



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ
Π.Ε. ΠΕΙΡΑΙΑ & ΝΗΣΩΝ
Τμήμα Τεχνικής
Υποστήριξης Νησιωτικών
Δήμων

Τίτλος: **«Δράσεις ενημέρωσης – πληροφόρησης - ευαισθητοποίησης για την προτεινόμενη πράξη στην πρόσκληση ΑΤ 08, άξονας Ψηφιακής Σύγκλισης στο Δήμο Σαλαμίνας»**

Φορέας: **Δήμος Σαλαμίνας**

Προϋπολ.: **62.620,00 €**

Χρηματοδότηση: **Πρόγραμμα «Αντώνης Τρίτσης» / Πρόσκληση ΑΤ08**

Αρ. Μελέτης: **113 /2021**

ΤΕΥΧΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΘΕΣΗ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

«Δράσεις ενημέρωσης – πληροφόρησης - ευαισθητοποίησης για την προτεινόμενη πράξη στην πρόσκληση ΑΤ 08, άξονας Ψηφιακής Σύγκλισης στο Δήμο Σαλαμίνας»

Μάιος 2021

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΕΣ - ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

Με το παρόν υποέργο, προβλέπονται Δράσεις Ευαισθητοποίησης και Δημοσιότητας του Έργου με τίτλο «**Ευφυή Ολοκληρωμένα Συστήματα για τη Ψηφιακή Σύγκλιση στην Πολιτική Προστασία – Ασφάλεια, Εκπαίδευση, Βιώσιμη Ανάπτυξη, Προστασία Περιβάλλοντος, Πολιτισμό και Τουρισμό του Δ. Σαλαμίνας**» στο πλαίσιο της Πρόσκλησης ΑΤ Ο8 του Προγράμματος «ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ». Συγκεκριμένα περιλαμβάνουν Στρατηγικό Σχέδιο Επικοινωνίας και Σχέδιο Δράσεων, Σχεδιασμό Πλάνου Μέσων για ΜΜΕ (Media plan), Πρόγραμμα Δημοσιότητας για τη διαφημιστική προβολή στο διαδίκτυο και στα social media (Digital Media plan), Παραγωγή υλικών προβολής, Προβολή σε ΜΜΕ και Προβολή σε διαδίκτυο και σε social media.

Οι Δράσεις Ευαισθητοποίησης και Δημοσιότητας του έργου αναφέρονται παρακάτω:

1. Στρατηγικό Σχέδιο Επικοινωνίας και Σχέδιο Δράσεων

Για την αποτελεσματική προβολή του έργου και των δράσεων του καθώς και των σημαντικών ωφελειών που προκύπτουν για το σύνολο των δημοτών, θα εκπονηθεί μια ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Στρατηγική, που αποτυπώνεται σε ένα πλήρες και συνεκτικό Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας.

Σε όλη τη διάρκεια υλοποίησης του Έργου - δράσεις, το Στρατηγικό Σχέδιο Επικοινωνίας δύναται να εξειδικεύεται, καθώς θα εφαρμόζεται σταδιακά, σύμφωνα με τη πορεία των έργων και τις γενικές κατευθύνσεις του Δήμου.

Βασικός στρατηγικός στόχος είναι η καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των δημοτών αλλά και φορέων δημόσιων και ιδιωτικών, για τις προτεραιότητες, τις θετικές επιδράσεις, τα αποτελέσματα και τις ωφέλειες που προκύπτουν από το Έργο - δράσεις, μέσω κατάλληλων επικοινωνιακών εργαλείων και μέσων προβολής.

Όλα αυτά συγκροτούν το πλαίσιο της επικοινωνιακής στρατηγικής, το οποίο θα πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα κύρια στάδια:

- Δημοσιοποίηση του Έργου - δράσεις δημότες και τους φορείς του Δήμου.
- Ενημέρωση των δημοτών για τα σημαντικά οφέλη που προκύπτουν από το Έργο - δράσεις.
- Προσέλκυση των δημοτών και των φορέων για ενεργή συμμετοχή στο Έργο - δράσεις.

Στο Στρατηγικό Σχέδιο για τη διάρκεια εκτέλεσης το έργου - δράσεις θα πρέπει τουλάχιστον να αναφέρονται:

- Αναλυτική και συνεκτική στρατηγική επικοινωνίας
- Ο τρόπος προσέγγισης των ειδικών απαιτήσεων του έργου - δράσεις
- Ο τρόπος προσέγγισης των ομάδων στόχου
- Το περιεχόμενο της πληροφόρησης/τα σημεία επικοινωνίας που θα εστιάσει η επικοινωνιακή στρατηγική
- Η προσδοκώμενη εικόνα
- Το ύφος επικοινωνιακής στρατηγικής

Το Προτεινόμενο Σχέδιο Δράσεων θα πρέπει να είναι κοστολογημένο και χρονικά καταμετρημένο, να καθορίζει λεπτομερώς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που είναι αναγκαία, ώστε να επιτευχθούν οι βέλτιστοι στόχοι των Δράσεων.

Μετά την ανάθεση και την οριστικοποίηση των προτάσεων και παρατηρήσεων του Δήμου, το τελικό Σχέδιο Δράσεων θα περιλαμβάνει αναλυτική παρουσίαση και λεπτομερή κατανομή προτεινόμενων ενεργειών, κοστολόγηση κάθε ενέργειας, αλλά και σύνδεσής της με τους γενικούς και ειδικούς επικοινωνιακούς στόχους, θα περιγράφει τη μεθοδολογία υλοποίησης της επικοινωνιακής στρατηγικής και θα προσδιορίζει το σύστημα δεικτών (ποσοτικών και ποιοτικών), βάσει των οποίων θα αξιολογείται η αποτελεσματικότητα της Επικοινωνίας.

2. Σχεδιασμό Πλάνου Μέσων για ΜΜΕ, διαδίκτυο και social media (Mediaplan)

Ο Ανάδοχος θα κληθεί να εκπονήσει και να υποβάλλει τεκμηριωμένη αναλυτική πρόταση Προγράμματος Δημοσιότητας (Media Plan), αφού προηγουμένως λάβει υπόψη του τη στρατηγική τοποθέτηση, την εικόνα και ταυτότητά της καμπάνιας. Η πρόταση θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (budget break down), στην επιλογή των Μέσων, του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας.

Το πλάνο δημοσιότητας θα πρέπει να:

- είναι χρονικά καταμετρημένο και με ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών
- να επιτυγχάνει το καλύτερο δυνατό media mix διατηρώντας το κόστος σε επιθυμητά επίπεδα
- διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής των μέσων ή του τόπου (ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια) και της αποτελεσματικότητας τους
- στοχεύει σε επιλεγμένες αγορές-στόχους και περιγράφει τον τρόπο επιλογής και προσέγγισης των ομάδων-στόχου

- διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής του χρόνου και της διάρκειας προβολής
- περιέχει ανάλυση των εργαλείων μέτρησης και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας
- προβλέπει την υποβολή προσχέδιου δράσεων για όλα τα μέσα το οποίο θα λάβει την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής
- περιλαμβάνει το κόστος προβολής-ανάλυση προϋπολογισμού
- περιγράφει τα παραδοτέα.

Το πλάνο δημοσιότητας θα έχει καταρτισθεί σε μορφή πίνακα και θα περιλαμβάνει το μίγμα της προβολής ανά μέσο και μήνυμα για τα ΜΜΕ, το διαδίκτυο και τα social media.

Εάν υπάρξει επικαιροποιημένη πρόταση, αυτή θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (budget break down), στην επιλογή των ΜΜΕ, του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας.

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει την υλοποίηση της πρότασης και τις απαραίτητες ενέργειες στα ΜΜΕ.

Το Πρόγραμμα Δημοσιότητας θα περιλαμβάνει:

- Ραδιοφωνικά μηνύματα.
- Έντυπες καταχωρήσεις.
- Web banners & content marketing.

Το τελικό media plan θα οριστικοποιείται σε συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή. Σε περίπτωση αναδιαμόρφωσης του πλάνου μέσων, θα προσκομιστούν εγκεκριμένοι και σε ισχύ τιμοκατάλογοι των μέσων που δεν ήταν στην αρχική πρόταση του αναδόχου και θα διασφαλιστεί η μέση ελάχιστη έκπτωση για την οποία δεσμεύτηκε ο ανάδοχος στην Οικονομική Προσφορά του.

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας έγκρισης από την Αναθέτουσα Αρχή του τελικού πλάνου μέσων (media plan) για τα ΜΜΕ, ο ανάδοχος αναλαμβάνει την αποστολή των εντολών μετάδοσης και του σχετικού οπτικοακουστικού υλικού (ηχητικών spots, gif καταχώρισης κλπ.) καθώς και των εντολών δημοσίευσης της έντυπης καταχώρισης στα επιλεγμένα μέσα προβολής.

3. Παραγωγή υλικών προβολής

Ραδιοφωνικό spot

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να αναλάβει να δημιουργήσει:

- ένα ραδιοφωνικό spot διάρκειας έως 30 sec.

Κατ' ελάχιστον θα πρέπει να τηρηθούν οι εξής προδιαγραφές:

Σενάριο (storyboard), γύρισμα ανάλογα με τις ανάγκες του σεναρίου, επιμέλεια μουσικής επένδυσης, επίβλεψη παραγωγής, γενικά έξοδα, δικαιώματα, τελική κόπια.

Καταχωρήσεις στον Τύπο

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να αναλάβει να δημιουργήσει:

- τρεις (3) (τουλάχιστον) καταχωρήσεις για τον Τύπο, αρχικά σε διάσταση 21X28 cm και στη συνέχεια σε προσαρμογές αυτών ανάλογα με τις προδιαγραφές των εντύπων που θα δημοσιευθούν.

Web banners & content marketing

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να αναλάβει να δημιουργήσει:

- τρεις (3) (τουλάχιστον) μακέτες ηλεκτρονικής καταχώρησης στο διαδίκτυο σε μορφή GIF που θα παραδοθούν σε όλες τις απαιτούμενες διαστάσεις, σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θα δοθούν σύμφωνα με την επιλογή των μέσων από το media plan (ενδεικτικά: 250 x 134 pixels, 468 x 60 pixels και 300 x 250 pixels).

4. Προβολή σε ΜΜΕ

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να αναλάβει την υλοποίηση της προβολής βάσει του media plan που έχει εγκριθεί από την Αναθέτουσα Αρχή.

ΤΕΧΝΙΚΗ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ

Για την υλοποίηση των δράσεων ευαισθητοποίησης / δημοσιότητας οι οικονομικοί φορείς απαιτείται να διαθέτουν κατάλληλη γνώση, εμπειρία και ικανότητα ώστε να ανταπεξέλθουν πλήρως, άρτια και ολοκληρωμένα στις απαιτήσεις του υπό ανάθεση έργου.

ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ:

- Ο Σύμβουλος Δημοσιότητας (Σ.Δ.) εγγυάται ότι θα διαθέσει όλα τα απαραίτητα μέσα και τους κατάλληλους ανθρώπινους πόρους για την παροχή των υπηρεσιών που θα προσφέρει.
- Ο Σ.Δ. δεν έχει αποφασιστική εξουσία. Για κάθε θέμα θα εισηγείται στα αρμόδια όργανα του Δήμου, τα οποία θα αποφασίζουν σχετικά.
- Ο Δήμος έχει δικαίωμα να δεχθεί ή να απορρίψει το σύνολο ή μέρος των προτάσεων του Σ.Δ., όπως επίσης να ζητήσει από τον Σ.Δ. υποβολή νέων προτάσεων ή παρατηρήσεων με απαιτήσεις που θα καθοριστούν από τον Δήμο.
- Ο Σ.Δ. υποχρεούται να συμμετέχει σε συσκέψεις εάν καλείται.
- Ο Σ.Δ. είναι υποχρεωμένος να εξακολουθεί το συμβουλευτικό του έργο και να συνεργάζεται ομαλά με του συνεργάτες του έργου-δράσεις

ακόμη και στην περίπτωση που επιλέγονται λύσεις διαφορετικές από αυτές που προτείνονται από αυτόν από την αρμόδια Υπηρεσία ή επιτροπή του Δήμου.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΠΟΣΑ ΣΕ ΕΥΡΩ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
1. Στρατηγικό Σχέδιο Επικοινωνίας και Σχέδιο Δράσεων	ΤΕΜ	1	18.400,00	18.400,00
2. Σχεδιασμό Πλάνου Μέσων για ΜΜΕ, διαδίκτυο και social media (Media plan)	ΤΕΜ	1	16.500,00	16.500,00
3. Παραγωγή υλικών προβολής	ΤΕΜ	1	12.100,00	12.100,00
4. Προβολή σε ΜΜΕ	ΤΕΜ	1	3.500,00	3.500,00
ΣΥΝΟΛΟ				50.500,00
ΦΠΑ (24%)				12.120,00
ΣΥΝΟΛΟ				62.620,00

Πειραιάς 2 / 5 / 2021
Η συντάξασα



Μαρούλα Αλβέρτη
Αρχιτέκτων Μηχανικός

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ

Πειραιάς 2 / 5 / 2021
Ο Προϊστάμενος Τ.Υ.Ν.Δ.



Σταύρος Βεϊόγλου
Πολιτικός Μηχανικός