Znak: ZP.J-DU-0601-271/4/18

*Załącznik nr 1 do Regulaminu*

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

**Przedmiot:**

Konkurs na graficzną **identyfikację wizualną (layout)** oraz **hasło promocyjne** projektu pn. „Modernizacja i adaptacja zabytkowej siedziby Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie na potrzeby utworzenia nowoczesnego centrum magazynowo-konserwatorskiego i digitalizacyjnego oraz badawczego”.

**Cel zamówienia:**

Celem konkursu jest promocja prowadzonej inwestycji pn. „Modernizacja i adaptacja zabytkowej siedziby Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie na potrzeby utworzenia nowoczesnego centrum magazynowo-konserwatorskiego i digitalizacyjnego oraz badawczego”, zgodnie z wytycznymi Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko.

**Zadania wykonawcy (na etapie uczestnictwa w konkursie):**

1) przygotowanie **koncepcji layoutu** i zaprezentowanie go na przykładzie projektu plakatu promocyjnego (projekt wykonany w technice komputerowej, przedłożonej w pliku PDF);

2) opracowanie **hasła promocyjnego** promującego Projekt (hasło musi znaleźć się na plakacie oraz w opisie koncepcji w pliku tekstowym);

3) **opis koncepcji** - opis zarówno myśli przewodniej, jak i poszczególnych elementów, uzasadnienie użycia wybranych symboli, znaków, sloganu, kolorystyki (plik tekstowy).

**Tło projektu:**

Obecna siedziba Muzeum przy ul. Józefitów 16 pełni funkcje magazynowe, biurowe, administracyjne i upowszechnieniowe, mieści ekspozycję stałą oraz wystawy czasowe, bibliotekę z czytelnią, księgarnię oraz pracownię konserwatorską i digitalizacyjną. Po kapitalnym remoncie powstanie tu nowoczesne centrum magazynowo-konserwatorskie i digitalizacyjne oraz badawcze. Będzie to **przestrzeń otwarta dla specjalistów** zajmujących się różnymi aspektami medium fotograficznego oraz dla **szerszego grona odbiorców**. Ambicją Muzeum jest stanie się żywym, wyraźnie zaznaczonym na mapie Polski i Europy ośrodkiem zajmującym się w pierwszej kolejności **obrazem fotograficznym**. Szeroka perspektywa badawcza oraz edukacyjna będą podstawowymi kontekstami określającymi kierunek rozwoju MHF. Powierzchnia użytkowa istniejącego budynku Muzeum przy ul. Józefitów 16 to obecnie ok. 1.300,00 m2, po przebudowie ma wzrosnąć do 1.810,00 m2.

W siedzibie przy ul. Józefitów wybudowane zostaną **nowoczesne, profesjonalne magazyny** zapewniające bezpieczeństwo zbiorów Muzeum, w tym magazyny studyjne, otwarte dla publiczności, a także pracownie konserwatorska i digitalizacyjna, przestrzeń konferencyjna oraz biura i pracownie działu inwentarzy. Siedziba ta zapewni **łatwy dostęp do zbiorów, materiałów naukowych i przestrzeni dla badaczy**, ale dzięki częściowo otwartym magazynom i pracowniom, a także bogatemu **programowi edukacyjno-kulturowemu, stanie się żywym miejscem spotkań** dla rodzin z dziećmi, turystów i społeczności lokalnej.

**Przekaz:**

Muzeum zajmuje siedzibę przy ul. Józefitów 16 od 1992 roku. Jednym z ważniejszych celów kampanii promocyjno-informacyjnej projektu jest jasne zakomunikowanie, że Muzeum wciąż będzie obecne w budynku przy ul. Józefitów 16, jednak będzie to jeden z oddziałów Muzeum, pełniący funkcję centrum magazynowo-konserwatorskiego i digitalizacyjnego oraz badawczego. Nie znaczy to natomiast, że wspomniane centrum będzie dostępne wyłącznie dla specjalistów. Przeciwnie, częścią Projektu jest nowy program kulturalno-edukacyjny skierowany do szerokiego grona odbiorców oraz dostępne dla zwiedzających magazyny studyjne.

Dostępność Muzeum z jednoczesnym zapewnieniem bezpieczeństwa zbiorów.

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:**

Grupy docelowe: uczniowie, studenci, środowiska naukowe, turyści, środowiska związane z kulturą i sztuką, społeczność lokalna, bywalcy muzeów

* Stała publiczność Muzeum powinna otrzymać jasny przekaz, że Muzeum wciąż pozostanie w siedzibie przy ul. Józefitów, jednak budynek ten zmieni funkcję. Nowe centrum magazynowo-konserwatorskie i digitalizacyjne oraz badawcze będzie wciąż miejscem otwartym i dostępnym dla zwiedzających.
* Ważne jest pozyskanie nowych odbiorców, poprzez poinformowanie ich o nowym, unikatowym miejscu na kulturalnej mapie Krakowa oraz zachęcenie ich do odwiedzenia Muzeum i skorzystania z nowej oferty kulturalno-edukacyjnej

Język: polski, angielski

Komunikat: Przekazanie informacji o przeprowadzonej inwestycji, jej znaczeniu i źródłach finansowania.

* Zaprezentowanie dynamicznie rozwijającego się Muzeum i jego unikatowego Centrum Magazynowo-Konserwatorskiego i Digitalizacyjnego oraz Badawczego
* Nowa forma prezentacji zbiorów muzeum w formie magazynów studyjnych
* Nowa oferta kulturalna i edukacyjna Muzeum
* Nowoczesny budynek dostosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych
* Nowoczesne biura i pracownie
* Bezpieczeństwo zbiorów

Wykorzystanie: layout oraz hasło promocyjne zostaną wykorzystane we wszystkich elementach szerokiej kampanii promocyjno-informacyjnej Projektu.

Layout i hasło będą stanowiły punkt wyjścia dla projektów reklamowych i zostaną zastosowane w następujących elementach kampanii o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim:

* Plakaty
* Ulotki
* Prezentacje
* Spoty reklamowe w telewizji, internecie, na ekspozytorach cyfrowych
* Spoty reklamowe radiowe
* Billboardy
* Citylighty
* Zaproszenia
* Przewodniki
* Artykuły w prasie
* Reklamy w środkach transportu
* Artykuły na stronach internetowych Muzeum
* Roll-upy
* Filmy promocyjne
* Inne drukowane i cyfrowe materiały reklamowe (np. gadżety, banery internetowe, itd.)

Elementy obowiązkowe: kampania promocyjna Projektu prowadzona jest w oparciu o:

* Księgę Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020, określającą zasady użycia znaków Funduszy Europejskich i Unii Europejskiej;
* System identyfikacji wizualnej Muzeum Fotografii w Krakowie, określający zasady użycia logotypu Muzeum;

W związku z tym layout Projektu musi zakładać prawidłowe użycie znaków Funduszy Europejskich [kolory w systemie kolorystycznym CMYK: niebieski (C100 M80 Y0 K0), żółty (C0 M0 Y100 K0), czerwony (C0 M100 Y100 K0), biały (C0 M0 Y0 K0) i czarny (C0 M0 Y0 K100)], Unii Europejskiej [kolory w systemie kolorystycznym CMYK: niebieski (C100 M80 Y0 K0), żółty (C0 M0 Y100 K0) i czarny (C0 M0 Y0 K100)] oraz znaku Muzeum [stosując logotyp Muzeum należy wziąć pod uwagę jedynie wersję szarą - kolory w systemie kolorystycznym CMYK: szary (C0 M0 Y0 K80)].

Kolorystyka wybrana do layoutu powinna współgrać z kolorystyką elementów obowiązkowych.

Layout: Przez **layout** Zamawiający rozumie szatę graficzną, na którą składają się następujące elementy:

* Układ graficzny: kolorystyka, krój czcionki, elementy dekoracyjne, motyw graficzny;
* Układ kompozycyjny: rozmieszczenie elementów (treści), hierarchia.

Layout oraz hasło promocyjne przedstawione w konkursie traktowane będą jako **koncepcja**, konkretyzowana wspólnie z wybranym w konkursie Wykonawcą przed podpisaniem umowy.

Wytyczne dotyczące projektu plakatu stanowiącego element zadania konkursowego:

* Format B1, rozdzielczość 300 DPI w skali CMYK,
* Wszystkie informacje w języku polskim i angielskim,
* Projekt musi być wykonany zgodnie:
* Z Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,
* Z Zasadami promocji i oznakowania projektów POIiŚ (dla umów podpisanych do 31 grudnia 2017 roku),
* Ze Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,
* Z Księgą Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020,
* Z zasadami stosowania logotypu Muzeum Fotografii w Krakowie
* Projekt plakatu będzie zawierał następujące elementy:
* hasło promocyjne stanowiące element zadania konkursowego,
* nazwę i dane teleadresowe Zamawiającego (Muzeum Fotografii w Krakowie, ul. Józefitów 16, 30-045 Kraków),
* adres strony internetowej Zamawiającego ([www.mhf.krakow.pl](http://www.mhf.krakow.pl)),
* logo Muzeum, zgodnie z zasadami stosowania (<http://www.mhf.krakow.pl/?action=press&param=press>),
* logotypy FE i UE, zgodnie z zasadami ich stosowania (<https://www.pois.gov.pl/media/31133/KIW_2014-2020Grudzien2016.pdf>),
* nazwę projektu („Modernizacja i adaptacja zabytkowej siedziby Muzeum Historii Fotografii im. Walerego Rzewuskiego w Krakowie na potrzeby utworzenia nowoczesnego centrum magazynowo-konserwatorskiego i digitalizacyjnego oraz badawczego”).

**Informacje dodatkowe:**

1) Na etapie przygotowawczym odbędzie się co najmniej 1 spotkanie Wykonawcy z Zamawiającym (pod adresem wskazanym przez Zamawiającego, na terenie Krakowa), mające na celu skonkretyzowanie i ustalenie wymagań i oczekiwań dotyczących przedmiotu umowy;

2) Wyłoniony Wykonawca otrzyma niezbędne logotypy oraz obowiązujące Wytyczne dotyczące oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko - drogą elektroniczną w ciągu 2 dni od podpisania umowy;

3) Wykonawca nie będzie umieszczał swojej nazwy ani logotypów w materiale przekazanym Zamawiającemu w ramach realizacji przedmiotu zamówienia;

4) W ramach realizacji przedmiotu zamówienia oraz wynagrodzenia Wykonawca zobowiązany będzie do przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych na wszystkie materiały powstałe w ramach zadania;

5) Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność prawną, za ewentualne naruszenie praw autorskich oraz innych praw osób trzecich;

6) Odebranie przedmiotu zamówienia nastąpi na podstawie dwustronnego protokołu odbioru.

**Informacje dodatkowe o Muzeum Fotografii w Krakowie i powstającym Centrum Magazynowo-Konserwatorskim i Digitalizacyjnym oraz Badawczym**:

Muzeum Fotografii w Krakowie zostało ustanowione w 1987 roku i do tej pory pozostaje **jedynym publicznym muzeum** w Polsce w pełni poświęconym medium fotograficznemu.

Bogata i zróżnicowana kolekcja Muzeum to przede wszystkim **fotografie**, a także **sprzęt fotograficzny i kinematograficzny**. W zbiorach Muzeum znajdują się portretowe fotografie atelierowe (głównie z krakowskich zakładów fotograficznych), fotografia artystyczna, kolekcja polskiego fotoreportażu, unikatowe polskie autochromy autorstwa Tadeusza Rzący, fotografia amatorska, z także budowana od 2017 roku kolekcja sztuki współczesnej.

Muzeum prowadzi **badania** z zakresu historii fotografii, zarówno w sferze kulturowej, obrazowej, jak i pod kątem historii technik fotograficznych, a także roli fotografii w kulturze i sztuce współczesnej. Poza działalnością kolekcjonerską i badawczą, Muzeum prowadzi specjalistyczną bibliotekę i księgarnię, organizuje wystawy, wydarzenia i warsztaty edukacyjne, prowadzi działalność wydawniczą. W Muzeum mieszczą się również pracownie konserwatorska i digitalizyjna.

Fotografie z kolekcji Muzeum prezentowane są w katalogu zbiorów online, a także na europejskim portalu Europeana.eu.

Medium fotograficzne cieszy się wciąż rosnącą popularnością, jednak stanowi poważne wyzwanie dla instytucji muzealnej, której głównym celem jest zapewnienie **bezpieczeństwa zbiorom**. Nawet niewielkie ilości światła i wilgoci, czy nieodpowiednia temperatura mogą spowodować szybką i nieodwracalną destrukcję dawnych fotografii. Do tej pory, Muzeum nie dysponowało przestrzenią umożliwiającą zapewnienie najwyższych standardów bezpieczeństwa dla gromadzonych przez siebie zbiorów.

**Bezpieczne przechowywanie kolekcji MHF wraz z zapewnieniem ich dostępności dla zwiedzających**, to podstawowy cel inwestycji, w ramach której przy ul. Józefitów 16 powstanie nowoczesne Centrum Magazynowo-Konserwatorskie i Digitalizacyjne oraz Badawcze. Wagi całemu przedsięwzięciu dodaje również fakt, że po zakończonej inwestycji Muzeum będzie również w pełni **dostępne dla osób niepełnosprawnym**. Obecna architektura budynku – schody, brak windy, wąskie korytarze – niemal całkowicie to uniemożliwiały.

Część Muzeum nie stanowiąca oryginalnej zabudowy z okresu 20-lecia międzywojennego zostanie zburzona, w jej miejsce powstaną **nowoczesne magazyny**, w tym **magazyny studyjne**, pozwalające zobaczyć przestrzenie muzealne, niedostępne na co dzień dla zwiedzających. W pozostałych pomieszczeniach znajdą się **pracownie konserwatorskie i digitalizacyjne**, wyposażone w przeszklone drzwi, co umożliwi odbiorcom Muzeum na przyjrzenie z bliska pracowniom, bez zaburzania rytmu pracy osób tam zatrudnionych. W budynku znajdować się także będą **biura** Działu Inwentarzy, a także **sala konferencyjna**, w której odbywać się będą **warsztaty**, **spotkania**, **projekcje** filmów, a także **pokazy najnowszych nabytków** Muzeum.

Siedziba Muzeum, poza zapewnieniem bezpieczeństwa zbiorów i funkcjami skierowanymi do szerokiej publiczności, ma stać się także dobrze wyposażonym **ośrodkiem badawczym**, ze stanowiskami dla studentów, nauczycieli, wykładowców, kuratorów i innych osób badających medium fotograficzne.

Muzeum w dalszym ciągu prowadzić będzie działalność wydawniczą, wystawienniczą, czy bibliotekę, jednak w oddziale przy ul. Rakowickiej.

**Kryteria:**

1) Cena – 50%

Punkty przyznawane za kryterium „**cena**” będą liczone wg następującego wzoru:

 C = (Cnaj : Co) x 50

gdzie:

C - liczba punktów przyznana danemu zgłoszeniu,

Cnaj – najniższa cena brutto spośród ważnych zgłoszeń,

Co - cena brutto zgłoszenia podana przez wykonawcę dla którego wynik jest obliczany.

Maksymalna liczba punktów, które Wykonawca może uzyskać w zakresie kryterium cena wynosi 50.

2) Ocena walorów kreacyjnych i potencjału promocyjnego Pracy konkursowej (plakat, hasło promocyjne) – 50%

Podkryteria wraz z punktacją:

a) oryginalność i nowoczesność ujęcia tematu (layout) - 20 pkt.

W tym podkryterium zasadnicze znaczenie będą mieć oryginalność i nowoczesność layoutu na przykładzie projektu plakatu, co powinno przekładać się na ukazanie Muzeum jako miejsca nowoczesnego i unikatowego.

Koncepcja powinna być oparta o najnowsze trendy w projektowaniu graficznym (aby spełnić warunek nowoczesności), jednak wykorzystane w oryginalny i autorski sposób (tzn. nie będąca jedynie automatycznym zastosowaniem najnowszych trendów, ale stanowiąca wynik pracy twórczej).

b) kreatywność (nieszablonowość) i spójność hasła promocyjnego – 15 pkt.

W tym podkryterium oceniane będzie zaproponowane hasło promocyjne pod kątem jego spójności z promowanym Projektem, marką Muzeum oraz zaproponowanym layoutem, a także jego kreatywnością, przez co rozumie się niepowielanie istniejących wzorów, nieszablonowe podejście do tematu

c) czytelność projektu i jasność przekazu – 10 pkt.

W tym podkryterium oceniane będą czytelność zaproponowanego projektu (np. czytelność użytych krojów pisma pod kątem ich użycia w różnych rozmiarach i na różnych nośnikach), w tym czytelności całej kompozycji, a także stopień komunikacyjności o najważniejszych założeniach projektu.

d) odpowiedniość – 5 pkt.

W tym podkryterium oceniany będzie stopień odpowiedniości projektu layoutu i hasła na wskazane przez Zamawiającego założenia Projektu (w tym informowanie o źródłach finansowania, zgodność z celami całej kampanii reklamowej, stopień odpowiedniości względem kolorystyki i formy z systemem identyfikacji muzeum oraz KIW FE i UE).

Sposób przyznawania punktów:

a) projekt charakteryzuje się nowoczesnym i oryginalnym podejściem do tematu w stopniu wysokim (14-20 pkt.), w stopniu średnim (7-13 pkt.), w stopniu niskim (1-6 pkt.), wcale (0 pkt.)

b) hasło promocyjne jest nieszablonowe i spójne z koncepcją layoutu w stopniu wysokim (11-15 pkt.), w stopniu średnim (6-10 pkt.), w stopniu niskim (1-5 pkt.), wcale (0 pkt.)

c) projekt layoutu i hasło promocyjne są czytelne i komunikatywne w stopniu wysokim (8-10 pkt), w stopniu średnim (4-7 pkt.), w stopniu niskim (1-3 pkt.), wcale (0 pkt.)

d) projekt layoutu i hasło promocyjne są odpowiednie względem założeń Projektu w stopniu wysokim (5 pkt.), w stopniu średnim (3-4 pkt.), w stopniu niskim (1-2 pkt.), wcale (0 pkt.).

Maksymalna liczba punktów, które Wykonawca może uzyskać w zakresie kryterium Koncepcja wynosi 50.

**Nagrody:**

Nagrodą w konkursie jest zawarcie umowy z Zamawiającym na kompleksowe opracowanie layoutu Projektu oraz hasła promującego Projekt, co stanowić będzie podstawę dla wszystkich materiałów reklamowych wykorzystanych w kampanii promocyjno-informacyjnej Projektu.

Wartość nagrody nie przekroczy 15.000 zł netto.

**UWAGA**: Zakres zadania obejmuje opracowanie layoutu, a nie wszystkich projektów materiałów reklamowych!

Zdobywca I miejsca w konkursie zawrze z Zamawiającym umowę na:

1. Opracowanie layoutu projektu;

2. Opracowanie hasła promocyjnego Projektu;

3. Opracowanie dokumentu zawierającego wytyczne dotyczące zasad stosowania layoutu w projektach graficznych.

Umowa ta będzie umową o dzieło z pełnym przeniesieniem praw autorskich majątkowych na Zamawiającego.

**Terminy:**

* czas na wysyłkę zgłoszeń – 21 dni od daty ogłoszenia konkursu
* czas na rozstrzygnięcie konkursu przez sąd konkursowy – do 10 dni (Zamawiający zastrzega sobie możliwość przedłużenia terminu, w zależności od ilości nadesłanych zgłoszeń)
* czas na zawarcie umowy – do 5 dni roboczych od daty ogłoszenia wyników

**Warunki udziału w konkursie:**

Udział w konkursie mogą zgłaszać osoby fizyczne, osoby prawne, lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej. Prace konkursowe mogą być składane wspólnie.