi i może wykorzystywać materiały ze strony internetowej w celach marketingowych, w tym banery internetowe.
- 8) Termin wykonania podstrony internetowej, w tym banerów internetowych: 21 dni od daty podpisania umowy.

#### **9. PRZYGOTOWANIE I ZAMIESZCZENIE 5 OGŁOSZEŃ W PRASIE REGIONALNEJ I OGÓLNOPOLSKIEJ.**

- 1) Zamieszczenie 5 ogłoszeń w prasie wraz z ich projektem graficznym, korektą edytorską i składem. Ogłoszenia promujące źródła dofinansowania projektu opatrzone logotypami, zgodnie z aktualnymi wytycznymi dla projektów współfinansowanych z POiŚ. Projekt opracowany przez wykonawcę i zaakceptowany przez Zamawiającego.
- 2) Rodzaj reklam prasowych:
  - jednorazowa reklama w dzienniku regionalnym (Dolny Śląsk) w postaci reklamy całostronicowej, standardowy papier gazetowy; ukazującym się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni nakład nie mniejszy niż 20 000 egz., dystrybucja dziennika odpłatna; z wykluczeniem tabloidów; reklama zamieszczona w wydaniu piątkowym. Termin: luty 2018 r.
  - jednorazowa reklama w dzienniku ogólnopolskim w postaci reklamy całostronicowej o formacie A3, standardowy papier gazetowy; dziennik o zasięgu ogólnopolskim, ukazujący się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni dzienny nakład dziennika nie mniejszy niż 200 000 egz.; dystrybucja dziennika odpłatna; z wykluczeniem tabloidów. Termin: luty 2018 r.
  - jednorazowa reklama w dzienniku regionalnym (Dolny Śląsk) w postaci reklamy całostronicowej, standardowy papier gazetowy; ukazującym się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni nakład nie mniejszy niż 20 000 egz., dystrybucja dziennika odpłatna; z wykluczeniem tabloidów; reklama zamieszczona w wydaniu piątkowym. Termin: grudzień 2018 r.
  - jednorazowa reklama w dzienniku ogólnopolskim w postaci reklamy całostronicowej o formacie A3, standardowy papier gazetowy; dziennik o zasięgu ogólnopolskim, ukazujący się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni dzienny nakład dziennika nie mniejszy niż 200 000 egz.; dystrybucja dziennika odpłatna; z wykluczeniem tabloidów. Termin: grudzień 2018 r.
  - jednorazowa reklama 1/2 strony w tygodniku opinii o charakterze społeczno-politycznym, ukazującym się raz w tygodniu w postaci drukowanej, w nakładzie nie mniejszym niż 150 000 egz.; dystrybucja dziennika odpłatna. Termin: grudzień 2018 r.
- 3) Wszystkie reklamy mają promować źródła dofinansowania Projektu opatrzone logotypami, zgodnie z aktualnymi wytycznymi dla projektów współfinansowanych z POiŚ. Treści reklam, projekty reklam prasowych opracowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego. Wykonawca dokonuje korekty językowej tekstów zamieszczanych w reklamach.
- 4) Rozliczenie wykonania zadania: po udokumentowaniu publikacji ogłoszenia w rozliczeniu miesięcznym. Podstawą wykonania zapłaty jest przedstawienie wykonania każdorazowo tego zadania w *Sprawozdaniu ze zrealizowanych usług promocji projektu za miesiąc kalendarzowy* i przekazanie Zamawiającemu oryginału gazety z zamieszczonym ogłoszeniem.

**10. PRZYGOTOWANIE I ZAKUP EMISJI SPOTU (ÓW) W ROZGŁOŚNI RADIOWEJ O ZASIĘGU REGIONALNYM I OGÓLNOPOLSKIM.**

- 1) Wykonanie spotu radiowego, emitowanego w następujący sposób:
  - 40 emisji spotu 30-sekundowego w rozgłośni regionalnej (zasięg – cały Dolny Śląsk),
  - 20 emisji spotu 20-30 sekundowego w rozgłośni ogólnopolskiej (zasięg – cała Polska) w programach o charakterze kulturalnym.
- 2) Napisanie treści spotu, zrealizowanie spotu (zapewnienie lektora i podkładu muzycznego, montażu), zdobycie wymaganych licencji na muzykę użytą w spocie. Spot powinien zawierać tytuł projektu, jego cele, informacje o źródłach finansowania.
- 3) Powinien być napisany w sposób atrakcyjny dla słuchacza, wzbudzać jego zainteresowanie.
- 4) Spot przed emisją musi uzyskać akceptację Zamawiającego.
- 5) Terminy wykonania: luty 2018 (produkcja i emisja ½ zamówionych emisji spotu tj. 20 emisji w rozgłośni regionalnej oraz 10 emisji w rozgłośni o zasięgu ogólnopolskim) oraz grudzień 2018 (emisja ½ zamówionych emisji spotu tj. 20 emisji w rozgłośni regionalnej oraz 10 emisji w rozgłośni o zasięgu ogólnopolskim).

**11. ZAKUP CZASU ANTENOWEGO (AUDYCJA W TV), POLEGAJĄCY NA ZAMÓWIENIU AUDYCJI PROMOCYJNEJ WRAZ Z JEJ SCENARIUSZEM W TELEWIZJI REGIONALNEJ I JEJ EMISJI NA ANTENIE TEJ TELEWIZJI O ZASIĘGU DOLNOŚLĄSKIM.**

- 1) Zamówienie 10 minutowej audycji promocyjnej wraz z jej scenariuszem w telewizji regionalnej i jej emisja na antenie tej telewizji. Zasięg – cały Dolny Śląsk. Audycja powinna pokazywać najważniejsze etapy powstawania projektu, jego cele, zakładane efekty, zawierać wywiady z wyznaczonymi przez Muzeum osobami. Scenariusz i gotowa audycja muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 2) Termin: realizacja przez cały czas trwania projektu; audycja gotowa w grudniu 2018; emisja na antenie TV – grudzień 2018r.

**12. WYPRODUKOWANIE SPOTU PROMOCYJNEGO (FILMOWEGO) - STWORZENIE SCENARIUSZA I ZREALIZOWANIE JEDNEGO 30-SEKUNDOWEGO SPOTU INFORMUJĄCEGO O PROJEKCIE I JEJ EFEKTACH.**

- 1) Stworzenie scenariusza i zrealizowanie jednego 30-sekundowego spotu informującego o projekcie i jego efektach. Spot powinien być animacją, mieć atrakcyjną formę i być zrealizowany przez osoby, które mają doświadczenie w tego typu realizacjach.
- 2) Spot ma promować źródła finansowania Projektu, wskazywać na rolę jaką odgrywa Unia Europejska, poprzez zaangażowanie własnych funduszy oraz przedstawiać cel realizacji Projektu. Scenariusz i gotowy spot muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 3) Spot zostanie umieszczony przez Wykonawcę na podstronie internetowej projektu oraz w mediach społecznościowych Muzeum oraz na monitorach w Pawilonie Czterech Kopuł i Panoramicie Racławickiej. Wykonawca przeformatuje spot na potrzeby tych emisji.
- 4) Termin wykonania: wykonanie spotu i rozmieszczenie we wskazanych powyżej w pkt. 3 miejscach - w lutym 2018 r. (w terminie przed konferencją prasową nr 1).
- 5) Autorskie prawa majątkowe do spotu promocyjnego przechodzą na Zamawiającego z chwilą zapłaty za wykonanie i umieszczenie filmu na podstronie internetowej we wskazanych powyżej w pkt. 3 miejscach - od tego dnia Zamawiający staje się właścicielem spotu promocyjnego i może wykorzystywać film w celach marketingowych.

**13. PRODUKCJA FILMU INFORMACYJNEGO.**



- 1) Stworzenie scenariusza i zrealizowanie reportażu pokazującego proces realizacji projektu. Czas filmu 4-5 minut. Film powinien pokazywać najważniejsze etapy powstawania projektu, zawierać wywiady z wyznaczonymi przez Muzeum osobami; wymagane są 3-4 wizyty filmowca.
- 2) Film ma promować źródła finansowania Projektu oraz przedstawiać jego cele i efekty. Scenariusz i film muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 3) Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag do scenariusza jak i projektu filmu a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględnienia.
- 4) Film zostanie umieszczony na podstronie internetowej projektu oraz w mediach społecznościowych Muzeum.
- 5) Termin: przygotowanie scenariusza – styczeń 2018 r.; wykonanie filmu i umieszczenie na podstronie internetowej [www.pawilonczterechkopol.pl](http://www.pawilonczterechkopol.pl) oraz w mediach społecznościowych Muzeum – IV kwartał 2018 r., (przed terminem konferencji prasowej nr 2).
- 6) Autorskie prawa majątkowe do filmu promocyjnego przechodzą na Zamawiającego z chwilą zapłaty za wykonanie i umieszczenie filmu na stronie internetowej - od tego dnia Zamawiający staje się właścicielem filmu promocyjnego i może wykorzystywać film w celach marketingowych.

#### **14. ZREALIZOWANIE REKLAMY WIELKOFORMATOWEJ (PLAKATY NA SŁUPACH REKLAMOWYCH, CITYLIGHTY).**

- 1) Ekspozycja plakatów reklamowych formatu B1 na słupach reklamowych we Wrocławiu przez okres 14 dni. Ilość plakatów na słupie nie może być większa niż 1 szt. Plakaty B1 są wykonane w ramach zadania opisanego powyżej w pkt. 5.
- 2) Druk i ekspozycja citylightów na przystankach komunikacji miejskiej we Wrocławiu (25 szt.) przez okres 2 tygodni. Miejsca prezentacji: ścisłe centrum miasta, przystanki i słupy przy dużych instytucjach kultury (50%); przystanki, z których korzysta dużo ludzi, obsługujące wiele linii tramwajowych lub autobusowych (50%).
- 3) Citylighty powinny zawierać informacje o tytule projektu, jego celach i efektach. Treści i projekt graficzny muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego. Wygląd zgodny z Key Visual Projektu.
- 4) Termin wykonania: ekspozycja przez okres 14 dni – w IV kwartale 2018r.

#### **15. PRZYGOTOWANIE I PRZEPROWADZENIE TRZECH DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH, NIESTANDARDOWYCH.**

Przygotowanie i przeprowadzenie trzech działań marketingowych, niestandardowych, zgodnie załącznikiem oferty Wykonawcy pn. „Koncepcja działań marketingowych niestandardowych” oraz zapisami SIWZ.

#### **16. ZAPROJEKTOWANIE I WYPRODUKOWANIE GADŻETÓW PROMOCYJNYCH (KUBEK, TORBA, NOTES, DŁUGOPIS).**

- 1) Gadżety promocyjne są elementem wspierającym inne działania, w tym min. konferencje prasowe. W zależności od typu działania, w celu osiągnięcia efektywnego celu komunikacyjnego, przedmioty muszą być selektywnie i odpowiednio dystrybuowane.
- 2) Kubek porcelanowy, 200 szt., kształt w typie latte, 300 lub 330 ml, wysokiej jakości ceramika z trwałym nadrukiem.
- 3) Torba bawełna drelichowa/plócienna wysokiej jakości, gramatura minimum 250 gr; wymiary 35 x 40 cm; wszywane dno i boki; uczy 60 cm; nadruk dwustronny 200 szt.
- 4) Kołonoatnik, format A5, 96 kartek, twarda oprawa, na 1 stronie okładki nadruk z motywem głównym projektu, na 4 okładce logo projektu; papier wewnątrz: Panta Alto 1.3 Blanc 90 gr lub równoważny; 200 szt.
- 5) Długopis z papieru lub tworzywa ekologicznego, biodegradowalnego, przystosowany do znakowania; 200 szt.
- 6) Wszystkie gadżety powinny zawierać główny motyw graficzny Projektu (zgodny z Key Visual), tytuł projektu, wymagane logotypy. Wszystkie oznaczenia na przedmiotach służących promocji Funduszy Europejskich powinny być wykonane w sposób trwały, trudny do usunięcia. Wykonanie po akceptacji Zamawiającego.



**17. Oprócz zadań szczegółowych, zadaniem Wykonawcy będzie:**

- 1) przygotowanie kwartalnych raportów na temat obecności projektu w mediach (w postaci cyfrowej i papierowej) wraz z wymaganymi wycinkami prasowymi i ich skanami oraz z ewidencją publikacji (typ medium, data),
- 2) wszystkie materiały przygotowane przez Wykonawcę w trakcie kampanii promocyjnej zostaną dostarczone do siedziby Zamawiającego,
- 3) koszty transportu wszystkich materiałów ponosi Wykonawca,
- 4) Wykonawca jest zobowiązany do comiesięcznego (w terminie do 5 dnia miesiąca następnego za miesiąc poprzedni miesiąc kalendarzowy) pisemnego **sprawozdawania z realizowanych działań informacyjno-promocyjnych** (*Sprawozdanie ze zrealizowanych usług promocji Projektu za miesiąc kalendarzowy*). W sprawozdaniu określa Wykonawca w szczególności okres sprawozdawczy oraz opisuje ilościowo i jakościowo zakres prowadzonej w tym okresie kampanii wskazując wszystkie zrealizowane działania. Sprawozdania nie wyłączają obowiązku protokolarnego przekazywania zrealizowanych materiałów oraz zadań.
- 5) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania Raportu końcowego – winien on być dostarczony Zamawiającemu w terminie 5 dni od dnia zakończenia umowy. Raport ten musi zawierać pełne podsumowanie działań promocyjno-informacyjnych wykonanych podczas realizacji Projektu.
- 6) Pozostałe warunki zawiera wzór umowy (Umowa).

**VII. OPIS PROJEKTU**

1. Beneficjentem Projektu jest Muzeum Narodowe we Wrocławiu (a jednocześnie Zamawiającym w ramach niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego). Muzeum Narodowe we Wrocławiu jest instytucją kultury prowadzoną jako wspólna instytucja kultury ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego i Województwa Dolnośląskiego. Muzeum posiada osobowość prawną i jest wpisane do rejestru instytucji kultury prowadzonego przez Ministra pod numerem RIK 65/2006. Muzeum jest wpisane do Państwowego Rejestru Muzeów prowadzonego przez Ministra pod numerem PRM/113/2012.

2. Finansowanie Projektu.

Kwoty pomocy publicznej w ramach Projektu i rodzaj:

	<b>KWOTA POMOCY (W PLN) WYRAŻONA JAKO EKWIWALENT DOTACJI BRUTTO<sup>1</sup></b>	<b>CAŁKOWITA KWOTA KOSZTÓW KWALIFIKOWALNYCH (PLN)<sup>2</sup></b>	<b>INTENSYWNOŚĆ POMOCY (W %), O ILE DOTYCZY</b>	<b>NUMER POMOCY PUBLICZNEJ<sup>3</sup> / NUMER REJESTRU POMOCY PODLEGAJĄCEJ PRZEPISOM O WYŁĄCZENIACH GRUPOWYCH<sup>4</sup></b>

<sup>1</sup> Ekwiwalent dotacji brutto oznacza zdyskontowaną wartość pomocy wyrażoną jako odsetek zdyskontowanej wartości kosztów kwalifikowalnych, obliczoną w momencie przyznania pomocy na podstawie stopy referencyjnej obowiązującej w tym dniu. Zobacz w tym względzie również *Rozporządzenie Rady Ministrów z 11 sierpnia 2004 r. w sprawie szczegółowego sposobu obliczania wartości pomocy publicznej udzielanej w różnych formach* (Dz. U. Nr 194, poz. 1983 z późn. zm.).

<sup>2</sup> Zasady pomocy publicznej obejmują przepisy dotyczące kosztów kwalifikowalnych. W tej kolumnie państwa członkowskie powinny podać całkowite koszty kwalifikowalne na podstawie mających zastosowanie zasad pomocy publicznej.

<sup>3</sup> Programu pomocowego lub pomocy indywidualnej.

<sup>4</sup> Stosowne informacje są dostępne na stronie internetowej UOKiK - [http://www.uokik.gov.pl/informacje\\_o\\_decyzjach\\_komisji\\_europejskiej2.php](http://www.uokik.gov.pl/informacje_o_decyzjach_komisji_europejskiej2.php).



Zatwierdzony program pomocowy lub zatwierdzona pomoc indywidualna	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy
Pomoc objęta zakresem rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych <sup>5</sup>	16 662 550,00	19 603 000,00	85%	Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 12 sierpnia 2015 r. w sprawie udzielania pomocy na kulturę i ochronę dziedzictwa kulturowego w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.
Pomoc zgodna z decyzją w sprawie usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym <sup>6</sup> lub z rozporządzeniem dotyczącym publicznego lądowego transportu pasażerskiego <sup>7</sup>	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy
Całkowita kwota przyznanej pomocy	16 662 550,00	19 603 000,00	85%	Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 12 sierpnia 2015 r. w sprawie udzielania pomocy na kulturę i ochronę dziedzictwa kulturowego w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

<sup>5</sup> Rozporządzenie Komisji (UE) NR 651/2014 z 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz. Urz. UE 2014 L 187/1).

<sup>6</sup> Decyzja KE z dn. 20 grudnia 2011 r. w sprawie stosowania art. 106 (2) Traktatu o funkcjonowaniu UE do pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych, przyznawanej przedsiębiorstwom zobowiązanym do wykonywania usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym (Dz. Urz. UE L 7 z 11.01.2012, s. 3).

<sup>7</sup> Rozporządzenie (WE) nr 1370/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady z dn. 23 października 2007 r. dotyczące usług publicznych w zakresie kolejowego i drogowego transportu pasażerskiego oraz uchylające rozporządzenia Rady (EWG) nr 1191/69 i (EWG) 1107/70 (Dz. Urz. UE L 315 z 3.12.2007, s.1).

Projekt finansowany będzie w 85,00% z funduszy Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Pozostała część pokryta zostanie wkładem własnym Beneficjenta (zarówno w części 15% kosztów kwalifikowanych oraz 100% kosztów niekwalifikowanych). W zakresie wkładu własnego Beneficjenta środki te zabezpieczone zostały w budżecie Województwa Dolnośląskiego. Pozostałe środki niezbędne do pokrycia kosztów niekwalifikowanych oraz prefinansowania podatku VAT pochodzą z środków własnych Muzeum.

### 3. Cele Projektu:

Założeniem projektu jest optymalizacja możliwości funkcjonalnych placówki muzealnej, w tym w szczególności przeszklonego dziedzińca. W tym celu stworzone zostaną nowoczesne systemy ekspozycyjne i informacyjne w obrębie stałej wystawy polskiej sztuki współczesnej oraz zastosowane interdyscyplinarne działania (m.in. najnowsze technologie prezentacyjne) mające na celu stworzenie optymalnych warunków wykorzystania przestrzeni przeszklonego dziedzińca, tak by mogła służyć ona realizacji najrozmaitszych typów projektów kulturalnych. Działania te pozwolą Muzeum na organizowanie różnego typu skomplikowanych przedsięwzięć wystawienniczych, prezentacji filmowych, performance'ów, koncertów, spotkań z artystami, konferencji naukowych, co poszerzy i uatrakcyjni ofertę programową placówki. Planowane elementy edukacji w obszarze wystawy stałej rozszerzą ofertę edukacyjną Muzeum i możliwość interakcyjnych działań dla indywidualnego widza (wybór ścieżki zwiedzania, pogłębione informacje o prezentowanych

PLN	Całkowite koszty Projektu (A)	Koszty niekwalifikowalne (B)	Koszty kwalifikowalne (C)=(A)-(B)
SUMA	24 766 049,99	5 163 049,99	19 603 000,00

dzielałach, twórcach etc.). W projekcie uwzględniono także potrzeby osób niepełnosprawnych (systemy i urządzenia mają na celu stworzenie synergicznego zespołu pozwalającego na udostępnienie przestrzeni osobom z różnym stopniem dysfunkcji wzroku i słuchu w sposób wielowymiarowy). Dzięki poprawieniu efektywności działalności merytorycznej (wystawienniczej, edukacyjnej) możliwe będzie pełne wykorzystanie potencjału wystawienniczego obiektu Pawilonu Czterech Kopuł - elementu dziedzictwa światowego UNESCO.

Wymiernym efektem realizacji projektu będzie zwiększenie ilości odwiedzających, w tym osób niepełnosprawnych, korzystających z oferty kulturalnej instytucji muzealnych w województwie dolnośląskim i w Polsce. W wyniku realizacji projektu zaistnieje możliwość zaprezentowania zgromadzonego przez Muzeum Narodowe we Wrocławiu dorobku polskiej sztuki współczesnej, który obecnie ze względu na braki w wyposażeniu nie może być w pełni zaprezentowany. Możliwe stanie się również podjęcie zupełnie nowych pozycji programowych, tj.: wystaw, prezentacji filmowych, performance'ów, koncertów, spotkań z artystami, konferencji naukowych oraz zwiększenie zakresu prowadzonych przez Muzeum działań edukacyjnych. Wszystko to przyczyni się do utworzenia stałej grupy odbiorców oferty Muzeum Sztuki Współczesnej i będzie generować zwiększenie dostępu do kultury oraz zwiększenie kompetencji kulturowych w otoczeniu.

Wszystkie zaplanowane elementy projektu i działania służą realizacji celów przedsięwzięcia, zgodne są z celami osi priorytetowej VIII Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko (100% kosztów całkowitych i kwalifikowanych stanowią koszty tych elementów projektu, które przyczynią się bezpośrednio do realizacji celów programu).

W ramach realizacji projektu zaplanowano zakup, dostawę z montażem i pierwszą konfiguracją (ogólny koszt kategorii: 22 930 297,59 zł brutto):

- urządzeń oświetleniowych i multimedialnych wewnętrznych wraz ze sterowaniem. System oświetlenia ekspozycyjnego, multimedialnego oraz nagłośnienia wystawowego wraz ze sterowaniem jest niezbędne do realizacji różnego typu projekcji i videomappingów. Sprzęt sprzężony z odpowiednim oprogramowaniem i kontentem multimedialnym stwarza dla Muzeum nowatorskie rozwiązania dla odbiorcy w zakresie percepcji i

zwiedzania wystawy w sposób daleko odbiegający od klasycznych metod wypracowanych w muzeach. Wprowadzenie systemów umożliwi wystawianie dzieł obecnie niemożliwych do wystawienia przy mniej zaawansowanych systemach, stworzenie oferty dostosowanej do potrzeb współczesnego odbiorcy sztuki, nawiązanie współpracy z uznanymi twórcami poprzez danie im możliwości stworzenia unikalnych dzieł w oparciu o zainstalowane technologie;

- urządzeń mechanicznych i konstrukcji (system demontowanych kratownic do budowania konstrukcji nośnych, modułowych). Mobilny system urządzeń mechanicznych i konstrukcji kratownicowych sprzyjać ma efektywnemu wykorzystaniu przestrzeni obiektu między innymi poprzez nadanie możliwości montażu urządzeń bez ingerencji w tkankę budynku, jak również prezentację dzieł sztuki wymagających specjalnej oprawy, w tym zwłaszcza obiektów trójwymiarowych o dużych gabarytach;
- demontowanej estrady. Estrada wraz z systemem nagłaśniającym umożliwi racjonalne wykorzystanie przestrzeni Pawilonu – przestrzeni dziedzina poprzez umożliwienie realizacji w nim szeroko zakrojonych planów działań kulturalnych obejmujących nowe formy uczestnictwa w kulturze (spektakle teatralne, pantomimiczne, koncerty, spotkania autorskie, panele dyskusyjne) i inne niestandardowe formy działań kulturalnych;
- elementów wyposażenia eventowego i wystawienniczego (krzesła, system modułowych ścian), będącego też uzupełnieniem systemu estrady mobilnej;
- systemu zaciemniającego sale wystawiennicze i okna w kopułach. Systemy zaciemniające są niezbędnym elementem pozwalającym na mobilne zabezpieczanie prezentowanych eksponatów zgodnie z wymogami konserwatorskimi, jak również elementem umożliwiającym realizację niektórych form tj.: prezentacji multimedialnych, mappingu, artystycznych działań z wykorzystaniem efektów świetlnych.
- wyposażenia muzeum pod kątem osób niepełnosprawnych z dysfunkcją wzroku i słuch (min. linie oznaczenia poziomego, pola uwagi, nakładki na poręcze, multimedialny terminal informacji ogólnej, plany tyflogicznych sal ekspozycyjnych Muzeum, zestawy przewodników z wypukłymi reprodukcjami, dźwiękowy system udostępniania obiektów, opisy i nagrania audiodeskrypcyjne, systemy audio, haptyczne systemy udostępniania obiektów). System dedykowany dla osób dysfunkcyjnych, w tym w szczególności dla osób niedowidzących i niedosłyszących, składa się z elementów jakimi są m.in.: linie oznaczenia poziomego, pola uwagi, nakładki na poręcze, multimedialny terminal informacji ogólnej, plany tyflogicznych sal ekspozycyjnych Muzeum, zestawy przewodników z wypukłymi reprodukcjami, dźwiękowy system udostępniania obiektów, opisy i nagrania audiodeskrypcyjne, systemy audio, haptyczne systemy udostępniania obiektów. Planowane działania są pionierskie w zakresie znoszenia barier w polskim muzealnictwie. Wprowadzone w wyniku realizacji projektu zastosowania dla osób z dysfunkcjami umożliwią im samodzielne korzystanie z oferty Muzeum, tym samym zapewniając wszystkim zainteresowanym aktywnym odbiorem sztuki współczesnej równy dostęp do oferty kulturowej i edukacyjnej.
- kontentu multimedialnego.

W ramach projektu konieczne jest zapewnienie, aby wszystkie dostarczone sprzęty i wyposażenie wspólnie tworzyły jeden system wystawienniczy spełniający założenia rozszerzonego programu kulturowego i realizujące przygotowane scenariusze; służyć temu będzie integracja systemów oraz aplikacje sterujące mechaniką, prezentacjami multimedialnymi, oświetleniem, nagłośnieniem. Ponadto, Zamawiający zaplanował udział w realizacji projektu i jego zarządzaniu doradcy finansowego, doradcy technicznego (Inżyniera Projektu) oraz nadzoru autorskiego projektanta.

#### 4. Stopień przygotowania projektu pod względem technicznym.

- 1) Etap I. (zrealizowany) obejmował zakres niezbędny do uruchomienia w Pawilonie Czterech Kopuł wystawy stałej zgodnie z programem opracowanym dla nowo otwieranego oddziału Muzeum Sztuki Współczesnej.
- 2) Etap II. obejmuje zakres nowoczesnych systemów wystawienniczych.
- 3) Projekt posiada opracowane wszelkie dokumenty etapu przygotowawczego. Opracowano Analizę popytu oraz Studium Wykonalności projektu.
- 4) Przygotowano dokumentację techniczno-technologiczną dla dostaw i usług:
  - a) dla Etapu I (zrealizowanego):
    - Projekt aranżacji wystawy stałej w Muzeum Sztuki Współczesnej we Wrocławiu w budynku Pawilonu Czterech Kopuł,



- Projekt wykonawczy dla zadania: "Pawilon Czterech Kopuł" - Muzeum Sztuki Współczesnej we Wrocławiu. Zabudowa niestandardowa związana z budynkiem,
  - Wyposażenie wystawy w system ekspozycyjny. Branża: wyposażenie multimedialne
- b) dla Etapu II (do realizacji):
- Projekt wykonawczy system zaciemniający,
  - Branżowy projekt wykonawczy. Zintegrowany system sterowania oświetleniem (scenicznym), projekcją (video), nagłośnieniem (audio) i mechaniką (obsługa elementów ruchomych ekspozycji) w obiekcie Pawilon Czterech Kopuł (Wrocław),
  - Projekt wykonawczy oświetlenia i multimediiów,
  - Projekt wykonawczy instalacji systemu nagłośnieniowego dla wystaw muzealnych (elektroakustyka),
  - Projekt wykonawczy koncertowego systemu nagłośnieniowego (elektroakustyka),
  - Projekt wykonawczy konstrukcji modułowych (kratownice, wysłonięcie: rękawy, okratowanie),
  - Projekt wykonawczy systemu mechaniki (wciągarki),
  - Projekt wykonawczy adaptacji akustycznej,
  - Projekt wykonawczy estrady.
  - Projekt wykonawczy elementów wyposażenia eventowego i wystawienniczego,
  - Projekt wykonawczy kontentu multimedialnego – aplikacji interaktywnych , prezentacji, audionagrań (elementy systemu multimedialnego).
  - Projekt wykonawczy: wyposażenie muzeum pod kątem osób dysfunkcyjnych,
- Dokumentacja obejmuje specyfikacje techniczne, dotyczące wykonania i odbioru prac instalacyjnych.

Projekt jest w pełni gotowy do realizacji pod względem technicznym. Rozpoczęto jego realizację rzeczową. Zamawiający dysponuje dokumentacją wykonawczą.

Załączniki:

- |                |   |
|----------------|---|
| Załącznik nr 1 | „Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”        |
| Załącznik nr 2 | załącznik nr 12 (Obowiązki Informacyjne Beneficjenta) do umowy o dofinansowanie Projektu nr POIS.08.01.00-00-1096/16-00 |
| Załącznik nr 3 | „Księga znaków muzeum”  |