

Nr 3.1/2015

Ostrowiec Św. , dn. 16-04-2015 r.

Wójt Gminy Bodzechów z siedzibą w Ostrowcu Św. przy ul. Reja 10

**Informuje, iż zostały wprowadzone zmiany w przedmiocie zamówienia zaproszenia do
złożenia oferty cenowej celem rozeznania rynku na zrealizowanie zadania pn.:**

**„PROMOCJA INSTALACJI FOTOWOLTAICZNYCH REALIZOWANYCH NA
SZEŚCIU OBIEKTACH UŻYTECZNOŚCI PUBLICZNEJ – SZKOŁACH NA TERENIE
GMINY BODZECHÓW W RAMACH PROJEKTU pn. „ODNAWIALNE ŹRÓDŁA
ENERGII – POPRAWA EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ I MODERNIZACJA
ISTNIEJĄCYCH ŹRÓDEŁ ENERGII ZAOPATRUJĄCYCH BUDYNKI
UŻYTECZNOŚCI PUBLICZNEJ” DOFINANSOWANEGO ZE ŚRODKÓW
MECHANIZMU FINANSOWEGO EOG 2009 – 2014”**

Poniżej skorygowany przedmiot zamówienia:

„§ 2 Opisu przedmiotu zamówienia” otrzymuje brzmienie:

1. Cele oraz grupy docelowe

Celem strategicznym działań informacyjnych i promocyjnych projektu pn.:
„ZAPROJEKTOWANIE I BUDOWA INSTALACJI FOTOWOLTAICZNEJ NA SZEŚCIU
OBIEKTACH UŻYTECZNOŚCI PUBLICZNEJ – SZKOŁACH NA TERENIE GMINY
BODZECHÓW W RAMACH PROJEKTU pn. „ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII –
POPRAWA EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ I MODERNIZACJA ISTNIEJĄCYCH
ŹRÓDEŁ ENERGII ZAOPATRUJĄCYCH BUDYNKI UŻYTECZNOŚCI PUBLICZNEJ”
DOFINANSOWANEGO ZE ŚRODKÓW MECHANIZMU FINANSOWEGO EOG 2009 –
2014” jest wspieranie realizacji celów jakie realizuje projekt poprzez zachęcanie Interesariuszy

projektu do wspierania jego idei oraz aktywnej partycypacji w realizacji zadań objętych projektem.

Głównym zamierzeniem działań informacyjnych i promocyjnych jest kształtowanie świadomości społeczeństwa w zakresie postępów realizacji przedmiotowego projektu oraz upowszechnianie efektów wykorzystywania Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2009-2014. W tym zakresie promocja przedmiotowego przedsięwzięcia ma na celu m.in.: zwiększenie świadomości publicznej o istnieniu Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2009-2014, jego celach, możliwościach współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców (tj. Islandii, Norwegii i Liechtensteinu), a także o wdrażaniu Mechanizmu Finansowego i jego ogólnym oddziaływaniu w Państwie-Beneficjencie (tj. w Polsce).

Celem działań promocyjnych, w zakresie wspierania celów jakie realizuje projekt, jest wzrost świadomości wśród ludzi na temat zmniejszenia zanieczyszczeń powietrza na obszarze realizowanego projektu.

Propagowanie za pomocą narzędzi informacyjnych odnawialnych źródeł energii oraz zachęcanie ludzi do tego typu inwestycji służy poprawie stanu środowiska obszaru funkcjonalnego.

Promocja będzie skierowana do grup wewnętrznych bezpośrednio związanych z obszarem funkcjonalnym oraz grup zewnętrznych, które nie należą do obszaru funkcjonalnego.

Promocja będzie skierowana do Interesariuszy projektu, których podzielono na:

- wewnętrznych:
 - mieszkańcy powiatu i gminy gdzie jest realizowany projekt;
 - turyści odwiedzający obszar gdzie jest realizowana inwestycja,
 - podmioty gospodarcze z obszaru gdzie jest realizowany projekt,
- zewnętrznych:
 - mieszkańcy województwa świętokrzyskiego,
 - podmioty gospodarcze;
 - media regionalne zainteresowane propagowaniem informacji o OZE.

2.Działania i narzędzia promocji

W ramach działań informacyjno-promocyjnych zaplanowano następujące dziania:

- Trzy wydarzenia informacyjne dotyczące projektu, w tym w zakresie informacji odnośnie idei projektu, postępu w jego realizacji, a także osiągnięć i rezultatów.
- Utworzenie podstrony internetowej dedykowanej projektowi,
- Zainstalowanie tablic informacyjnych i pamiątkowych,
- Promocja w mediach.

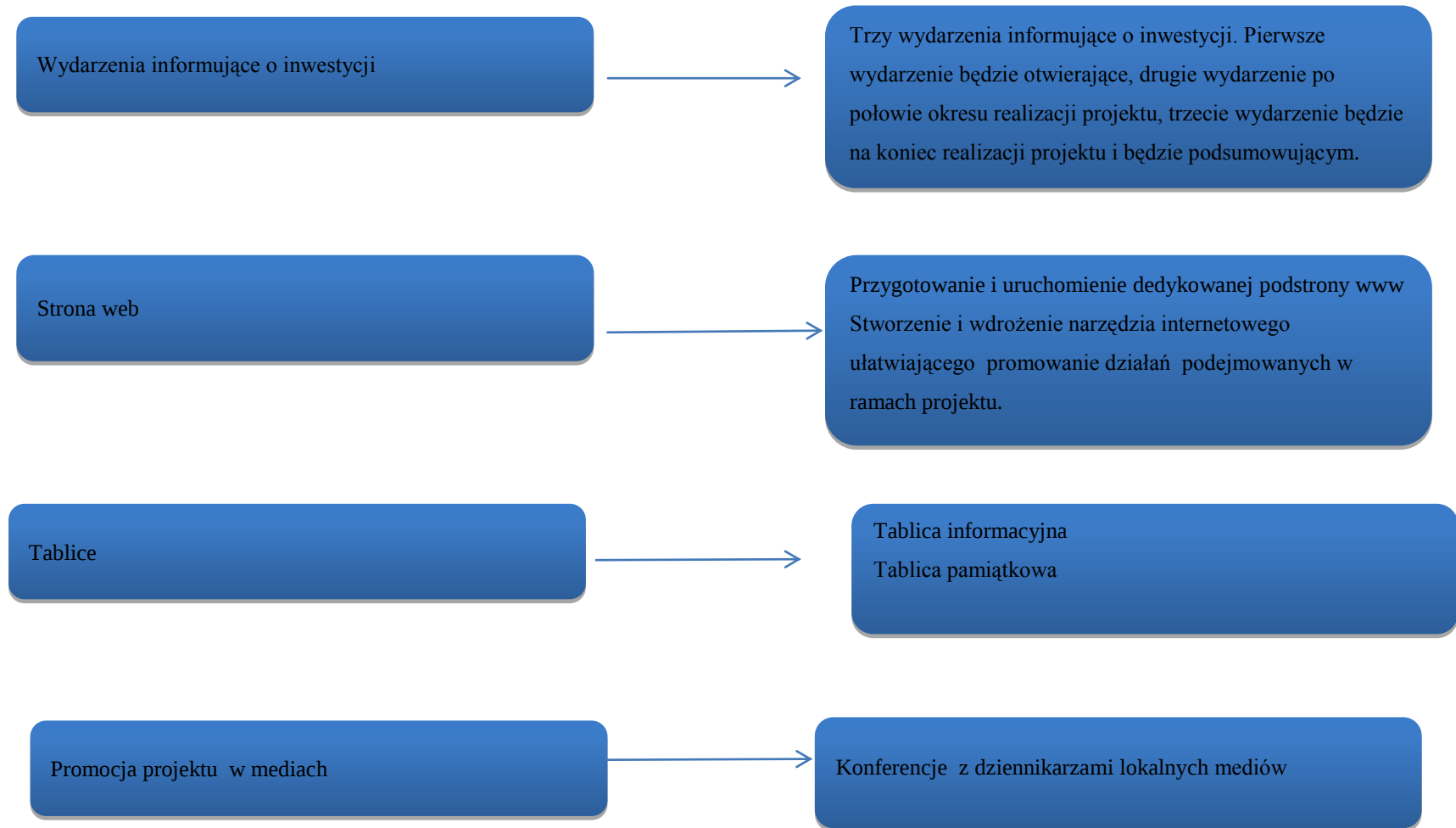
Szczegółowy opis działań:

- wydarzenie otwierające będzie miało na celu poinformowanie interesariuszy projektu o:
 - finansowaniu projektu ze środków Mechanizmu Finansowego;
 - idei, celach oraz zadaniach stawianych w ramach realizowanego projektu ;
- 2 wydarzenia (1. po połowie realizacji projektu, 2 wydarzenie zamykające), które będą miały na celu poinformowanie interesariuszy projektu o:
 - finansowaniu projektu ze środków Mechanizmu Finansowego;
 - wynikach i rezultatach przeprowadzonego projektu;
- prowadzenie zintegrowanej promocji projektu w Internecie poprzez:
 - przygotowanie podstrony www – przewidziano zaprojektowanie profesjonalnego interfejsu graficznego oraz bieżące administrowanie strony; oprócz wiadomości ogólnych o projekcie oraz realizowanych zadaniach w ramach planowanego projektu, na stronie dostępny będzie dział aktualności, forum, moduł sondażowy, informację o rezultatach projektu, zdjęcia z wydarzeń związanych z wdrażaniem projektu, informacje kontaktowe; strona będzie dostępna w języku polskim i angielskim;
- Zaplanowano działania promocyjne z wykorzystaniem mediów lokalnych:
- Zaplanowano umieszczenie na budynkach objętych projektem tablic informacyjnych i pamiątkowych:
 - 8 tablic informacyjnych,
 - 8 tablic pamiątkowych.

Parametry techniczne tablic informacyjnych i promocyjnych będą zgodne z wytycznymi zawartymi w dokumencie pod nazwą *Podręcznik komunikacji i identyfikacji wizualnej oraz wymogi dotyczące informacji i promocji*;

Wszystkie parametry graficzne powstałe w wyniku Promocji i Informacji projektu, w tym przede wszystkim logotypy, kolorystyka, parametry oraz inne elementy będą spełniać wymogi dla Informacji i Promocji Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2009-2014.

Rys. 1 Działania i narzędzia planu promocji



1. Strategia wdrażania planu promocji

Rys. 2 Matryca strategii planu promocji



Źródło: Opracowanie własne.

Strategia wdrażania planu promocji uwzględnia zidentyfikowane grupy Interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych oraz zaplanowane działania. Szczegółowy rozkład akcentów promocyjnych przedstawia Rysunek 2. W początkowej fazie wdrażania planu promocji, bezpośrednio powiązanego z realizacją projektu, ważnym działaniem będzie zorganizowanie wydarzenia otwierającego. W ramach promocji projektu planuje się zwołanie trzech konferencji prasowych, (jako wydarzenie otwierające, po połowie realizacji projektu oraz zamykające projekt) z dziennikarzami gazet i telewizji o zasięgu lokalnym i wojewódzkim w celu rozpropagowania projektu.

Z uwagi na fakt, iż media bacznie obserwują działalność jednostek samorządu terytorialnego i zwykle są zainteresowane działaniami w zakresie promocji jst., Beneficjent udostępni wszelkie informacje o samym przedmiotowym projekcie, jak i jego przebiegu oraz planowanych rezultatach lokalnym i regionalnym mediom.

Na początku realizacji przedmiotowego projektu Beneficjent umieści również tablicę informacyjną na miejscu jego realizacji zgodnie z wymogami Podręcznika Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej. Z kolei nie później niż sześć miesięcy od zakończenia projektu, Beneficjent zastąpi niniejszą tablicę informacyjną, tablicą pamiątkową, która będzie dostrzegalna i będzie miała znaczące rozmiary, zgodnie z Podręcznikiem Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej. Jest to działanie o charakterze biernym, ale jego istotność wynika z trwałości przekazu, w tym głównie z trwałego poinformowania interesariuszy projektu o fakcie współfinansowania projektu ze środków Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2009-2014.

Na głównej stronie internetowej Beneficjenta zostanie umieszczona informacja o realizacji przedmiotowego projektu wraz z możliwością przekierowania do specjalnie stworzonej na potrzeby projektu jego podstrony WWW, która na bieżąco będzie uzupełniana i aktualizowana zarówno w języku/językach Państwa-Beneficjenta i w języku angielskim o wszelkie informacje związane z realizacją przedmiotowego projektu oraz o podejmowanych w jego ramach działaniach. Na podstronie WWW projektu znajdować się będą takie informacje, jak: informacje o projekcie, postępie wdrażania, osiągnięciach w jego realizacji, rezultatach projektu, informacje o współpracy z podmiotami z Państw-Darczyńców, zdjęcia, informacje kontaktowe, wyraźne odniesienie do Programu oraz Mechanizmu Finansowego.

Na zakończenie projektu zorganizowane zostanie wydarzenie zamykające, będące podsumowaniem całości projektu. Podczas konferencji podsumowującej nastąpi prezentacja wyników oraz rezultatów osiągniętych w czasie wdrażania projektu.

Proces monitoringu i ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych w przedmiotowym projekcie pod kątem zwiększania ich widoczności oraz świadomości publicznej dotyczącej projektu, Mechanizmu Finansowego, ich celów i oddziaływania oraz roli Państw-Darczyńców będzie oparty na ewaluacji bieżącej, on-going i ex-post. Monitoring oraz ewaluacja będą prowadzone w oparciu o dokumentację finansową, projektową oraz dokumentację Beneficjenta. Na podstawie częściowych wyników z monitoringu, raz na kwartał będzie dokonywana ocena stopnia realizacji zaplanowanych w projekcie działań informacyjnych i promocyjnych oraz stopnia ich efektywności. W przypadku konieczności będą podejmowane decyzje korygujące lub takie, które będą miały na celu wzmocnienie zaplanowanego przekazu.

W związku z powyższym zmianie ulega „§ 7 Miejsce i termin złożenia oferty:”, który otrzymuje brzmienie:

Ofertę należy złożyć bądź przesłać w terminie do dnia 24 kwietnia 2015 r. do godz. 10:00.

Miejsce składania ofert: Urząd Gminy Bodzechów z/s ul. Mikołaja Reja 10, 27-400 Ostrowiec Św., pok. Nr 12 (sekretariat)

Adres e-mail: f.maka@ugb.pl

Oferta otrzymana przez zamawiającego po terminie podanym powyżej nie będzie rozpatrywana.

Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną przez siebie ofertę przed upływem terminu jej składania.

Pozostałe elementy zaproszenia do złożenia oferty cenowej celem rozeznania rynku na zrealizowanie zadania pozostają bez zmian.