

W ramach Przedsięwzięcia Partner Prywatny będzie prowadził kampanię informacyjno – promocyjną. Zakres kampanii został podzielony na dwa okresy – Okres Projektowania i Budowy oraz Okres Eksploatacji. Partner Prywatny w Harmonogramie Projektowania i Budowy przewidzi konieczność prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych. Koncepcje realizacji kampanii Partner Prywatny uzgodni z Podmiotem Publicznym w terminie 30 dni od dnia podpisania Umowy. W koncepcji zostanie uwzględniony podział na kwartalne okresy jej trwania. Załącznikiem do koncepcji będzie harmonogram kampanii informacyjno-promocyjnej.

1. Okres Projektowania i Budowy

W terminie 60 dni od podpisania Umowy Partner Prywatny przedstawi Podmiotowi Publicznemu Plan działań komunikacyjnych w Okresie Projektowania i Budowy. Plan zawierać będzie strategię komunikacji wraz z określeniem działań z niej wynikających oraz z określeniem harmonogramu ich realizacji. Podmiot Publiczny może wnieść uwagi na zasadach określonych w Umowie. W przypadku nieuwzględnienia uwag Podmiotu Publicznego, Partner Prywatny zobowiązany jest do szczegółowego uzasadnienia przyczyny niewprowadzenia uwag.

1.1. Działania realizowane w całym okresie Projektowania i Budowy

1.1.1. Prowadzenie działań Public Relations i Media Relation

Wykonawca zobowiązany jest do opracowania koncepcji oraz obsługi Projektu z zakresu Public i Media Relations przez cały Okres Projektowania i Budowy.

Do głównych zadań Wykonawcy należeć będzie:

- działania z zakresu media relations,
- redakcja informacji prasowych,
- przygotowanie scenariusza i organizacja konferencji prasowych, przygotowania do konferencji prasowej Podmiot Publiczny oraz Partnera Prywatnego
- stworzenie prezentacji multimedialnych z wykorzystaniem nowoczesnych form komunikacji,
- monitoring mediów lokalnych, ogólnopolskich i social media,
- reaktywne działania public relations - bieżąca komunikacja antykryzysowa,
- prowadzenie działań informacyjnych w sytuacjach kryzysowych,
- prowadzenie Biura Prasowego projektu,
- prowadzenie fanpage'a projektu w mediach społecznościowych,
- działania niestandardowe, czyli działania wykorzystujące działania promocyjne wykorzystujące kreatywne pomysły naładowane humorem i emocjami.

Partner Prywatny zobowiązany będzie do realizacji działań z zakresu Public Relations we współpracy i w stałym kontakcie z wyznaczonymi pracownikami Podmiotu Publicznego. Projekty komunikatów prasowych podlegają konsultacjom z Podmiotem Publicznym. Przed przekazaniem do publikacji ww. projekty muszą być zaakceptowane przez Podmiot Publiczny.

Partner Prywatny zobowiązany jest do informowania o pojawieniu się artykułu oraz dostarczania co najmniej po 1 kopii opublikowanych materiałów Podmiotowi Publicznemu (w tym także publikacje internetowe – linki oraz zrzuty ekranu). Po zakończeniu Okresu Budowy partner Prywatny dostarczy, zaprezentuje i przekaze raport zbiorczy dotyczący wszelkich aktywności PR związanych z przedsięwzięciem.

Partner Prywatny przedstawi propozycję co najmniej 3 działań niestandardowych. Działania te po akceptacji zostaną wdrożone do realizacji zgodnie z uzgodnionym Harmonogramem.

1.1.2. Prowadzenie strony internetowej

Na potrzeby Przedsięwzięcia zostanie utworzona strona internetowa. Zadaniem Partnera Prywatnego będzie prowadzenie ww. serwisu i zasilanie go nowymi treściami oraz wykupienie i opłacanie domeny w terminie nie później niż 30 dni od podpisania umowy z Partnerem Prywatnym do czasu zakończenia realizacji Umowy.

W ramach organizacji serwisu internetowego przewidziane są następujące zadania:

- a) stałe zasilanie treścią stron w języku polskim i angielskim,
- b) opracowanie koncepcji zamieszczenia treści strony internetowej oraz realizacja zatwierdzonej przez Podmiot Publiczny koncepcji na stronie głównej oraz na wybranych podstronach,
- c) ewentualne przygotowanie treści materiałów informacyjnych na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego,
- d) opracowanie graficzne i tekstowe materiałów informacyjnych na podstawie materiałów dostarczonych przez Zamawiającego,
- e) przetłumaczenie materiałów informacyjnych na stronę internetową na język angielski, Wykonawca dokona korekty językowej i stylistycznej wszelkich tekstów przed ostatecznym umieszczeniem w sieci,
- f) Wykonawca dokona tłumaczenia na język angielski wszystkich aktualności umieszczonych w serwisie w języku polskim a nie posiadających swojego odzwierciedlenia w języku angielskim.
Przy każdorazowej zmianie organizacji ruchu na terenie Budowy, musi pojawiać się komunikat o wprowadzeniu komunikacji zastępczej.
- g) Na stronie internetowej w przypadku utrudnień i braku dostępności, musi pojawiać się komunikat o wprowadzeniu komunikacji zastępczej.

W trakcie trwania projektu powinien być dostępny helpdesk, który w ciągu 24 godzin od momentu zgłoszenia będzie w stanie przywrócić serwis do poziomu użytkowego sprzed awarii lub, jeśli to nie będzie możliwe, wypracuje i wdroży równoległe rozwiązanie zastępcze w przeciągu 72h, a podczas całości awarii będzie pojawiał się odpowiedni komunikat.

Wszystkie materiały informacyjne, w tym ich treść oraz forma graficzna, przed publikacją na stronie muszą zostać zatwierdzone przez Podmiot Publiczny.

1.2. Szczegółowy zakres działań na etapie przygotowania Inwestycji

1.2.1. Konferencja prasowa

Partner Prywatny będzie zobowiązany do zorganizowania minimum 2 konferencji prasowych. Partner Prywatny będzie zobowiązany do:

- przygotowania listy dziennikarzy
- zapewnienie udziału dziennikarzy radiowych i telewizyjnych
- uzgodnienia z Podmiotem Publicznym scenariusza konferencji prasowej,

- zapewnienie moderatora,
- przygotowanie gadżetów projektowych,
- zabezpieczenia miejsca, środków technicznych, materiałów informacyjnych i prelegentów
- przygotowanie scenariusza i organizacja konferencji prasowych, przygotowania do konferencji prasowej Podmiot Publiczny oraz Partnera Prywatnego

Konferencje prasowe poświęcone będą Harmonogramowi Przedsięwzięcia, założeniom projektowym oraz modelowi finansowemu

1.2.2. Publikacje w prasie

Publikacja tekstów o długości min. ½ A4 - 5 tekstów w prasie ogólnopolskiej i 10 w prasie lokalnej poświęconych harmonogramowi prowadzenia prac, założeniom projektowym oraz modelowi finansowemu. Treść tekstu podlega akceptacji Podmiotu Publicznego.

1.2.3. Wizualizacja rozwiązań projektowych

Partner Prywatny przedłoży Miastu wizualizację rozwiązań projektowych 3D dla co najmniej 10 miejsc wskazanych przez podmiot Publiczny w formie graficznej (wysoka rozdzielczość) – katalog i nośnik elektroniczny min. 20 obrazów formatu A3 oraz po akceptacji Podmiotu Publicznego prześle 4 plansze wizualizacji (wydruk na papierze typu foto) w oprawie sztywnej aluminiowej gotowej do zwieszenia 4 szt. z wybranymi przez Podmiot Publiczny grafikami w formacie min. 120 x 80 cm

1.2.4. Film animowany

W terminie 60 dni od podpisania umowy Partner Prywatny będzie zobowiązany do przygotowanie animacji 3D o długości do 30-60 sek prezentującej przebieg trasy i podstawowe dane ją charakteryzujące. Animacja zostanie opatrzona dźwiękiem oraz w drugiej wersji tylko transkrypcja (do BUS TV).

1.2.5. Gazetka informacyjna

Opracowanie treści, projektu graficznego oraz wydruk gazety informacyjnej dotyczącej budowy linii tramwajowej KST etap IV. Nakład 15.000 szt. liczba stron: 8 format: 29 x 35 cm. Kolportaż gazetki w komunikacji miejskiej w rejonie realizacji Inwestycji przed rozpoczęciem Robót Budowlanych

Dystrybucja gazetki informacyjnej, 5000 szt. metodą druków bezadresowych do skrzynek pocztowych 10000 szt. na przystankach komunikacji miejskiej i punktach użyteczności publicznej

1.2.6. Spoty radiowe i informacje bieżące

Partner Prywatny zobowiązany będzie do prowadzenia działań informacyjnych o rozpoczęciu Okresu Projektowania i Budowy w fazie realizacyjnej, jak również przy każdorazowej zmianie organizacji ruchu w obrębie terenu budowy.

1.2.7. Uruchomienie infolinii telefonicznej

Partner Prywatny będzie odpowiedzialny za uruchomienie infolinii telefonicznej. Infolinia będzie czynna w godzinach od 8⁰⁰- 16⁰⁰. Partner Prywatny zapewni kompetentną obsługę, która będzie na bieżąco informowała o realizowanym projekcie oraz utrudnieniach w komunikacji z nim związanych.

Numer infolinii musi być łatwy i rozpoznawalny, jak również musi być umieszczony na materiałach informacyjnych i promocyjnych.

1.2.8. Wizyta studyjna

Partner Prywatny będzie zobowiązany do zorganizowania dwóch zagranicznych (Europa) 5 dniowych (4 noclegi) wyjazdów studyjnych na projekt referencyjny PPP lub z wdrożonym Systemem Zarządzania Majątkiem dla Podmiotu Publicznego i Inżyniera Kontraktu. Wyjazdy zostaną zorganizowane w ciągu pierwszych 7 miesięcy od podpisania Umowy. W trakcie spotkania Partner Prywatny zorganizuje spotkanie z Podmiotem Publicznym dla którego realizowany jest projekt w celu umożliwienia wymiany dyskusji na temat realizacji projektu. Ponadto w planie wyjazdu musi znajdować się spotkanie z personelem odpowiedzialnym za utrzymanie i zarządzaniem majątkiem według standardu PASS 55 lub norm z grupy ISO 55000 (m.in. hierarchia środków trwałych, zarządzanie ryzykiem, przygotowanie planów awaryjnych, centrum dyspozycyjne, wdrożone systemy informatyczne).

Plan wyjazdu zostanie przedstawiony w formie raportu pisemnego oraz prezentacji Podmiotowi Publicznemu w ciągu min. 4 miesięcy od planowanego wyjazdu. W ciągu 15 dni od momentu przekazania dokumentów Podmiot Publiczny będzie miał prawo do wniesienia uwag, które następnie w ciągu 10 dni zostaną naniesione przez Partnera Prywatnego i przekazane ponownie Podmiotowi Publicznemu do akceptacji. Akceptacja koncepcji planu wizyty przez Podmiot Publiczny nie nastąpi później niż w ciągu 60 dni od momentu przekazania pierwszej koncepcji planu wyjazdu przez Partnera Prywatnego.

W wyjeździe weźmie udział maksymalnie 15 osób wskazanych przez Podmiot Publiczny oraz 4 przez Inżyniera Kontraktu – 4. Partner Prywatny zapewni obsługę techniczną i organizacyjną w zakresie:

- Opracowanie programu wizyty z uwzględnieniem wizytowanego / wizytowanych obiektów,
- Zapewnienie niezbędnego wyposażenia oraz uzyskanie stosownych pozwoleń, opłacenie wejść do poszczególnych obiektów, wynagrodzenia osób oprowadzających i innych wymaganych opłat przez jednostki przyjmujące wizytujących,
- Zapewnienie opieki pilota oraz 2 tłumaczy ze strony Wykonawcy,
- Udział minimum dwóch osób ze strony Wykonawcy, w tym funkcję tłumaczy, jeśli jest taka możliwość może lub mogą również pełnić osoba / osoby ze strony Wykonawcy,
- Zapewnienie transportu oraz noclegów, w tym:
 - przejazdu autokarem Lux,
 - przejazdów lokalnych między miejscami objętymi planem wyjazdu i miejscem zakwaterowania,
 - zapewnienie noclegu w hotelach, min. 3 gwiazdki, pokoje jednoosobowe z łazienkami, ze śniadaniem,
 - zapewnienie wyżywienia w trakcie pobytu (śniadanie, w przypadku, kiedy nie jest zapewnione w ramach hotelu, lunch, kolacja),
- Zapewnienie ubezpieczenia uczestników wyjazdu.

Podczas wyjazdu do zadań Partnera Prywatnego będzie należało sporządzenie listy uczestników wizyty studialnej oraz raportu z wizyty oraz raportu fotograficznego (minimum 30 zdjęć cyfrowych) przekazywanych Partnerowi Prywatnemu 10 dni po zakończeniu wizyty studialnej.

1.3. Szczegółowy zakres działań na etapie realizacji Inwestycji

1.3.1. Konferencja prasowa

Partner Prywatny będzie zobowiązany do zorganizowania minimum 1 raz na kwartał konferencji prasowych. W przypadku sytuacji kryzysowych konferencje prasowe będą zorganizowane przez Partnera Prywatnego po uzgodnieniu z Podmiotem Publicznym. Partner Prywatny będzie zobowiązany do:

- przygotowania listy dziennikarzy
- zapewnienie udziału dziennikarzy radiowych i telewizyjnych
- uzgodnienia z Podmiotem Publicznym scenariusza konferencji prasowej,
- zapewnienie moderatora,
- przygotowanie gadżetów projektowych,
- zabezpieczenia miejsca, środków technicznych, materiałów informacyjnych i prelegentów

1.3.2. Publikacje w prasie

Publikacja tekstów o długości min. ½ A4 - 20 w prasie lokalnej poświęconych postępowi prac. Treść tekstu podlega akceptacji Podmiotu Publicznego.

1.3.3. Gazetka informacyjna

Opracowanie treści, projektu graficznego oraz wydruk gazety informacyjnej dotyczącej organizacji ruchu w trakcie realizacji prac budowy linii tramwajowej KST etap IV. Nakład 15.000 szt. liczba stron: 8 format: 29 x 35 cm. Kolportaż gazetki w komunikacji miejskiej w rejonie realizacji Inwestycji przed rozpoczęciem Robót Budowlanych

Dystrybucja gazetki informacyjnej, 5000 szt. metodą druków bezadresowych do skrzynek pocztowych 10000 szt. na przystankach komunikacji miejskiej i punktach użyteczności publicznej

1.3.4. Film reklamowy

W terminie do 30 dni od uzyskania decyzji ZRID, Partner Prywatny przygotuje film promujący Inwestycję o długości 30 sek do 1 min. Film będzie posiadał dźwięk i narrację. Dodatkowo film zostanie przygotowany w wersji z transkrypcją (do BUS TV). W filmie należy wykorzystać ujęcia z drona prezentujące stan 0 oraz animację pokazującą zmiany jakie wprowadzi budowa trasy, wraz z animacją ruchu pojazdów.

Film będzie emitowany podczas konferencji oraz w punkcie informacyjnym. Film będzie dostępny na stronie internetowej.

1.3.5. Tablice informacyjne

Każdorazowo przy zmianie organizacji ruchu na terenie budowy, Partner Prywatny jest zobowiązany do przygotowania tablic z informacją dotyczącą budowy w miejscach uzgodnionych z Podmiotem Publicznym. Dodatkowo wykonane zostaną tablice informacyjne informujące o każdorazowej zmianie

organizacji ruchu na terenie budowy. Tablice informacyjne muszą być opatrzone logo Podmiotu Publicznego, Partnera Prywatnego. Layout tablic podlega każdorazowo zatwierdzeniu przez Podmiot Publiczny. Wymiary tablicy: 1,5 m x 1,0 m, liczba tablic – 6 szt.

1.3.6. Wizualizacje i reklamy na czasowych wygradzeniach Ternu Budowy

Partner Prywatny w miejscach uzgodnionych z Podmiotem Publicznym, zamocuje w sposób trwały wizualizacje inwestycji oraz wkomponuje np. zdjęcia historyczne i/lub obecne Krakowa. Materiały zostaną przygotowane w formie trwałej i odpornej na działania atmosferyczne. Wielkość materiałów zostanie dostosowane do formatu czasowego wygradzenia terenu budowy. Materiały będą umieszczone w co najmniej 10 miejscach. Przygotowane materiały zostaną oznaczonymi logotypami Podmiotu Publicznego, Partnera Prywatnego.

Podmiot Publiczny nie dopuszcza umieszczania innych reklam na ogrodzeniu ternu budowy.

1.3.7. Punkt informacyjny

Utworzenie punktu informacyjnego oznaczonymi logotypami Podmiotu Publicznego, Partnera Prywatnego. Punkt informacyjny zostanie utworzony na 1 tydzień przed rozpoczęciem Okresu Budowy. Punkt informacyjny będzie działał przez okres 14 dni łącznie, każdego dnia przez 8 godzin. W punkcie będą dostępne materiały informacyjne dotyczące realizacji projektu PPP m.in. gazetka, ulotki, plakat materiały wspierające działania, w tym materiały edukacyjne dla dzieci – rysowanki, kredki, małe gadżety powiązane tematycznie z budowaną infrastrukturą.

~~Ponadto Partner Prywatny zobowiązany będzie do opracowania wizualizacji projektu graficznego na potrzeby VR oraz zakup sprzętu do wizualizacji oraz wyposażenia – min. 2 pary okularów VR.~~

Ponadto Partner Prywatny zobowiązany będzie do opracowania wizualizacji projektu graficznego w postaci filmu w technologii 3 D ekranującego o długości 1 min.

Punkt powinien być obsługiwany przez przynajmniej 2 osoby, które będą udzielać informacji dotyczącej inwestycji. Przed punktem powinni znajdować się co najmniej 2 potykacze z plakatem (opracowanie treści plakatu oraz wydruk – odpowiednio do wymiaru potykacza lub ubrani w stroje będące maskotkami Inwestycji).

1.3.8. Platforma widokowa

Partner Prywatny będzie zobowiązany do utworzenia na terenie budowy platformy widokowej umożliwiającej osobom trzecim bieżące śledzenie postępów na budowie w rejonie budowy tunelu, w miejscu uzgodnionym z Podmiotem Publicznym. Platforma musi być stabilna, oświetlona oraz stosownie zabezpieczona w barierki zgodnie z wymaganiami BHP. Partner Prywatny zobowiązany będzie do utrzymania platformy w należyłym stanie technicznym przez cały czas trwania Robót Budowlanych. Z platformy nie będzie możliwe wejście na wydzielony teren prowadzenia prac budowlanych.

Platforma zostanie oznakowana oraz umieszczone zostaną informacje o prowadzonych działaniach, nazwa Przedsięwzięcia oraz zostanie oznaczona logo Podmiotu Publicznego, Partnera Prywatnego oraz

w przypadku uzyskania dofinansowania unijnego, logami zgodnie z zasadami wizualizacji projektów unijnych.

1.3.9. Prasa

Podmiot Prywatny będzie zobowiązany do zamieszczenia ogłoszenia na lokalnych stronach ogólnopolskiej gazety codziennej każdorazowo przed zmianą tymczasowej oraz wdrożenia stałej organizacji ruchu na terenie budowy. przez cały okres realizacji Inwestycji.

1.3.10. Kampania w internecie

Partner Prywatny będzie zobowiązany do publikacji co najmniej 4 artykułów sponsorowanych o długości min. 1 strona A4.

1.3.11. Zdjęcia z postępu prac

Partner Prywatny zobowiązany będzie do przekazania na koniec każdego miesiąca realizacji Robót Budowlanych włącznie z prawami autorskimi 15 ujęć miesięcznie – zdjęcia wykonywane przy użyciu drona za każdym razem z tego samego punktu. Rozdzielczość – do publikacji w Internecie oraz prasie.

1.3.12. Materiał video i audio

Partner Prywatny przygotuje na koniec każdego miesiąca materiał video i audio prezentującego postęp prac w formie reportażu z placu budowy. Każdy film powinien zostać co najmniej 10 krotnie wyemitowany na antenie TVP Kraków (video) oraz Radia Kraków (audio) i w Internecie gdzie musi uzyskać co najmniej 10.000 wyświetleń (video na Youtube oraz Facebook). Raport z publikacji zostanie przekazany Podmiotowi Publicznemu.

1.3.13. Konferencje

Partner Prywatny zobowiązany będzie do organizacji 2 konferencji ogólnopolskich oraz 1 międzynarodowej.

Organizacja międzynarodowej konferencji poświęconej realizacji Projektu

Zadaniem Partnera Prywatnego będzie zorganizowanie konferencji, która będzie prezentacją case study Projektu, z podkreśleniem realizacji Projektu z wykorzystaniem modelu partnerstwa publiczno-prywatnego przy współfinansowaniu ze środków Funduszu Spójności (o ile projekt otrzyma dofinansowanie).

Na spotkanie zostaną zaproszeni przedstawiciele polscy i zagraniczni środowisk, w tym eksperci działający w sektorze transportu publicznego, za zgodą Zamawiającego grono ekspertów może zostać rozszerzone o przedstawicieli innych dziedzin. Goście konferencji muszą być zaakceptowani przez Podmiot Publiczny.

Konferencja promocyjno - informacyjna nt. Realizacji Projektu powinna być zorganizowana w Krakowie dla 120 osób i trwać 2 dni (od godz. 9.00 pierwszego dnia konferencji do godz. 16.00 dnia drugiego konferencji). Termin konferencji zostanie ustalony wspólnie przez partnera Prywatnego i podmiot Publiczny.

Do zadań Partnera Prywatnego będzie należało ustalenie tytułu i programu konferencji w uzgodnieniu z Podmiotem Publicznym

Wybór sali konferencyjnej spełniającej wymagania opisane poniżej.

- Konferencja odbędzie się w sali konferencyjnej jednego z co najmniej czterogwiazdkowych hoteli (zgodnie z kategoriami wskazanymi w rozporządzeniu Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004r. w sprawie obiektów hotelowych i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie) posiadającym miejsca parkingowe dla uczestników oraz dogodny dojazd środkami komunikacji miejskiej z dworców PKP i PKS. Ostateczne miejsce konferencji musi być zaakceptowane przez Podmiot Publiczny.
- Opis miejsca realizacji przedmiotu zamówienia przesłany do akceptacji Zamawiającego powinien zawierać minimum:
 - wskazanie miejsca – nazwa, adres,
 - zdjęcia lub foldery (co najmniej dwa zdjęcia) przedstawiające obiektu, wewnątrz obiektu, salę konferencyjną,
 - opis dojazdu do miejsca realizacji konferencji – mapa.
- Zamówienie w odniesieniu do warunków organizacyjnych obejmuje:
 - zapewnienie sali konferencyjnej wraz z następującym wyposażeniem:
 - wielkość sali dostosowana do liczby uczestników określonej w pkt. 1
 - sala przestronna, zapewniająca dobrą widoczność z każdego miejsca sali (bez filarów)
 - miejsca siedzące dla uczestników odpowiednio do liczby określonej w pkt. 1
 - stoły dla prelegentów
 - nagłośnienie – 3 mikrofony bezprzewodowe dla uczestników
 - zestaw multimedialny do prezentacji
 - ekran projekcyjny
 - komputer – laptop
 - kabiny do symultanicznego tłumaczenia konferencji wraz z oprzyrządowaniem odsłuchowym dla uczestników konferencji 120 szt.,
 - zaplecze sanitarne.
 - oznaczenia miejsca konferencji:
 - przed wejściem do hotelu – min. 1 potykacz (min. powierzchnia nadruku w formacie A2)
 - oznaczenie recepcji konferencji – min. 2 potykacze (powierzchnia nadruku w formacie A2)
 - sali wykładowej – min. 1 potykacz (powierzchnia nadruku w formacie A2, oznaczenia na drzwiach sali
 - szatni, toalet, recepcji, pomieszczeń cateringowych.
 - zadbanie o personel techniczny obsługujący aparaturę multimedialno-nagłaśniającą w trakcie konferencji min. 1 osoba,

- zadbanie o personel pomocniczy obsługujący konferencje – hostessy min. 2 osoby, których zadaniem będzie wsparcie przy obsłudze konferencji – pomoc w rejestracji, udzielanie informacji uczestnikom konferencji, obsługa porządkowo – organizacyjna,
- zapewnienie tłumaczenia symultanicznego (z j. angielskiego na j. polski oraz j. polskiego na j. angielski – 2 kanały) – min 2 tłumaczy symultanicznych,
- zapewnienie wyżywienia dla uczestników stosownie do liczby określonej w pkt 1:
 - 2 obiady – (trzydaniowy) – 1 oraz 2 dnia konferencji;
 - 1 kolacja – 1 dnia konferencji
 - 2 dni x 3 przerwy kawowe każdego dnia konferencji obejmujące:
 - świeżo parzona, gorąca kawa i herbata smakowa oraz zwykła do wyboru;
 - 5 rodzajów kruchych ciasteczek;
 - 3 rodzaje soków, woda mineralna gazowana i niegazowana.
- zapewnienie moderatora podczas trwania konferencji.
- Partner Prywatny wskaże prelegentów konferencji (10 osób), wybranych w porozumieniu i po akceptacji przez Podmiot Publiczny. Partner proponuje m.in. specjalistów posiadających wiedzę z zakresu transportu publicznego, Zarządzania Projektami Unijnymi. Wśród nich winny znaleźć się przynajmniej 2 osoby posiadające przynajmniej tytuł naukowy doktora. Wykonawca zapewni nocleg dla maksimum 10 prelegentów (nocleg ze śniadaniem w hotelu, w którym odbywać się będzie konferencja). Wykonawca poniesie wszelkie koszty związane z uczestnictwem prelegentów w konferencji.
- Do zadań Wykonawcy będzie należało również:
 - przygotowanie identyfikatorów dla prelegentów, wszystkich uczestników konferencji oraz wysłanie zaproszeń dla uczestników w porozumieniu z Podmiotem Publicznym,
 - wydania uczestnikom konferencji promocyjno-informacyjnej zaświadczeń o udziale w konferencji,
 - opracowanie i przygotowanie materiałów konferencyjnych – mini pakietu ustalonego z Podmiotem Publicznym dla uczestników konferencji, który będzie zawierał m.in.:
 - teczkę ofertową (konferencyjną) zawierającą: wydrukowane prezentacje prelegentów, broszurę informującą – promującą realizację Projektu (patrz
 - notatnik,
 - długopis
 - Pendrive 8 GB z nagranyimi prezentacjami prelegentów oraz innymi materiałami informacyjno – promocyjnymi,
 - smycz reklamowa z logo oraz kółeczkiem, na której zawieszony będzie Pendrive 8GB.
 - Cały pakiet materiałów konferencyjnych wraz z gadżetami reklamowymi będzie rozdawany w formie zestawu umieszczonego w torbie papierowej opatrzonej logo Partnera Prywatnego oraz Podmiotu Publicznego. Dodatkowo Partner Prywatny przewidzi dystrybucję na konferencji ok. 50 szt. folderów VIP, przeznaczonych dla wybranych grup docelowych jako materiał informacyjno-promocyjny dla decydentów polskich i zagranicznych, mediów lokalnych i krajowych, przedstawicieli środowisk związanych z transportem publicznym.

- o udokumentowanie fotograficzne przebiegu konferencji (raport fotograficzny) i przekazanie materiałów na nośniku CD/DVD oraz co najmniej 100 zdjęć z przebiegu konferencji Zamawiającemu w terminie 5 dni po zakończeniu konferencji.

Organizacja konferencji krajowych poświęconych realizacji Projektu

Partner Prywatny zorganizuje **2 krajowe konferencje promocyjno - informacyjna** nt. realizacji Projektu, w terminie uzgodnionym z Podmiotem Publicznym.

Każda z dwóch konferencji winna zostać zorganizowana dla **120 osób i trwać 1 dzień** (od godziny 9.00 do 16.00). Do zadań Partnera Prywatnego będzie należało ustalenie tytułu i programu konferencji w uzgodnieniu z Podmiotem Publicznym oraz wybór sali konferencyjnej spełniającej wymagania opisane poniżej.

Każda z dwóch konferencji odbędzie się w sali konferencyjnej jednego z co najmniej trzygwiazdkowych hoteli (zgodnie z kategoriami wskazanymi w rozporządzeniu Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004r. w sprawie obiektów hotelowych i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie) posiadającym miejsca parkingowe dla uczestników oraz dogodny dojazd środkami komunikacji miejskiej z dworców PKP i PKS.

Partner Prywatny wybierze i zaprosi prelegentów konferencji (6 osób), wybranych w porozumieniu i po akceptacji przez Podmiot Publiczny. Partner Prywatny zorganizuje m.in. specjalistów posiadających wiedzę z zakresu transportu publicznego. Wśród nich winny znaleźć się przynajmniej 2 osoby posiadające przynajmniej tytuł naukowy doktora. Partner Prywatny poniesie wszelkie koszty związane z uczestnictwem prelegentów w konferencji.

Opis miejsca realizacji przedmiotu zamówienia przesłany do akceptacji przez Podmiot Publiczny powinien zawierać minimum:

- wskazanie miejsca – nazwa, adres
- zdjęcia lub foldery (co najmniej dwa zdjęcia) przedstawiające obiekt, wnętrze obiektu, salę konferencyjną
- opis dojazdu do miejsca realizacji konferencji – mapa

Zamówienie w odniesieniu do warunków organizacyjnych obejmuje:

- zapewnienie sali konferencyjnej wraz z następującym wyposażeniem:
 - o wielkość sali dostosowana do liczby uczestników określonej w pkt. 1
 - o sala przestronna, zapewniająca dobrą widoczność z każdego miejsca sali (bez filarów)
 - o miejsca siedzące dla uczestników odpowiednio do liczby określonej w pkt. 1
 - o stoły dla prelegentów
 - o nagłośnienie – 3 mikrofony bezprzewodowe dla uczestników
 - o zestaw multimedialny do prezentacji
 - o ekran projekcyjny
 - o komputer – laptop
 - o zaplecze sanitarne.
- oznaczenia miejsca konferencji:

- przed wejściem do hotelu – min. 1 potykacz (min. powierzchnia nadruku w formacie A2)
- oznaczenie recepcji konferencji – min. 2 potykalce (powierzchnia nadruku w formacie A2)
- sali wykładowej – min. 1 potykacz (powierzchnia nadruku w formacie A2), oznaczenia na drzwiach sali
- szatni
- toalet
- recepcji
- pomieszczeń cateringowych.
- zadbanie o personel techniczny obsługujący aparaturę multimedialno-nagłaśniającą w trakcie konferencji min. 1 osoba,
 - zadbanie o personel pomocniczy obsługujący konferencje – hostessy min. 2 osoby, których zadaniem będzie wsparcie przy obsłudze konferencji – pomoc w rejestracji, udzielanie informacji uczestnikom konferencji, obsługa porządkowo – organizacyjna,
 - zapewnienie wyżywienia dla uczestników stosownie do liczby określonej w pkt 1:
 - 1 obiad – (trzydaniowy)
 - 3 przerwy kawowe każdego dnia konferencji obejmujące: świeżo parzona, gorąca kawa i herbata smakowa oraz zwykła do wyboru; 5 rodzajów kruchych ciasteczek; 3 rodzaje soków, woda mineralna gazowana i niegazowana.
 - serwis gastronomiczny tj. przygotowanie pomieszczenia – nakrycie stołów, zastawa ceramiczna, sprzątanie, obsługa kelnerska w ilości zapewniającej sprawną obsługę konferencji (minimum 5 osób),
 - zapewnienie moderatora podczas trwania konferencji.
- Do zadań Partnera Prywatnego będzie należało również:
 - przygotowanie identyfikatorów dla prelegentów, wszystkich uczestników konferencji oraz wysłanie zaproszeń dla uczestników w porozumieniu z Zamawiającym,
 - opracowanie i przygotowanie materiałów konferencyjnych – mini pakietu ustalonego z Zamawiającym dla uczestników konferencji, który będzie zawierał m.in.:
 - teczkę ofertową (konferencyjną) zawierającą: wydrukowane prezentacje prelegentów, broszurę informującą – promującą realizację Projektu
 - notatnik
 - długopis
 - Pendrive 8 GB z nagranyimi prezentacjami prelegentów oraz innymi materiałami informacyjno – promocyjnymi
 - smycz reklamowa z logo oraz kółeczkiem, na której zawieszony będzie Pendrive 8GB
 - Cały pakiet materiałów konferencyjnych wraz z gadżetami reklamowymi będzie rozdawany w formie zestawu umieszczonego w torbie papierowej opatrzonej logo Partnera Prywatnego i Podmiotu Publicznego.
 - udokumentowanie fotograficzne przebiegu konferencji (raport fotograficzny) i przekazanie materiałów na nośniku CD/DVD oraz co najmniej 100 zdjęć z przebiegu konferencji Podmiotowi Publicznemu w terminie 5 dni po zakończeniu konferencji.

1.3.14. Przygotowanie materiałów wspierających działania informacyjno-promocyjne

Partner Prywatny przedstawi listę proponowanych materiałów wspierających działania informacyjno-promocyjne (np. materiały piśmiennicze, nośniki danych, powerbank, opakowania na zestawy materiałów informacyjnych podczas konferencji, roll-upy, słodczyce). Materiały wspierające powinny nawiązywać do grafiki przyjętej dla całego projektu. Po zatwierdzeniu przez Podmiot Publiczny ostatecznej listy materiałów oraz planu dystrybucji, Partner Prywatny dokona zakupu, brandowania oraz dystrybucji do wskazanych przez Podmiot Publiczny miejsc, zgodnie z przyjętą koncepcją działań oraz ustalonym harmonogramem. Produkcja materiałów wspierających musi zakończyć się na 7 dni przed planowanym terminem rozpoczęcia Okresu Budowy.

1.3.15. Informacje bieżące w radiu

Partner Prywatny będzie zobowiązany do poinformowania w radiu lokalnym o utrudnieniach w związku z realizacją Robót Budowlanych. Raz na kwartał będzie zobowiązany również do zorganizowania audycji radiowej trwającej min. 15 min o tematyce transportu publicznego z uwzględnieniem zagadnień wynikających z prowadzenia Robót Budowlanych. Partner Prywatny zapewni niezbędny czas antenowy oraz prelegentów. Scenariusz audycji zostanie uzgodniony z Podmiotem Publicznym.

1.3.16. Uruchomienie infolinii telefonicznej

Partner Prywatny będzie odpowiedzialny za uruchomienie infolinii telefonicznej. Infolinia będzie czynna w godzinach od 8⁰⁰ - 16⁰⁰. Partner Prywatny zapewni kompetentną obsługę, która będzie na bieżąco informowała o realizowanym projekcie oraz utrudnieniach w komunikacji z nim związanych. Numer infolinii musi być łatwy i rozpoznawalny, jak również musi być umieszczony na materiałach informacyjnych i promocyjnych.

2. Okres Eksploatacji

W terminie 10 dni przed rozpoczęciem Okresu Eksploatacji Partner Prywatny przedstawi Podmiotowi Publicznemu Plan działań komunikacyjnych. Plan zawierać będzie strategię komunikacji wraz z określeniem działań z niej wynikających oraz z określeniem harmonogramu ich realizacji. Podmiot Publiczny może wnieść uwagi na zasadach określonych w Umowie. W przypadku nieuwzględnienia uwag Podmiotu Publicznego, Partner Prywatny zobowiązany jest do szczegółowego uzasadnienia przyczyny niewprowadzenia uwag.

2.1. Prowadzenie działań Public Relations oraz Media Realtion

Zakres określony został w punkcie 1.1

2.2. Prowadzenie strony internetowej

Zakres określony został w punkcie 1.1.2

2.3. Informacje bieżące w radiu

Partner Prywatny będzie zobowiązany do poinformowania w radiu lokalnym o Braku Dostępności linii tramwajowej oraz wprowadzeniu komunikacji zastępczej. Ponadto 3 razy przez cały Okres Eksploatacji, będzie zobowiązany również do zorganizowania audycji radiowej trwającej min. 15 min o tematyce transportu publicznego z uwzględnieniem zagadnień wynikających z Okresu Eksploatacji. Partner Prywatny zapewni niezbędny czas antenowy oraz prelegentów. Scenariusz audycji zostanie uzgodniony z Podmiotem Publicznym.

2.4. Film reklamowy

Film, o którym mowa w punkcie 1.3.4 zostanie zaktualizowany w terminie 30 dni od rozpoczęcia Okresu Eksploatacji. Kolejne aktualizacje zostaną wykonane w okresach maksymalnie trzyletnich.