

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (zwany dalej: „SOPZ”) – Część nr III

Działania komunikacyjne i informacyjne w prasie dla ogrodników i działkowców w ramach projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną*

### I. INFORMACJE OGÓLNE O INWAZYJNYCH GATUNKACH OBCYCH

Inwazje biologiczne obcych gatunków uznawane są obecnie za jedno z największych zagrożeń dla światowej przyrody. Jest to jeden z najmniej przewidywalnych i najbardziej dynamicznych procesów przyrodniczych będących skutkiem rozwoju cywilizacji. Konieczne jest jak najszybsze podjęcie próby szczegółowego zdiagnozowania problemu i rozpoczęcie działań, które mogłyby temu problemowi zaradzić. Negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze ma miejsce głównie poprzez wypieranie gatunków rodzimych oraz przeobrażanie siedlisk. Niektóre gatunki, jak np. barszcz Sosnowskiego czy barszcz Mantegazziego, mogą nawet stanowić zagrożenie dla zdrowia człowieka. Oprócz zmian środowiskowych ekspansja obcych gatunków powoduje również straty w gospodarce, które w samej tylko Unii Europejskiej szacuje się na poziomie 12 mld euro rocznie. Zmiany klimatu potęgują rozprzestrzenianie się inwazyjnych gatunków obcych roślin i zwierząt. Globalne ocieplenie, coraz częstsze susze i powodzie oraz podwyższenie poziomu dwutlenku węgla w atmosferze dają przewagę gatunkom, które mają większe zdolności adaptacyjne. Wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej są zobowiązane do wdrożenia przepisów obowiązującego bezpośrednio rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1143/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań zapobiegawczych i zaradczych w odniesieniu do wprowadzania i rozprzestrzeniania inwazyjnych gatunków obcych. W ramach ww. rozporządzenia państwa członkowskie muszą m.in. stosować działania zaradcze wobec inwazyjnych gatunków obcych, które znajdują się w wykazie inwazyjnych gatunków obcych uznanych za stwarzające zagrożenie dla Unii.

### II. INFORMACJE O PROJEKCIE

Niniejsze zamówienie realizowane jest w ramach projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną* (zwany dalej: „Projektem”), którego realizacja jest współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020. Podstawowym celem realizacji projektu jest określenie stopnia inwazyjności gatunków obcych w Polsce, wskazanie gatunków najbardziej zagrażających rodzimej przyrodzie, oraz opracowanie dla nich metodyk zwalczania lub kontroli.

Ponadto projekt ma przyczynić się do podniesienia poziomu świadomości społeczeństwa na temat zagrożeń jakie stwarzają inwazyjne gatunki obce dla człowieka, środowiska naturalnego i gospodarki. Projekt zakłada przeprowadzenie szeregu działań o charakterze informacyjno-



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



edukacyjnym dotyczących problematyki występowania tych gatunków, stwarzanych przez nie zagrożeń, sposobach ich eliminacji, możliwych dróg wprowadzania i korzyściach z ograniczenia ich rozprzestrzeniania. Będą one kierowane zarówno do społeczeństwa, jak i do podmiotów, które w przyszłości będą wdrażać opracowane zasady, m.in. do samorządów, zarządców obszarów chronionych czy zarządców nieruchomości.

Szczegółowe cele Projektu to:

1. Określenie/wskazanie i opisanie kluczowych inwazyjnych gatunków obcych do zwalczania na terenie całego kraju.
2. Weryfikacja w środowisku naturalnym skuteczności metod wskazanych do eliminacji inwazyjnych gatunków obcych.
3. Zidentyfikowanie dróg niezamierzonego wprowadzania lub rozprzestrzeniania się inwazyjnych gatunków obcych stwarzających zagrożenie dla UE wraz ze wskazaniem dróg, które wymagają działań priorytetowych.
4. Opracowanie planów działania dotyczących dróg priorytetowych rozprzestrzeniania się inwazyjnych gatunków obcych.
5. Zgromadzenie i publiczne udostępnienie wszystkich informacji i danych na temat gatunków inwazyjnych występujących na terenie kraju oraz UE.
6. Podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat zagrożeń jakie stwarzają inwazyjne gatunki obce dla człowieka, środowiska naturalnego i gospodarki.
7. Rozpowszechnienie informacji na temat skutecznych/sprawdzonych metod kontroli lub eliminacji ze środowiska inwazyjnych gatunków obcych.

Powyższe cele wskazują, że działania w zakresie informacji i promocji są ważnym elementem Projektu.

### III. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE W PROJEKCIE

W ramach Projektu zaplanowano działania informacyjno-promocyjne (nie będące przedmiotem niniejszego zamówienia), które mają na celu wsparcie realizacji głównych zadań (przede wszystkim czynnych działań pilotażowych, tj. zwalczania inwazyjnych gatunków obcych), a także wzrost wiedzy i świadomości ogółu społeczeństwa dotyczącej problematyki inwazji biologicznych. Działaniem, które ma charakter stały jest komunikacja na podstronie internetowej Projektu pod adresem: [www.projekty.gdos.gov.pl/igo](http://www.projekty.gdos.gov.pl/igo), dlatego wszelkie materiały informacyjne kierują odbiorców do tego adresu.

Inne działania promocyjne i edukacyjne realizowane w projekcie to:

1. Utworzenie i obsługa stanowisk informacyjnych GDOŚ podczas 5 wydarzeń regionalnych, w tym transport, logistyka i obsługa stanowiska.
2. Przygotowanie, produkcja i emisja 2 filmów nt. inwazyjnych gatunków obcych.
3. Działania komunikacyjne i informacyjne w radiu.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



4. Działania komunikacyjne w prasie regionalnej i/lub lokalnej.
5. Przygotowanie i produkcja materiałów edukacyjnych związanych z realizacją Projektu.
6. Przygotowanie i produkcja materiałów informacyjnych związanych z realizacją Projektu.
7. Przygotowanie, wydruk i dystrybucja ulotki dotyczącej realizacji Projektu, gatunków inwazyjnych i działań pilotażowych w projekcie.
8. Skład, łamanie, wydruk i dystrybucja broszury podsumowującej wyniki Projektu oraz opracowań.
9. Konferencja zamykająca Projekt.

#### IV. ZAŁOŻENIA KOMUNIKACYJNE

Założeniem komunikacji jest ułatwienie uzyskania akceptacji społeczeństwa do działań realizowanych w projekcie i generalnie w zakresie zwalczania inwazyjnych gatunków obcych, a także zachęcenie do niewprowadzania lub zwalczania inwazyjnych gatunków obcych do środowiska przyrodniczego np. rezygnacja z uprawy tych gatunków lub ich usunięcie z ogródków działkowych i przydomowych.

Celem wszystkich działań komunikacyjnych realizowanych w projekcie jest:

1. Zwiększenie wiedzy społeczeństwa czym są inwazyjne gatunki obce i jakie stanowią zagrożenie dla gospodarki, przyrody i zdrowia człowieka;
2. Zwiększenie świadomości społeczeństwa związanej z tematem zagrożenia powodowanego przez inwazyjne gatunki obce i przedstawienie w jaki sposób działania pojedynczego człowieka mogą wpłynąć na zmniejszenie tego zagrożenia;
3. Zachęcenie do angażowania się w działania poprzez np. rezygnację z kupowania i niewprowadzanie, a także niewypuszczanie (tj. nieuwalnianie do środowiska) już zidentyfikowanych inwazyjnych gatunków obcych roślin i zwierząt;
4. Promocja gatunków zalecanych do zastosowania w ogrodnictwie i na działkach, oraz w przydomowych uprawach amatorskich;
5. Promocja podstrony projektowej [www.projekty.gdos.gov.pl/igo](http://www.projekty.gdos.gov.pl/igo).

Dla osiągnięcia założonych celów istotne jest zróżnicowane, kompleksowe i etapowe podejście do realizacji działań. Kluczowe jest bowiem bezpośrednie dotarcie do odbiorców. Należy zauważyć, iż bezpośrednia forma komunikacji jest niezbędna z uwagi na trudną w dotarciu grupę docelową, jaką stanowi społeczność lokalna.

Ryzykiem jakie zostało zidentyfikowane, i które należy brać pod uwagę przy planowaniu działań, jest niezrozumienie przekazywanych w skrótovej formie informacji merytorycznych oraz niezrozumienie pozytywnych skutków, jakie mogą przynieść działania pilotażowe na danym terenie, polegające na zwalczaniu lub kontroli lokalnych populacji inwazyjnych gatunków obcych.

#### V. ZAŁOŻENIA KOMUNIKACYJNE PRASA

Prasa branżowa jest rozumiana jako ogólnopolska prasa specjalistyczna skierowana do działkowców, ogrodników, osób hobbystycznie lub zawodowo zainteresowanych tą tematyką.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



1. Działania w prasie ogólnopolskiej (branżowej), skierowane do ogrodników, działkowców, mają na celu:

- podniesienie świadomości i wiedzy o inwazyjnych gatunkach obcych oraz o zagrożeniach z ich strony dla środowiska, gospodarki i zdrowia człowieka;
- przekazanie rzetelnych informacji o obowiązujących przepisach prawnych, w tym np. zakazach dotyczących tych gatunków, które dotyczą obywateli;
- promocję prośrodowiskowych postaw w zakresie gatunków obcych np. w ogrodnictwie, rolnictwie, uprawie i hodowli lub w działaniach hobbystycznych;
- promocję działań realizowanych w ramach Projektu i działań GDOŚ w zakresie metod zwalczania inwazyjnych gatunków obcych.

#### **V.1. CELE MARKETINGOWE PRASA**

Celem marketingowym w prasie branżowej jest dotarcie do jak największej liczby osób z grupy docelowej w segmencie czytelników prasy ogrodniczej, działkowców.

#### **V.2. CELE MEDIOWE PRASA**

Cele mediowe proponuje Wykonawca w Ofercie, przy minimalnym założeniu dotarcia do co najmniej 40 000 odbiorców prasy ogrodniczej.

#### **V.3. GRUPA DOCELOWA PRASA**

Ogół społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem osób uprawiających ogrody, działki.

### **VI. ZADANIA WYKONWACY**

Zakres zamówienia obejmuje wykonanie następujących zadań:

1. Przygotowanie koncepcji kreatywnej działań w prasie branżowej oraz opracowanie graficzne layoutu artykułów sponsorowanych, w tym:
  - 1.1 Opracowanie merytoryczne i stylistyczne oraz publikacje artykułów sponsorowanych wraz z informacją o konkursie w prasie branżowej (łącznie 6 artykułów);
  - 1.2 Przygotowanie i przeprowadzenie konkursu w prasie branżowej;
  - 1.3 Działania dodatkowe i realizacja partnerstw (zgodnie z ofertą Wykonawcy).
2. Opracowanie redakcyjne i graficzne oraz druk kalendarza dla ogrodników/działkowców.
3. Dystrybucja kalendarza.
4. Przygotowanie materiałów zgodnie z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logo, nazwy Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Unii Europejskiej, oraz przepisów w zakresie oznaczania materiałów sponsorowanych.
5. Raportowanie z realizacji działań.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



## VI.1. Przygotowanie koncepcji kreatywnej działań w prasie branżowej oraz opracowanie graficzne layoutu artykułów sponsorowanych.

1.1 Wykonawca przygotowuje koncepcję obecności Zamawiającego w mediach, dbając o spójność wizualną i właściwą widoczność logotypów. Przy wyborze tytułów, a także w ramach wyboru miejsca na artykuły Wykonawca zapewni odpowiednią ekspozycję artykułów w sąsiedztwie innych artykułów, których treść nie będzie sprzeczna z treścią artykułów Zamawiającego. Preferowane media dla kampanii w prasie branżowej to ogólnopolskie miesięczniki z segmentu skierowanego do ogrodników, działkowców.

1.1.1 Wydawnictwa prasowe zostaną wybrane na podstawie złożonych ofert i dobrane pod kątem grupy docelowej, nakładu, wyniku badań czytelnictwa, zasięgu i będą podlegały akceptacji Zamawiającego w formie planu publikacji przedstawionego przez Wykonawcę.

1.1.2 W ramach zadań Wykonawca przygotowuje również wspólne wizualne layouty dla artykułów w prasie w ww. formatach w wersji: pion, poziom, lub innym zaproponowanym przez Wykonawcę w ofercie i zaakceptowanym przez Zamawiającego. Wśród elementów graficznych znajdują się m.in.: ujednoczone elementy graficzne promujące konkurs i nagrody, zdjęcia itp.

1.1.3 W ramach prasy branżowej Wykonawca przygotowuje 6 artykułów, uwzględniając następujące minimalne formaty:

- 1) 4 artykuły x 1 strona full color w formacie ok. A4 oraz
- 2) 1 artykuł x 1/2 strony o konkursie full color w formacie ok. A4 oraz
- 3) 1 x rozkładówka z prezentacją wyników konkursu w formacie ok. A4 (tj. 2 strony).

1.1.4 Na podstawie wytycznych od Zamawiającego Wykonawca przedstawi listę tematów artykułów dla każdego z tytułów w prasie do akceptacji Zamawiającego na podstawie założeń komunikacyjnych opisanych w pkt. V. SOPZ.

1.1.5 Wykonawca wraz z listą tematów artykułów przedstawi propozycję ekspertów do akceptacji Zamawiającego – tj. autorów, którzy opracują tematycznie artykuły wraz z ich portfolio lub publikacjami jako potwierdzenie wiedzy, doświadczenia i profesjonalizmu.

1.1.6 Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie merytoryczne artykułów przez ekspertów w ramach odpowiedniego formatu, przy założeniu, że artykuły i informacje o konkursie publikowane w prasie branżowej – będą stanowiły spójną całość i będą podnosiły wiedzę i świadomość w zakresie gatunków obcych, obowiązujących przepisów prawnych, a przede wszystkim będą promowały konkurs oraz jego wyniki w formie rozkładówki.

1.1.7 Wykonawca przygotowuje do publikacji teksty, które mają być materiałami autorskimi, co oznacza, że nie mogą pochodzić z innych publikacji. Teksty powinny mieć charakter informacyjno-promocyjny, tzn. muszą być napisane prostym i zrozumiałym językiem przy jednoczesnym zachowaniu waloru informacyjnego. Przy pisaniu tekstów Wykonawca będzie opierał się na materiałach m.in. przekazanych przez Zamawiającego. Wykonawca dokona profesjonalnej adjustacji stylistyczno-językowej oraz korekty tekstów, w tym minimum: 2 korekty



– pierwsza robocza, druga ostateczna, po naniesieniu uwag Zamawiającego, po składzie. Wykonawca wprowadzi korektę wydawniczą (po składzie, z uwzględnieniem ewentualnych poprawek merytorycznych Zamawiającego).

1.1.8 Założeniem jest aby główną treścią artykułów sponsorowanych był tekst napisany wielkością standardowej czcionki obejmujący do ok. 2/3 objętości artykułu, za wyjątkiem rozkładówki prezentującej wyniki konkursu z przewagą zdjęć.

1.1.9 Przy realizacji działania, wykorzystane zostaną zdjęcia, dane, materiały i mapy przekazane przez Zamawiającego oraz grafiki opracowane przez Wykonawcę.

1.1.10 Przy przygotowywaniu publikacji Wykonawca użyje powszechnie dostępnych czcionek (fontów), które wchodzi w skład pakietu standardowego czcionek i za które nie trzeba uiszczać dodatkowych opłat.

1.1.11 Przy wyborze zdjęć Wykonawca może skorzystać ze zdjęć przekazanych przez Zamawiającego. Zamawiający posiada prawa autorskie majątkowe do przedmiotowych fotografii i przekaże Wykonawcy wybrane zdjęcia w odpowiednich plikach graficznych. Zamawiający dopuszcza przygotowanie (pozyskanie) własnego materiału zdjęciowego w celu uzupełnienia przekazu. Wykonawca zapewni we własnym zakresie i przenieś na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do pozyskanych zdjęć. Zdjęcia pozyskane przez Wykonawcę będą podlegały akceptacji Zamawiającego.

1.1.12 Wykonawca będzie również odpowiedzialny za przygotowanie pełnej korekty technicznej, a także obróbkę graficzną zdjęć. Wykonawca będzie również odpowiedzialny za skład i łamanie artykułów.

## 1.2 Przygotowanie i przeprowadzenie konkursu w prasie branżowej.

Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie i organizacja konkursu skierowanego do działkowców i ogrodników promującego gatunki zalecane do zastosowania np. w ogrodnictwie, działkach i hodowlach zamiast inwazyjnych gatunków obcych. W ramach działań opisanych w pkt. 1.1 Wykonawca zrealizuje konkurs uwzględniając publikacje w prasie branżowej, o których mowa w pkt. 1.1. powyżej.

1.2.1 Wykonawca będzie odpowiedzialny za całość prac związanych z właściwym przygotowaniem i przeprowadzeniem konkursu, w tym w szczególności:

- 1) Przygotowanie założeń i realizację konkursu zgodnie z regulaminem, który zostanie przygotowany przez Wykonawcę we współpracy z Zamawiającym;
- 2) Administrację danych osobowych uczestników konkursu;
- 3) Wybór prac zwycięzców i laureatów;
- 4) Zapewnienie nagród w konkursie zgodnie z Regulaminem oraz zapewnienie dostarczenia (wysyłki) nagród do odbiorców.



1.2.2 Celem konkursu jest:

- 1) promocja tradycyjnych, przyjaznych naturze ogrodów, ogródków przydomowych, działek itp. poprzez informacje o gatunkach, które nie są inwazyjne, i których uprawa nie zagraża środowisku przyrodniczemu i gatunkom rodzimym;
- 2) zachęcenie do wprowadzania do swoich upraw i projektów ogrodów, ogródków przydomowych, działek itp. gatunków, które nie są inwazyjne;
- 3) zachęcanie do podejmowania działań w zakresie ochrony przyrody.

1.2.3 Wykonawca otrzyma od Zamawiającego materiały promocyjne GDOŚ, z przeznaczeniem dla finalistów i/lub laureatów konkursu – do 50 zestawów ogrodniczych do dystrybucji, w skład których wchodzi: fartuch ogrodniczy z kompletem narzędzi (7 sztuk narzędzi). W celu uatrakcyjnienia konkursu Wykonawca może zaproponować inne nagrody lub nawiązać współpracę patronacką w celu ich pozyskania przy założeniu że wartość pojedynczej nagrody nie może przekroczyć 2000,00 zł. Nagrodami mogą być np. nagrody rzeczowe, bony do sklepów ogrodniczych, prenumeraty, sprzęt ogrodniczy. Nagrody i patronaty zaproponowane przez Wykonawcę podlegają akceptacji Zamawiającego.

1.3 Działania dodatkowe i realizacja partnerstw.

Wykonawca przygotuje i zrealizuje działania dodatkowe, zgodnie ze swoją ofertą, które mają na celu zwiększenie dotarcia do nowych odbiorców z grupy docelowej lub wzmocnienie przekazu u dotychczasowych odbiorców. Wykonawca zrealizuje działania partnerskie z wydawcą miesięcznika branżowego. Przy każdej propozycji działań dodatkowych Wykonawca zaznaczy przewidywane dotarcie do odbiorców.

Przykładowe dodatkowe działania w ramach realizacji partnerstw:

- 1.3.1 Rozpowszechnianie informacji o artykułach lub konkursie na stronie internetowej i/lub profilu społecznościowym tytułu prasowego/grupy wydawniczej;
- 1.3.2 Promocja artykułów sponsorowanych lub konkursu na okładce tytułu prasowego;
- 1.3.3 Nawiązanie partnerstw i patronatów z innymi podmiotami w celu wzmocnienia promocji konkursu i/lub zapewnienie nagród, o których mowa w pkt. 1.2. powyżej do maksymalnej kwoty 2000,00 zł brutto każda;
- 1.3.4 Zapowiedzi w poprzedzających numerach lub wyróżnienie informacji w poprzedzających/bieżących numerach o konkursie lub artykułach, na okładce lub spisie treści lub ostatniej stronie;
- 1.3.5 Dodatkowe artykuły oraz inne formy promocyjne.

**VI.2. Opracowanie redakcyjne i graficzne oraz druk kalendarza dla ogrodników/działkowców.**

2.1 Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie, na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego, treści kalendarza w tym: opracowanie redakcyjne, graficzne, pełną korektę językową, redakcyjną, skład i łamanie oraz korektę techniczną – przeprowadzoną przed i po składzie



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



tekstu kalendarza dla ogrodników oraz obróbkę graficzną zdjęć do kalendarza. **Kalendarz dystrybuowany w ostatnim numerze 2019 r. lub pierwszym numerze 2020 r. będzie przedstawiał kalendarium na 2020 rok, natomiast w przypadku zaistnienia sytuacji opisanej w § 8 ust. 2 pkt. 4 Umowy kalendarz będzie przedstawiał kalendarium na 2021 rok.**

2.2 Wykonawca będzie odpowiedzialny za wydruk oraz insert kalendarza w wybranej prasie branżowej, przy następujących założeniach:

- 1) kalendarz dystrybuowany jako bezpłatny dodatek do ostatniego numeru w roku kalendarzowym 2019 **lub pierwszego numeru w roku kalendarzowym 2020** miesięcznika dla ogrodników/działkowców **z zastrzeżeniem § 8 ust. 2 pkt. 4 Umowy,**
- 2) objętość - 16 stron, format - dopasowany rozmiarem do czasopisma, około 200 x 260 mm (+/- 10%), papier ekologiczny (np. certyfikat FSC lub równoważny) - kredo błysk 130 g/m<sup>2</sup>, kolorystyka - CMYK 4+4, oprawa - zeszytowa po dowolnym boku, dziurkowanie – dziurka do zawieszenia na środku boku przy grzbiecie;
- 3) nakład – dostosowany do sposobu dystrybucji zaproponowanego przez Wykonawcę powiększonego o 500 egz. przeznaczonych na cele informacyjno-edukacyjne, które po wydrukowaniu należy dostarczyć do siedziby Zamawiającego;
- 4) z uwagi na założenia ekologiczne, dodatek nie będzie foliowany, oraz preferowany jest nakład dostosowany do dystrybucji miesięcznika branżowego kolportowanego do prenumeratorów (w celu uniknięcia straty nakładu z niesprzedanych egzemplarzy).

**2.3 Przed ostateczną akceptacją kalendarza do druku, Wykonawca jest zobowiązany przedstawić Zamawiającemu egzemplarz okazowy, w formie papierowej lub elektronicznej.**

### **VI.3. Dystrybucja kalendarza.**

3.1 W ramach zadania Wykonawca przeprowadzi dystrybucję kalendarza w prasie branżowej zgodnie z założeniami przedstawionymi w Ofercie zakładając jak największą skuteczność dystrybucji w stosunku do założonego nakładu. Celem jest takie dopasowanie dystrybucji do zaproponowanego nakładu aby zminimalizować straty nakładu i ograniczyć do minimum utylizację kalendarzy poprzez dystrybucję np. w prenumeracie, czy redystrybucję zwrotów.

3.2 Wraz ze sposobem dystrybucji Wykonawca opíše sposób weryfikacji, który zostanie zastosowany przy odbiorze tego zadania.

3.3 Zamawiający wymaga, żeby kalendarz był dystrybuowany na terenie całej Polski, jako bezpłatny dla czytelnika dodatek **w ostatnim numerze w roku 2019 lub pierwszym numerze w roku 2020**, w prasie przeznaczonej dla działkowców i ogrodników, **z zastrzeżeniem § 8 ust. 2 pkt. 4 Umowy,** oraz, że dotrze on do czytelników w nakładzie co najmniej 10 000 egz. Sposób dystrybucji należy opisać w formularzu oferty, przy czym należy mieć na uwadze, że będzie on podlegał ocenie jako jedno z kryteriów oceny ofert.

3.4 Sposób dystrybucji kalendarza opisany przez Wykonawcę w Ofercie będzie obowiązującym sposobem dystrybucji w trakcie realizacji Umowy. Podane wielkości „nakładu kalendarza” i „nakładu





rozdysponowanego” zostaną zweryfikowane przez Zamawiającego na etapie rozliczenia realizacji Umowy. Wskaźnik realizacji obu założonych nakładów nie może być niższy niż 98%. W innym przypadku zastosowanie mają kary umowne.

#### VI.4. Przygotowanie materiałów zgodnie z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logo, nazwy Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Unii Europejskiej, oraz przepisów w zakresie oznaczania audycji i materiałów sponsorowanych.

4.1 Zgodnie z postanowieniami umowy o dofinansowanie Projektu oraz zgodnie z zasadami opisanymi w dokumencie Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji (wersja z dnia 14 czerwca 2016 r. dostępnym na stronie: [https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika\\_wnioskodawcy\\_i\\_beneficjenta\\_info\\_promo\\_140616.pdf](https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika_wnioskodawcy_i_beneficjenta_info_promo_140616.pdf) – wersja dla umów podpisanych do dnia 31 grudnia 2017 r.) każdorazowo na wszystkich dokumentach powstałych w ramach realizacji Umowy, Wykonawca umieści logo Programu Infrastruktura i Środowisko, logo Funduszu Spójności Unii Europejskiej oraz logo Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska (logo GDOŚ do pobrania ze strony: <http://www.gdos.gov.pl/loga-do-pobrania>) w następującym układzie:



Logotypy opublikowane w prasie wraz z artykułami będą zastosowane w wersji kolorowej.

4.2 Na wszystkich dokumentach i materiałach graficznych powstałych w trakcie realizacji Umowy Wykonawca umieści również informację o współfinansowaniu Umowy o treści: Współfinansowano w ramach Projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną* ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko.

4.3 Układ, kolorystyka oraz treść informacji o dofinansowaniu będzie każdorazowo uzgadniana z Zamawiającym w zależności od materiału.

4.4 Wykonawca przygotuje materiały zgodnie z obowiązującym prawem tj. zapewni wymagane oznaczenie w prasie w przypadku artykułów sponsorowanych zgodnie z ustawą Prawo prasowe (Dz.U.2018.1914 t.j. z dnia 2018.10.05) i przedstawi je do akceptacji Zamawiającego.

4.5 W przypadku, gdy działania w ramach Umowy będą realizowane we współpracy z partnerem lub patronem, a wzajemne ustalenia będą wymagały umieszczenia logotypu partnera, Wykonawca przygotuje materiały w wymaganym formacie z uwzględnieniem tych logotypów.

#### VI.5. Raportowanie z realizacji działań



5.1 Wykonawca jest zobowiązany raportować z realizacji Umowy i jest zobowiązany osiągnąć wskaźniki zaproponowane w Ofercie. Osiągnięcie wskaźników oraz realizacja zadań ma być jasno wykazane w raporcie końcowym i w przejrzysty sposób udokumentowane.

5.2 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji:

5.2.1 Raport częściowy w terminie do 14 lutego 2020 r.;

5.2.2 Raport końcowy w terminie do 31 sierpnia 2020 r., z zastrzeżeniem §8 ust. 2 pkt. 4 Umowy.

5.3 Poza Raportami, o których mowa powyżej, Wykonawca jest zobowiązany na każde wezwanie Zamawiającego przedstawiać Raporty ad hoc zawierające bieżące dane dotyczące osiągniętych wskaźników, czy bieżące informacje z realizacji Umowy.

5.4 Wymagania co do sposobu przygotowania oraz treści raportów zostały opisane w § 2 umowie w sprawie zamówienia publicznego.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności

