Olsztyn dnia, 18.02.2020 r.

Zamawiający:

Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie

ul. Zamkowa 2

10-074 Olsztyn

**ZAPYTANIE CENOWE**

**(ogłoszone w celu ustalenia wartości szacunkowej zamówienia zgodnie z art.32 st. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych)**

W związku z planowanym przez Zamawiającego przystąpieniem do konkursu w zakresie pozyskania środków zewnętrznych na realizację projektu “Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap”’ zwracamy się z prośbą - w celu ustalenia wartości szacunkowej zamówienia zgodnie z art.32 ustawy PZP - **o dokonanie i przesłanie wstępnej wyceny wykonania kampanii promocyjnej projektu** “Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap”.

Warunki zapytania cenowego określono w załączniku Nr 1 do zapytania cenowego.

Odpowiedź na zapytanie należy złożyć/przesłać do Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie, ul. Zamkowa 2, 10-074 Olsztyn - sekretariat pisemnie lub pocztą elektroniczną na adres [przetargi@muzeum.olsztyn.pl](mailto:przetargi@muzeum.olsztyn.pl) w terminie **do dnia 26.02.2020 r.   
do godziny 1200.**

**Powyższa wycena nie stanowi oferty w rozumieniu art.66 ustawy Kodeksu Cywilnego, a służy jedynie do oszacowania kosztów wykonania dokumentacji dla przedmiotowego zadania.**

Załączniki:

1. Warunki zamówienia.
2. Formularz wyceny szacunkowej

Załącznik nr 1 do Zapytanie Cenowego

Zapytanie dotyczące kampanii promocyjnej projektu **“Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap”**

1. Zapytanie dotyczy tylko wybranych elementów kampanii promującej projekt. Część działań np.: obsługa strony internetowej projektu, obsługę mediów społecznościowych, druki (bilety, foldery, ulotki, książki), wydarzenia związane z otwarciem wystaw „Kuchnia zamkowa” i „Sierociniec” Zamawiający wykona we własnym zakresie.
2. Ofertę proszę przygotować modułowo, tak by bez problemu można było usunąć elementy, które nie znajdą się w składanej wersji wniosku projektowego oraz w jego aktualizacji przygotowanej po ewentualnym uzyskaniu dotacji.
3. Ofertę proszę przygotować opierając się na analizie rynku powstałej w wyniku zapytań do minimum trzech podwykonawców poszczególnych usług. Informacje o podwykonawcach powinny znaleźć się w ofercie.
4. Wszelkie materiały promocyjne przygotowywane przez oferenta muszą być zgodne z Podręcznikiem komunikacji i identyfikacji wizualnej Fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021 stanowiącej załącznik do zapytania.

Elementy składowe kampanii:

1. **Billboardy zlokalizowane:**

Sztuk 1 przy drodze S7 na odcinku pomiędzy Warszawą a Olsztynkiem, widoczny z kierunku jazdy od Warszawy do Olsztynka – emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023 ,

Sztuk 1 przy drodze numer 57 między Bagriatonnowskiem a Bartoszycami widoczny z kierunku jazdy od granicy państwa do Bartoszyc (w języku rosyjskim i polskim – nie dublowane, na jednej powierzchni reklamowej) - emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023,

Sztuk 1 przy drodze numer 57 między Olsztynem a Lidzbarkiem widoczny z kierunku jazdy od Olsztyna do Lidzbarka (w języku rosyjskim i polskim – nie dublowane, na jednej powierzchni reklamowej) - emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023.

Zamawiający dostarcza zdjęcia i zawartość tekstową.

Oferent przygotowuje szatę graficzną billboardu dostosowaną do powierzchni reklamowej, odpowiada za przygotowanie materiału do ekspozycji i jego umieszczenie. Szata graficzna musi być zgodna

Oferent określa powierzchnię billboardów na podstawie obecnej, znanej oferty.

1. **Video show/mapping – iluminacja zamku.**

Przygotowanie projektu i realizacja 10 minutowego pokazu na wejściowej części zamku w Lidzbarku Warmińskim. Prezentacja ma nawiązywać do historii obiektu - najważniejszych jego mieszkańców (Mikołaj Kopernik, Ignacy Krasicki) i najważniejszych wydarzeń z jego dziejów. W mappingu dużą rolę powinny odegrać elementy zdobnicze nawiązujące do architektury obiektu i potęgujące siłę przekazu. Video show będzie elementem promocji większego wydarzenia (otwarcia wystawy czy zakończenia projektu, noc muzeów, po zakończeniu etapu prac remontowych muru lidzbarskiego zamku) – planowany czas realizacji Noc Muzeów 2023.

1. **Otwarcie ogrodów – piknik rodzinny**

Jednym z zadań realizowanych w projekcie jest odtworzenie ogrodów biskupa Krasickiego. Na zakończenie tego etapu prac planujemy piknik rodzinny trwający około 3-4 godzin, w sobotnie południe – pora przed obiadem, skierowany do mieszkańców Lidzbarka Warmińskiego i turystów. Termin realizacji niesprecyzowany – zapewne wiosna 2023.

W ramach tego przedsięwzięcia Oferent organizuje:

* Transmisję prognozy pogody jednego z telewizyjnych programów porannych („telewizja śniadaniowa”) z ogrodów Krasickiego i zamku lidzbarskiego.
* Amatorski bieg dla dzieci i młodzieży w okolicach zamku uwzględniając uwarunkowania związane z ruchem drogowym w pobliżu obiektu.
* Wspólne sadzenie kwiatów i ziół w sześciu grzędach wyniesionych (każda o wymiarze 2x3 metra) barwy kwiatów w kolorach: białym czerwonym i niebieskim – barwy EOG.
* Minimum 8 stoisk z degustacją regionalnych produktów spożywczych na bazie warzyw i owoców – mogą być połączone ze sprzedażą produktów regionalnych i ekologicznych. Może to być kiermasz tematyczny np. Festiwal pigwy.
* Animatora – konferansjera prowadzącego piknik.
* Nagłośnienie i muzykę w tle – nagrania.
* Stoiska na których będą rozdawane sadzonki drzew i krzewów (3 gatunki drzew po 50 szt. oraz trzy gatunki krzewów po 100 sztuk – w sumie 450 sadzonek). Powinny być to gatunki łatwe w utrzymaniu dla działkowców amatorów z list nasadzeń planowanych w ogrodzie Krasickiego.

Lista drzew:

D.1. Ginkgo biloba - miłorzab japoński

D.2. Crataegus monogyna - głóg jednoszyjkowy

D.3. Magnolia x soulangeana - magnolia Soulangea

D.4. Morus alba - morwa biała

D.5. Malus domestica odm. Krótkonóżka królewska - jabłoń owocowa

D.6. Catalpa bignonioides - surmia

D.7. Laburnum anagyroide – złotokap pospolity

D.8. Taxus baccata – cis

D.9. Acer tataricum – klon tatarski

Lista krzewów:

K.1. Bukszpan wieczniezielony

K.2. Jaśminowiec wonny

K.3. Porzeczka alpejska

K.4. Róże damasceńska, francuska

K.5. Lilak perski

K.6. Kalina hordowina

K.7. Hortensja bukietowa

1. **Ekrany promocyjne w galeriach handlowych**

Informacje na ekranach w galeriach handlowych w Olsztynie, Gdańsku, Warszawie (po jednym w każdym mieście – chyba, że dostępna oferta dotyczy jakiejś sieci – wtedy proszę zaznaczyć w ofercie). Oferent przygotowuje spot do emisji zgodny z Podręcznikiem komunikacji i identyfikacji wizualnej Fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021 stanowiącej załącznik do zapytania w oparciu o fotografie i tekst przygotowane przez Zamawiającego.

Oferent określa lokalizację ekranów i zasięg potencjalnych odbiorców.

Emisja w czerwcu 2023 przez tydzień.

1. **Reklamy prasowe**

Reklamy w językach angielskim i rosyjskim w tygodnikach dostępnych na pokładach samolotów LOT lądujących w Szymanach, Gdańsku oraz Modlinie/Warszawie. Emisja jeden tytuł, trzy wydania, czerwiec 2023.

1. **Spoty reklamowe w telewizji**

Przygotowanie spotu reklamowego: scenariusz (w konsultacji z Zamawiającym), nagranie, wynajęcie ekipy filmowej i ew. aktorów, przygotowanie do emisji w języku polskim. Czas trwania 60 sekund. Emisja 10 razy w TVP Olsztyn w bloku przed wydaniem wieczornych wiadomości lokalnych w okresie – lipiec 2023. Spot prezentujący związki Ignacego Krasickiego z Lidzbarkiem Warmińskim i działania w projekcie.

1. **Spoty reklamowe w Radio Olsztyn**

Spoty reklamowe (nagranie spotu i przygotowanie do emisji) w językach polskim, ukraińskim i niemieckim. Czas trwania spotu do 30 sekund. Emisje przez w lipcu 2023 roku. W języku polskim w blokach reklamowych przed południem – przez dwa tygodnie, dwie emisje dziennie. W językach ukraińskim i niemieckim przed audycjami skierowanymi do mniejszości narodowych emitowane przed audycjami w Radio Olsztyn – dwa tygodnie w lipcu 2023 .

1. **Gadżety**

Planowane gadżety związane są tematycznie z zadaniami realizowanymi w projekcie. Wszystkie będą musiały być opatrzone logotypami zgodnie z Podręcznikiem komunikacji i identyfikacji wizualnej Fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021 stanowiącym załącznik do zapytania. Harmonogram zamówień będzie znany po ostatecznym ukształtowaniu się terminarza realizacji poszczególnych zadań.

* Okaryny w kształcie ptaków mieszkańców zamku. Gadżet towarzyszący otwarciu ogrodów Krasickiego. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną.
* Torby płócienne ze sztywnym dnem, długie ucho. Druk jednobarwny z wizerunkiem lidzbarskiego zamku i hasłem nawiązującym do kuchni. Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną.
* Drewniane łyżki i łopatki (komplet) do kuchni (na rączce wypalone informacje projektowe). Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną.
* Kubki stylizowane na ceramikę z okresu średniowiecza lub XVIII wieku. Opatrzone informacjami projektowymi. Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną.
* Łopatki ogrodowe opatrzone informacjami projektowymi. Gadżet towarzyszący otwarciu ogrodów Krasickiego. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną.
* Shortplay nagrania koncertu organowego po renowacji instrumentu i umieszczenie darmowego nagrania w sieci udostępniającej muzykę. Po stronie Oferenta przygotowanie ścieżki dźwiękowej (nagranie, honorarium dla wykonawcy, mastering) oraz udostępnienie.
* Organizacja konkursu dla fanów na mod do jednej z gier komputerowych z lokacją w Lidzbarku Warmińskim z nagrodą 5 tys. euro. Po stronie Oferenta należałoby przygotowanie regulaminu konkursu, ogłoszenie, przeprowadzenie (w jury minimum dwóch przedstawicieli Zamawiającego) i wypłacenie nagrody.

1. **Hasło promocyjne**

Oferent opracuje hasło promocyjne spajające ideę projektu “Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap”, nawiązującego do charakteru realizowanych zadań, które będzie funkcjonowało we wszystkich aspektach związanych z komunikacją i identyfikacją realizowanego projektu.

**Załącznik nr 2 do Zapytania Cenowego**

|  |
| --- |
| **FORMULARZ WYCENY SZACYNKOWEJ** |

DANE WYKONAWCY

(Wykonawców - w przypadku oferty wspólnej, wskazać pełnomocnika):

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Osoba upoważniona do reprezentacji Wykonawcy/ów i podpisująca ofertę: .........................  Pełna nazwa: ........................................................................  Adres: ulica .......................... kod ........... miejscowość ....................  NIP .................. REGON .................  Adres do korespondencji, jeżeli jest inny niż siedziba Wykonawcy:  ulica .......................... kod ........... miejscowość ....................  Adres poczty elektronicznej i numer faksu, e-mail.................... faks: .................... |

w odpowiedzi na prośbę o dokonanie wstępnej **wyceny wykonania kampanii promocyjnej projektu** “Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap” informujemy, że szacunkowy koszt wykonania kampanii reklamowej przestawia się następująco

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Przedmiot zamówienia** | **Minimalne parametry techniczne** | **Wartość netto** | **Nazwa i adres ewentualnego podwykonawcy** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|  | **Billboardy** | Sztuk 1 przy drodze S7 na odcinku pomiędzy Warszawą a Olsztynkiem, widoczny z kierunku jazdy od Warszawy do Olsztynka – emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023 ,  Sztuk 1 przy drodze numer 57 między Bagriatonnowskiem a Bartoszycami widoczny z kierunku jazdy od granicy państwa do Bartoszyc (w języku rosyjskim i polskim – nie dublowane, na jednej powierzchni reklamowej) - emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023,  Sztuk 1 przy drodze numer 57 między Olsztynem a Lidzbarkiem widoczny z kierunku jazdy od Olsztyna do Lidzbarka (w języku rosyjskim i polskim – nie dublowane, na jednej powierzchni reklamowej) - emisja dwa tygodnie w sierpniu 2023.  Zamawiający dostarcza zdjęcia i zawartość tekstową.  Oferent przygotowuje szatę graficzną billboardu dostosowaną do powierzchni reklamowej, odpowiada za przygotowanie materiału do ekspozycji i jego umieszczenie. Szata graficzna musi być zgodna  Oferent określa powierzchnię billboardów na podstawie obecnej, znanej oferty |  |  |
|  | **Video show/mapping – iluminacja zamku** | * Przygotowanie projektu i realizacja 10 minutowego pokazu na wejściowej części zamku w Lidzbarku Warmińskim. Prezentacja ma nawiązywać do historii obiektu - najważniejszych jego mieszkańców (Mikołaj Kopernik, Ignacy Krasicki) i najważniejszych wydarzeń z jego dziejów. W mappingu dużą rolę powinny odegrać elementy zdobnicze nawiązujące do architektury obiektu i potęgujące siłę przekazu. Video show będzie elementem promocji większego wydarzenia (otwarcia wystawy czy zakończenia projektu, noc muzeów, po zakończeniu etapu prac remontowych muru lidzbarskiego zamku) – planowany czas realizacji Noc Muzeów 2023 |  |  |
|  | **Otwarcie ogrodów – piknik rodzinny** | Jednym z zadań realizowanych w projekcie jest odtworzenie ogrodów biskupa Krasickiego. Na zakończenie tego etapu prac planujemy piknik rodzinny trwający około 3-4 godzin, w sobotnie południe – pora przed obiadem, skierowany do mieszkańców Lidzbarka Warmińskiego i turystów. Termin realizacji niesprecyzowany – zapewne wiosna 2023.  W ramach tego przedsięwzięcia Oferent organizuje:   * Transmisję prognozy pogody jednego z telewizyjnych programów porannych („telewizja śniadaniowa”) z ogrodów Krasickiego i zamku lidzbarskiego. * Amatorski bieg dla dzieci i młodzieży w okolicach zamku uwzględniając uwarunkowania związane z ruchem drogowym w pobliżu obiektu. * Wspólne sadzenie kwiatów i ziół w sześciu grzędach wyniesionych (każda o wymiarze 2x3 metra) barwy kwiatów w kolorach: białym czerwonym i niebieskim – barwy EOG. * Minimum 8 stoisk z degustacją regionalnych produktów spożywczych na bazie warzyw i owoców – mogą być połączone ze sprzedażą produktów regionalnych i ekologicznych. Może to być kiermasz tematyczny np. Festiwal pigwy. * Animatora – konferansjera prowadzącego piknik. * Nagłośnienie i muzykę w tle – nagrania. * Stoiska na których będą rozdawane sadzonki drzew i krzewów (3 gatunki drzew po 50 szt. oraz trzy gatunki krzewów po 100 sztuk – w sumie 450 sadzonek). Powinny być to gatunki łatwe w utrzymaniu dla działkowców amatorów z list nasadzeń planowanych w ogrodzie Krasickiego.   Lista drzew:  D.1. Ginkgo biloba - miłorzab japoński  D.2. Crataegus monogyna - głóg jednoszyjkowy  D.3. Magnolia x soulangeana - magnolia Soulangea  D.4. Morus alba - morwa biała  D.5. Malus domestica odm. Krótkonóżka królewska - jabłoń owocowa  D.6. Catalpa bignonioides - surmia  D.7. Laburnum anagyroide – złotokap pospolity  D.8. Taxus baccata – cis  D.9. Acer tataricum – klon tatarski  Lista krzewów:  K.1. Bukszpan wieczniezielony  K.2. Jaśminowiec wonny  K.3. Porzeczka alpejska  K.4. Róże damasceńska, francuska  K.5. Lilak perski  K.6. Kalina hordowina  K.7. Hortensja bukietowa |  |  |
|  | **Ekrany promocyjne w galeriach handlowych** | Informacje na ekranach w galeriach handlowych w Olsztynie, Gdańsku, Warszawie (po jednym w każdym mieście – chyba, że dostępna oferta dotyczy jakiejś sieci – wtedy proszę zaznaczyć w ofercie). Oferent przygotowuje spot do emisji zgodny z Podręcznikiem komunikacji i identyfikacji wizualnej Fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021 stanowiącej załącznik do zapytania w oparciu o fotografie i tekst przygotowane przez Zamawiającego.  Oferent określa lokalizację ekranów i zasięg potencjalnych odbiorców.  Emisja w czerwcu 2023 przez tydzień. |  |  |
|  | **Reklamy prasowe** | * Reklamy w językach angielskim i rosyjskim w tygodnikach dostępnych na pokładach samolotów LOT lądujących w Szymanach, Gdańsku oraz Modlinie/Warszawie. Emisja jeden tytuł, trzy wydania, czerwiec 2023 |  |  |
|  | **Spoty reklamowe w telewizji** | * Przygotowanie spotu reklamowego: scenariusz (w konsultacji z Zamawiającym), nagranie, wynajęcie ekipy filmowej i ew. aktorów, przygotowanie do emisji w języku polskim. Czas trwania 60 sekund. Emisja 10 razy w TVP Olsztyn w bloku przed wydaniem wieczornych wiadomości lokalnych w okresie – lipiec 2023. Spot prezentujący związki Ignacego Krasickiego z Lidzbarkiem Warmińskim i działania w projekcie |  |  |
|  | **Spoty reklamowe w Radio Olsztyn** | * Spoty reklamowe (nagranie spotu i przygotowanie do emisji) w językach polskim, ukraińskim i niemieckim. Czas trwania spotu do 30 sekund. Emisje przez w lipcu 2023 roku. W języku polskim w blokach reklamowych przed południem – przez dwa tygodnie, dwie emisje dziennie. W językach ukraińskim i niemieckim przed audycjami skierowanymi do mniejszości narodowych emitowane przed audycjami w Radio Olsztyn – dwa tygodnie w lipcu 2023 |  |  |
|  | **Gadżety** | * Okaryny w kształcie ptaków mieszkańców zamku. Gadżet towarzyszący otwarciu ogrodów Krasickiego. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną. * Torby płócienne ze sztywnym dnem, długie ucho. Druk jednobarwny z wizerunkiem lidzbarskiego zamku i hasłem nawiązującym do kuchni. Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną. * Drewniane łyżki i łopatki (komplet) do kuchni (na rączce wypalone informacje projektowe). Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną. * Kubki stylizowane na ceramikę z okresu średniowiecza lub XVIII wieku. Opatrzone informacjami projektowymi. Gadżet towarzyszący otwarciu wystawy o kuchni zamkowej. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną. * Łopatki ogrodowe opatrzone informacjami projektowymi. Gadżet towarzyszący otwarciu ogrodów Krasickiego. 400 szt. Oferent opracowuje także szatę graficzną. * Shortplay nagrania koncertu organowego po renowacji instrumentu i umieszczenie darmowego nagrania w sieci udostępniającej muzykę. Po stronie Oferenta przygotowanie ścieżki dźwiękowej (nagranie, honorarium dla wykonawcy, mastering) oraz udostępnienie. * Organizacja konkursu dla fanów na mod do jednej z gier komputerowych z lokacją w Lidzbarku Warmińskim z nagrodą 5 tys. euro. Po stronie Oferenta należałoby przygotowanie regulaminu konkursu, ogłoszenie, przeprowadzenie (w jury minimum dwóch przedstawicieli Zamawiającego) i wypłacenie nagrody * **Jeżeli jest to możliwe prosimy o podanie cen za poszczególne wyżej wymienione elementy** |  |  |
|  | **Hasło promocyjne** | * Oferent opracuje hasło promocyjne spajające ideę projektu “Konserwacja i restauracja XIV-wiecznego Zamku w Lidzbarku Warmińskim - perły architektury gotyckiej w Polsce – III etap”, nawiązującego do charakteru realizowanych zadań, które będzie funkcjonowało we wszystkich aspektach związanych z komunikacją i identyfikacją realizowanego projektu |  |  |
| **OGÓŁEM NETTO** | | |  |  |
| **VAT** | | |  |  |
| **OGÓŁEM BRUTTO (NETTO+VAT)** | | |  |  |