**PROŚBA O OSZACOWANIE WARTOŚCI ZAMÓWIENIA**

1. **Zamawiający:**

Nazwa: Muzeum Sztuki w Łodzi

Adres: 90-734 Łódź ul. Więckowskiego 36

Telefon: 42 633 97 90

Faks: 42 632 99 41

Regon: 000 277 500

NIP: 724 10 00 146

1. **Przedmiot oszacowania**

W związku z otrzymaniem dotacji Muzeum Sztuki prosi o oszacowania wartości **przyszłego** zamówienia, Zamawiający zwraca się z prośbą o dokonanie **szacunkowej wyceny** realizacji zamówienia pn. „Przeprowadzanie kampanii informacyjno-promocyjnej projektu `Cyfrowe udostępnienie zasobów Muzeum Sztuki w Łodzi`” na potrzeby realizacji projektu współfinansowanego w ramach Działania 2.3 Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego, Poddziałanie 2.3.2 Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury, oś priorytetowa II   
E-administracja i otwarty rząd Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa.

1. **Opis przedmiotu oszacowania**

1. Przedmiotem szacowania jest przeprowadzanie kampanii informacyjno-promocyjnej projektu „Cyfrowe udostępnienie zasobów Muzeum Sztuki w Łodzi”, współfinansowanego w ramach Działania 2.3 Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego, Poddziałanie 2.3.2 Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury, oś priorytetowa II E-administracja i otwarty rząd Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa.
   1. Wszystkie działania w kampanii muszą zostać przeprowadzone zgodnie z:
      1. Wytycznymi zawartymi w *Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020*
      2. Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020
      3. Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
   2. Czas trwania kampanii: 3 lata, sierpień 2020 – lipiec 2023
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:
   1. Zaprojektowanie i wyprodukowanie tablicy informacyjnej wraz z jej montażem:
      1. Liczba tablic: 1
      2. Rozmiar tablicy: minimum 80 cm na 120 cm
      3. Tablica wykonana na materiale pcv o grubości minimum 10 mm
      4. Projekt i treści należy przekazać Zamawiającemu do uprzedniej akceptacji
      5. Tablica zostanie zamontowana w miejscu realizacji projektu Zamawiającego, wskazanym przez Zamawiającego, a także wskazaną przez Zamawiającego techniką, oraz we wskazanym terminie (przewidywany termin: 3 lub 4 kwartał 2020 roku)
   2. Zaprojektowanie i wyprodukowanie tablicy pamiątkowej wraz z jej montażem:
      1. Liczba tablic: 1
      2. Rozmiar tablicy: minimum A3, ale wielkość do uzgodnienia i akceptu Zamawiającego   
         w 2023 roku
      3. Tablica wykonana na materiale plexi lub szklanej o grubości minimum 10 mm
      4. Projekt i treści należy przekazać Zamawiającemu do akceptacji, nie później niż 7 dni przed uzgodnionym terminem montażu tablicy przez Wykonawcę
      5. Tablica zostanie zamontowana w miejscu realizacji projektu wskazanym przez Zamawiającego, techniką wskazaną przez Zamawiającego i w terminie wskazanym przez Zamawiającego, (przewidywany termin: 3 kwartał 2023 roku)
   3. Zaprojektowanie i wyprodukowanie naklejek
      1. Liczba: 300
      2. Wymiary: 5 cm na 7 cm
      3. Naklejki zostaną przez Zamawiającego przyklejone do urządzeń, sprzętów i innych przedmiotów zakupionych w ramach projektu. Wykonane zostaną z trwałych materiałów, zapewniających czytelność oraz wysoki poziom estetyczny minimum przez okres trwałości projektu, tj. przez 5 lat od momentu zakończenia projektu, czyli od 2023 roku.
      4. Treść naklejek będzie zawierać informację, że przedmioty zostały zakupione ze środków programu Polska Cyfrowa, w ramach programów polityki spójności 2014-2020. Projekt zostanie przekazany Zamawiającemu do uprzedniej akceptacji.
      5. Termin wykonania: w pierwszym roku realizacji projektu (licząc rok od 1 sierpnia 2020), szczegółowy termin do uzgodnienia z Zamawiającym.
   4. Kampania promująca projekt w mediach społecznościowych – Facebook
      1. Kampania będzie polegać na płatnym promowaniu 30 postów na głównym fan page`u Muzeum Sztuki zawierających treści odnoszące się do efektów realizacji projektu na portalu zasoby.msl.org.pl oraz przekierowujące bezpośrednio na ten portal
      2. Czas promowania każdego z postów: 7 dni
      3. Czas trwania całej kampanii: realizacja w okresie 3 lat (1.08.2020 – 31.07.2023), co przełoży się na 10 postów rocznie (licząc kolejne lata jako - 1 rok: sierpień 2020 – lipiec 2021; drugi rok: sierpień 2021 – lipiec 2022, 3 rok: sierpień 2022 – lipiec 2023), a każdy post promowany będzie przez 7 dni, zaś kolejne promocje postów nie będą nachodziły na siebie w czasie.
      4. Zasięg posta: minimum 50 tys. użytkowników każdego dnia płatnej promocji. Łącznie w ciągu całej trzyletniej kampanii obejmie to około 210 dni płatnej promocji 30 postów, a ich całkowity zasięg to minimum: 10 500 000 (nieunikalnych) użytkowników tego portalu społecznościowego.
      5. Geotargetowanie postów nastąpi na terenie całej Polski, w szczególności do grup docelowych: artyści, nauczyciele, uczniowie, naukowcy, studenci, muzealnicy, osoby zainteresowane turystyką, sztuką, osoby z niepełnosprawnościami
   5. Przeprowadzenie kampanii reklamowej w mediach branżowych dotyczących sztuki oraz mediach dedykowanych osobom z niepełnosprawnościami:
      1. Zaprojektowanie i wykupienie 2 reklam w postaci baneru na głównych stronach internetowych 2 najważniejszych polskich pism poświęconych sztuce (np. Szum, Notes na 6 tygodni, Format)
      2. Zaprojektowanie i wykupienie 3 reklam na portalach dedykowanych osobom   
         z niepełnosprawnościami, uzgodnionymi z Zamawiającym
      3. Zamawiający wymaga od Wykonawcy wynajęcia grafika posiadającego doświadczenie w projektowaniu identyfikacji wizualnej i plakatów dla instytucji sztuki w Polsce tzn. projektującego w ostatnich 4 latach identyfikację graficzną wystawy sztuki nowoczesnej lub współczesnej dla muzeum lub galerii sztuki, albo kampanii reklamowych/społecznych przygotowanych dla instytucji zajmujących się upowszechnianiem sztuki współczesnej
      4. Reklamy przekierowywać będą na portal zasoby.msl.org.pl, na którym prezentowane będą efekty realizacji projektu
      5. Czas trwania kampanii na każdym portalu: 60 dni
      6. Termin kampanii: ostatnia faza realizacji projektu, czyli 2023 rok
   6. Wyprodukowanie cyklu 3 filmów:
      1. Filmy o charakterze edukacyjnym będą prezentować metody digitalizacji zasobów muzeum oraz sposoby ich udostępniania
      2. Produkcja filmów obejmie całościowy proces ich przygotowania, w szczególności: stworzenie scenariusza, reżyserię, podkład muzyczny, wykonanie zdjęć, montaż, postprodukcję, opatrzenie ewentualnymi animacjami, zamieszczenie odpowiednich logotypów, a także zdobycie wszystkich wymaganych zgód do realizacji filmu
      3. Scenariusze filmów należy przedstawić Zamawiającemu do akceptacji
      4. W filmach wystąpią m.in. eksperci w zakresie digitalizacji i edukacji muzealnej zaakceptowani przez Zamawiającego
      5. Czas trwania każdego filmu szacowany jest na 3-5 minut, z przeznaczeniem do publikacji na portalach społecznościowych Muzeum Sztuki, portalu zasoby.msl.org.pl oraz na stronach internetowych mediów i instytucji zainteresowanych ofertą cyfrowych zasobów muzeum
      6. Filmy w jakości FULL HD 4K, gotowe także do publikacji w formacie internetowym mp4
      7. Filmy stworzone zostaną w polskiej wersji językowej, a także dodatkowo w wersjach z: angielskimi i polskimi napisami oraz z tłumaczeniem na język migowy. Wykonanie   
         i implementacja tłumaczeń leży po stronie Wykonawcy.
      8. Termin realizacji: 2023 rok, pierwszy lub drugi kwartał, szczegółowa data do akceptacji Zamawiającego.
   7. Przygotowanie prezentacji multimedialnej:
      1. Na briefing prasowy zorganizowany na zakończenie projektu opracowana zostanie   
         w wersji elektronicznej prezentacja pokazująca przebieg projektu. Prezentacja zostanie wykorzystana także w celu promocji efektów projektu w Internecie.
      2. Prezentacja zawierać będzie treści podsumowujące przebieg realizacji projektu, w tym:
         1. Podstawowe informacje o założeniach projektu.
         2. Ogólny opis przebiegu jego rozwoju w kolejnych półroczach.
         3. Dokumentację zdjęciową zakupionego sprzętu oraz procesu jego wykorzystania przez pracowników muzeum w działaniach digitalizacyjnych, powstałą w wyniku przeprowadzenia minimum 6 fotosesji w czasie trwania projektu (po dwie w każdym roku trwania projektu począwszy od sierpnia 2020), których rezultatem będą w sumie co najmniej 72 fotografie.
         4. W prezentacji zawarte zostaną trzy krótkie filmy pokazujące proces digitalizacji   
            i udostępniania dzieł opisane w punkcie 2.6.
         5. Pokazane zostaną też na kilku przykładach efekty realizacji projektu na portalu zasoby.msl.org.pl.
   8. Przeprowadzenie kampanii reklamowej – outdoor:
      1. Celem kampanii będzie zwrócenie uwagi osób podróżujących komunikacją miejską na ofertę udostępnionych cyfrowo zasobów Muzeum Sztuki.
      2. Kampania obejmie zaprojektowanie, druk i ekspozycję plakatów na przystankach komunikacji miejskiej.
      3. Zamawiający wymaga od Wykonawcy wynajęcia grafika posiadającego doświadczenie w projektowaniu identyfikacji wizualnej i plakatów dla instytucji sztuki w Polsce tzn. projektującego w ostatnich 4 latach identyfikację graficzną wystawy sztuki nowoczesnej lub współczesnej dla muzeum lub galerii sztuki, albo kampanii reklamowych/społecznych przygotowanych dla instytucji zajmujących się upowszechnianiem sztuki współczesnej.
      4. Liczba projektów plakatów: co najmniej 4, do akceptacji i wyboru przez Zamawiającego.
      5. Plakaty będą eksponowane na podświetlanych nośnikach typu citylight zlokalizowanych na przystankach w 4 największych polskich miastach: Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu.
      6. Liczba nośników: 70 w Warszawie i minimum 50 w pozostałych miastach.
      7. Lokalizacja: centra miast i główne punkty przesiadkowe komunikacji miejskiej (szczegółowe listy lokalizacji do akceptacji Zamawiającego).
      8. Czas trwania kampanii: jeden miesiąc (30 dni), w przedziale dat obejmującym ostatnie trzy miesiące trwania projektu w 2023 roku.
   9. Spotkania w Muzeum Sztuki upowszechniające platformę Zasoby:
      1. Zorganizowane zostaną 3 spotkania prezentujące rozbudowę portalu zasoby.msl.org.pl, po jednym w każdym roku realizacji projektu (licząc początek realizacji projektu od sierpnia 2020). Ostatnie spotkanie zostanie połączone   
         z konferencją prasową podsumowującą projekt.
      2. Na spotkania zaproszone zostaną osoby z grup docelowych projektu np. animatorzy kultury, nauczyciele, koordynatorzy dostępności, uczniowie, studenci, odbiorcy   
         z niepełnosprawnościami kognitywnymi.
      3. Zorganizowany zostanie transport osób z niepełnosprawnościami (zgłaszających taką potrzebę) do i z Muzeum Sztuki, w liczbie do 50 osób łącznie na każde spotkanie,   
         z maksymalnie 3 destynacji na terenie Polski. Konkretna liczba i miejsca odbioru do uzgodnienia każdorazowo z Zamawiającym i do akceptacji Zamawiającego.
      4. Podczas spotkań pracownicy działu edukacji Muzeum Sztuki zaprezentują zdigitalizowane muzealia i ich opisy przystosowane dla odbiorców z zaburzeniami kognitywnymi, odbiorców z niepełnosprawnością wzroku i odbiorców   
         z niepełnosprawnością słuchu.
      5. Na każde ze spotkań zapewniony powinien być przez Wykonawcę catering konferencyjny dla zaproszonych gości w postaci napojów zimnych i gorących (np. kawa, herbata) oraz tzw. przekąsek (np. kanapki, ciasta i inne). Konkretna liczba osób dla której przygotowany będzie catering jest do uzgodnienia każdorazowo z Zamawiającym i do akceptacji Zamawiającego (max do 90 osób). Catering wegańsko-wegatariański, menu do akceptacji Zamawiającego. Naczynia wielokrotnego użytku (bez użycia jednorazowego plastiku) lub biodegradowalne.
3. **Odpowiedź**

W odpowiedzi prosimy o podanie szacunkowej ceny netto i brutto (wg wzoru przedstawionego   
w Załączniku nr 1 - Formularz oszacowania) za wykonanie zamówienia określonego w Opisie przedmiotu zamówienia.

Uprzejmie prosimy o przesłanie przedmiotowego oszacowania pocztą elektroniczną na adres **a.jurek@msl.org.pl** w terminie do dnia **12 sierpnia 2020** roku.

Informujemy, że przedmiotowa prośba nie stanowi zapytania ofertowego w rozumieniu art. 66 KC ani nie jest ogłoszeniem o zamówieniu w rozumieniu ustawy z dn. 29.01.2004 r. - Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1843). Ma ono na celu wyłącznie rozeznanie rynku firm oraz uzyskanie wiedzy na temat kosztów związanych z planowanym zamówieniem publicznym.

1. **Klauzula informacyjna z art. 13 i 14 RODO**
   * + 1. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, Muzeum Sztuki w Łodzi informuje, że:

* Dane kontaktowe administratora danych: Muzeum Sztuki w Łodzi ul. Więckowskiego 36, 90-734 Łódź, Polska; email: [muzeum@msl.org.pl](mailto:muzeum@msl.org.pl); tel. 42 6338273.
* Dane kontaktowe Inspektora Ochrony Danych Osobowych (IODO): Radosław Rutkowski email: [iodo@msl.org.pl](mailto:iodo@msl.org.pl).
* Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego.
* odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 8 oraz art. 96 ust. 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843), dalej „ustawa Pzp”;
* Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy, a w przypadku umów i postępowań o udzielenie zamówienia publicznego, które otrzymały dofinansowanie przez Unię Europejską przez okres wynikający z uchwały w sprawie przyznania dofinansowania oraz obowiązku archiwizacyjnego. \obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy Pzp, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;
* w odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
* posiada Pani/Pan:

− na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;

− na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych \*;

− na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO \*\*;

− prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;

* nie przysługuje Pani/Panu:

− w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;

− prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;

− na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

* + - 1. Wykonawca, wypełniając obowiązki informacyjne wynikający z art. 13 lub art. 14 RODO względem osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskał w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w tej prośbie o oszacowanie wartości zamówienia składa stosowne oświadczenie zawarte w Formularzu oszacowania.

1. **Załączniki:**

Załącznik nr 1 – wzór Formularza oszacowania

Łódź, 06.08.2020 r.

Załącznik nr 1 – wzór Formularza oszacowania

Nazwa Wykonawcy \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Adres Wykonawcy \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

TEL./FAX: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**OSZACOWANIE**

W odpowiedzi na prośbę o dokonanie szacunkowej wyceny realizacji zamówienia pn. „Przeprowadzanie kampanii informacyjno-promocyjnej projektu `Cyfrowe udostępnienie zasobów Muzeum Sztuki w Łodzi`” na potrzeby realizacji projektu współfinansowanego w ramach Działania 2.3 Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego, Poddziałanie 2.3.2 Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury, oś priorytetowa II E-administracja i otwarty rząd Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa.

**Informujemy, że**

szacunkowa wartość wykonania określonych w Prośbie o oszacowanie wartości zamówienia może przyjąć następujące wartości:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **zakres wymagany** | **wartość netto**  **w PLN** | **wartość brutto**  **w PLN** |
| 1 | Zaprojektowanie i wyprodukowanie tablicy informacyjnej wraz z jej montażem |  |  |
| 2 | Zaprojektowanie i wyprodukowanie tablicy pamiątkowej wraz z jej montażem |  |  |
| 3 | Zaprojektowanie i wyprodukowanie naklejek |  |  |
| 4 | Kampania promująca projekt w mediach społecznościowych – Facebook |  |  |
| 5 | Przeprowadzenie kampanii reklamowej w mediach branżowych dotyczących sztuki oraz mediach dedykowanych osobom z niepełnosprawnościami |  |  |
| 6 | Wyprodukowanie cyklu 3 filmów |  |  |
| 7 | Przygotowanie prezentacji multimedialnej |  |  |
| 8 | Przeprowadzenie kampanii reklamowej – outdoor |  |  |
| 9 | Spotkania w Muzeum Sztuki upowszechniające platformę Zasoby |  |  |

.........................................................

*(podpis Wykonawcy)*

………………………………………………………………….  
miejscowość, data