DZP-271-18/2026
Załącznik nr 1 do Specyfikacji Warunków Zamówienia

NOWA STRONA INTERNETOWA FESTIWALU MUZYKI FILMOWEJ W KRAKOWIE

1. O PROJEKCIE

Festiwal Muzyki Filmowej w Krakowie to jedno z najbardziej cenionych wydarzeń w świecie muzyki filmowej. Od 2008 roku festiwal organizują Miasto Kraków, KBF i RMF Classic. O niepowtarzalności imprezy decydują oryginalny program, światowe premiery, poszukiwanie nowych form wyrazu i obecność najważniejszych twórców oraz ekspertów branży audiowizualnej.

FMF słynie z koncertów symultanicznych prezentujących obrazy filmowe z muzyką na żywo, a także ze spektakularnych gal. Najwyższy poziom artystyczny gwarantują czołowe orkiestry, jak również świetni dyrygenci i soliści, reprezentujący zarówno lokalną, jak i międzynarodową scenę. Koncerty wyróżniają się rozmachem produkcyjnym oraz innowacjami w sferze technologii i dźwięku.

Festiwal jest istotnym wydarzeniem dla branż muzycznej i filmowej, a dla publiczności – wyjątkową okazją, by spotkać twórców światowego formatu. Gościli na nim tak cenieni kompozytorzy jak Volker Bertelmann, Alexander Desplat, Patrick Doyle, Elliot Goldenthal, Justin Hurwitz, Jan A.P. Kaczmarek, Abel Korzeniowski, Dario Marianelli, John Powell czy Hans Zimmer, a także znakomici reżyserzy – Agnieszka Holland, Andrzej Wajda i Julie Taymor.

W latach 2008-2025 festiwalem kierował jego pomysłodawca, Robert Piaskowski. Obecnie dyrektorką artystyczną FMF jest Agata Grabowiecka.

Gwiazdy muzyki filmowej

FMF to miejsce światowych i polskich premier ważnych dzieł muzyki filmowej, wykonywanych często w obecności największych gwiazd. W festiwalu wzięła udział plejada kompozytorów, solistów i dyrygentów uhonorowanych prestiżowymi nagrodami. FMF gościł zdobywców Oscara: Volkera Bertelmanna, Alexandre'a Desplata, Tana Duna, Elliota Goldenthala, Justina Hurwitza, Jana A.P. Kaczmarka, Daria Marianellego, Stevena Price'a, Gustavo Santaolallę, Howarda Shore'a, Gabriela Yareda czy Hansa Zimmera. Festiwal odwiedzili także wielcy kompozytorzy polscy,

m.in. Wojciech Kilar i Krzysztof Penderecki, oraz światowej sławy reżyserzy: Tomas Alfredson, Agnieszka Holland, Roman Polański, Jerzy Skolimowski, Julie Taymor, Andrzej Wajda, Krzysztof Zanussi.

All Is Film Music

Festiwal z ciekawością i odwagą przemierza dekady muzyki filmowej, poświęcając tyleż uwagi tytułom klasycznym, co współczesnym. W programie znajdziemy reinterpretacje niezapomnianych dzieł, a także eksperymenty akustyczne, nowatorskie poszukiwania w sferze dźwięku przestrzennego czy różnorodne brzmienia muzyki elektronicznej. Co więcej, regularnie prezentujemy również kompozycje tworzone na potrzeby teatru, seriali czy gier wideo. Tym samym FMF udowadnia, jak bogata jest muzyka filmowa.

Networking i edukacja

Festiwal stał się naturalnym miejscem współpracy dla przedstawicieli szeroko pojętych branż muzycznej i filmowej. Stałym elementem FMF jest **Forum Audiowizualne**, będące z jednej strony platformą edukacyjną dla młodych kompozytorów, reżyserów, inżynierów dźwięku i instrumentalistów, a z drugiej pasmem wydarzeń, które sieciują partnerów oraz łączą twórców z publicznością.

FMF Awards

Zespół FMF wspiera środowisko twórców muzyki filmowej i docenia najważniejsze osiągnięcia kompozytorów, przyznając im prestiżowe nagrody.

Polska Ścieżka Dźwiękowa Roku – przyznawana na podstawie wyborów jury złożonego z przedstawicieli instytucji muzycznych i filmowych, cenionych dziennikarzy i krytyków oraz reżyserów i producentów. Dodatkowo na podstawie głosowania fanów festiwalu przyznawana jest **Nagroda Publiczności**.

FMF Young Talent Award – celem konkursu jest wsparcie uzdolnionych kompozytorów młodego pokolenia. W przedsięwzięciu wzięło udział blisko tysiąc twórców z całego globu. Zwycięskie prace prezentowane są podczas festiwalu, a finaliście zostają zaproszeni do udziału w sesji nagraniowej oraz prestiżowych

warsztatach w Europejskim Centrum Muzyki K. Pendereckiego w Lusławicach koncertujących się na współpracy kompozytorów z reżyserami.

Nagroda im. Jana A.P. Kaczmarka – MARZYCIEL – program skierowany do młodych polskich kompozytorek i kompozytorów, w ramach którego Laureat otrzymuje dofinansowanie do powstania muzyki przy kolejnym projekcie filmowym. Stypendium uzupełnia profesjonalny mentoring prowadzony przez specjalistów z branży filmowej.

FMF Ambassador – nagrodą honorowane są osoby i instytucje przyczyniające się do budowy marki festiwalu w kraju i za granicą.

Nagroda Kilara – wręczana wyjątkowym kompozytorom muzyki filmowej za całokształt twórczości. Nagroda typu *Life Achievement* przyznawana jest przez kapitułę złożoną z przedstawicieli KBF, RMF Classic, PWM, NOSPR oraz Katowic Miasta Ogrodów. Organizatorami nagrody są Miasto Kraków i Miasto Katowice. Wśród laureatów znaleźli się m.in. Craig Armstrong, Alexandre Desplat, Philip Glass, Elliot Goldenthal, Michael Nyman, John Powell czy Howard Shore.

Filmowy Kraków

FMF przyciąga do Krakowa ważne postaci ze świata muzyki i filmu. Dlatego współpracujemy z Regionalnym Funduszem Filmowym i Krakow Film Commission, by promować lokalną infrastrukturę i polskich artystów na międzynarodowym rynku kinematograficznym. Jesteśmy częścią polityki filmowej Krakowa i współpracujemy z takimi festiwalami jak Mastercard OFF CAMERA, Krakowski Festiwal Filmowy czy Festiwal Filmu Niemego. Współpracujemy z Siecią Kin Studyjnych, a także z organizatorami plenerowych projekcji filmowych w mieście. Partnerem wydarzenia jest największa polska konferencja branży gier wideo Digital Dragons. Współpracujemy z Music Export Poland, ASCAP, ZAiKS i PISF. Wydarzenie wpisuje się w priorytety polityki rozwoju branż kreatywnych i przemysłu audiowizualnego.

2. CELE STWORZENIA STRONY WWW

Strona internetowa Festiwalu jest jedną z najstarszych stron, które obecnie posiadamy w Krakowskim Biurze Festiwalowym. Jednocześnie dotyczy największego i najbardziej złożonego projektu z najliczniejszą i najbardziej różnorodną grupą odbiorców, co sprawia, że stworzenie jej od nowa jest jednym z kluczowych elementów odświeżenia komunikacji festiwalu, a także realizacji jego najważniejszych celów informacyjnych, wizerunkowych jak i sprzedażowych.

Zależy nam na stworzeniu nowoczesnej, intuicyjnej i skalowalnej strony internetowej, która będzie głównym online'owym punktem kontaktu odbiorców z marką FMF. Serwis powinien odpowiadać zarówno na potrzeby publiczności festiwalowej, jak i branży muzyki filmowej, mediów, partnerów oraz innych grup zainteresowanych działalnością festiwalu.

Nowa strona powinna skutecznie prezentować program i charakter FMF, wspierać kluczową dla Festiwalu sprzedaż biletów, ułatwiać dostęp do najważniejszych informacji zaprezentowanych w atrakcyjnej i przejrzystej formie oraz pozwalać na prowadzenie komunikacji przez cały rok. Jednocześnie powinna wzmacniać wizerunek FMF jako wydarzenia o międzynarodowej randze, łączącego świat filmu, muzyki i sektora audiowizualnego.

W związku z tym postawiliśmy sobie następujące cele:

- **Stworzenie przejrzystej architektury informacji, zaprojektowanej przez UX Designera**

  Strona powinna umożliwiać szybkie znalezienie kluczowych informacji - programu, biletów, wydarzeń, artystów, miejsc, informacji praktycznych, zasad udziału, informacji dla branży. Szczególnie ważne jest ograniczenie liczby kroków potrzebnych do dotarcia od strony głównej do konkretnego wydarzenia z mocno wyeksponowanym zakupem biletów/produktu i finalnie do przejścia na stronę z zakupem biletów.

- **Zaprezentowanie rozbudowanego i złożonego programu festiwalu w jasny i przejrzysty sposób.**

  Program festiwalu z roku na rok pęcznieje. Powstają dodatkowe pasma i podkategorie wydarzeń. Kluczowe dla nas będzie takie przemyślenie prezentacji

programu z rozbudowaną opcją filtrowania, aby różne grupy użytkowników bez problemu znalazły punkty programu, które są do nich kierowane. Jednocześnie ważne jest to, żeby w tym wszystkim nie ginął program główny, który wciąż będzie najważniejszym elementem festiwalu. Prezentacja programu powinna być czytelna, ale również atrakcyjna i zachęcająca dla użytkownika. Czyli chcemy osiągnąć efekt, który sprawi, że użytkownik nie zgubi się w tym rozbudowanym programie i bez problemu będzie mógł znaleźć coś wartościowego dla siebie, razem z pakietem najważniejszych informacji.

- **Wsparcie sprzedaży biletów**
  Zaprojektowanie ścieżki sprzedażowej dla użytkownika, który zna już dobrze festiwal i potrzebuje szybko wybrać wydarzenie i kupić bilet, oraz dla takiego, który dopiero poznaje FMF. Serwis powinien prowadzić użytkownika w naturalny, przejrzysty i sprawny sposób od zainteresowania wydarzeniem do zakupu biletu.

- **Stworzenie strony internetowej, która będzie kluczowym elementem budowania wizerunku FMF,** jednego z najważniejszych europejskich festiwali poświęconych muzyce filmowej. Serwis powinien działać przez cały rok. Przed festiwalem ma budować zainteresowanie, pełnić funkcję platformy informacyjnej dla branży muzyki filmowej, podczas wydarzenia pełnić funkcję praktycznego przewodnika, a po jego zakończeniu umożliwiać powrót do materiałów, galerii, nagrań i historii FMF.

- **Dostosowanie strony przede wszystkim do użytkowników mobilnych**
  Projektowanie według zasady mobile first!

- **Zwiększenie dostępności serwisu**
  Projekt powinien uwzględniać standardy dostępności cyfrowej oraz potrzeby osób korzystających z różnych urządzeń i technologii wspomagających. Dostępność powinna być uwzględniona już na etapie architektury informacji i projektu UX/UI. Projekt powinien być zgodny z najnowszymi standardami WCAG.

- **Dotarcie do odbiorcy międzynarodowego**
  Polska i angielska wersja strony powinny być równorzędnymi elementami serwisu. Ważne jest stworzenie rozwiązania, które pozwoli zagranicznemu

odbiorcy bez dodatkowego kontekstu zrozumieć, czym jest FMF, poznać program i zaplanować udział w festiwalu.

- **Lepsze wykorzystanie danych i analityki**
  Nowy serwis powinien umożliwiać dokładniejsze analizowanie ścieżek użytkowników: które wydarzenia wzbudzają największe zainteresowanie, skąd trafiają odbiorcy, gdzie opuszczają stronę i które działania prowadzą do zakupu biletu. Istotne będzie poprawne wdrożenie analityki i systemów reklamowych.

- **Stworzenie serwisu skalowalnego na kolejne edycje, który jest uniwersalny. Duża elastyczność serwisu.**
  Struktura strony powinna być projektowana jako rozwiązanie wieloletnie. Kolejna edycja FMF powinna oznaczać przede wszystkim aktualizację informacji, a nie konieczność przebudowy całej architektury serwisu od strony treściowej i wizualnej. Z racji na to, że w ciągu roku strona będzie pełnić różne funkcje – czasem bardziej wizerunkowe, czasem bardziej sprzedażowe i perswazyjne, to kluczowa będzie duża elastyczność strony, aby można było ją na tyle swobodnie zmieniać, aby dostosowywać ją do momentu w roku.

- **Projekt graficzny powinien być zgodny z aktualnymi trendami w webdesignie –** prosty, przejrzysty i funkcjonalny – lecz wzbogacony o charakterystyczne akcenty wizualne, które uczynią go rozpoznawalnym i świeżym przez kolejne edycje.

- **Stworzenie dedykowanych treści dla odbiorców branżowych**
  Serwis powinien umożliwiać wyodrębnienie treści skierowanych do branży, takich jak informacje o wydarzeniach branżowych, masterclassach, konkursach, naborach, spotkaniach z twórcami, możliwościach współpracy oraz innych inicjatywach kierowanych do profesjonalistów. Treści branżowe powinny być obecne w serwisie również poza okresem bezpośredniej promocji festiwalu, tak aby podtrzymywać relację z profesjonalną częścią społeczności FMF i regularnie informować ją o istotnych działaniach, naborach i inicjatywach.

3. GRUPY DOCELOWE

- **Stali odbiorcy (fani FMF)**
  Najbardziej zaangażowana grupa odbiorców. Zależy im na galach i koncertach symultanicznych (doceniają program, zaproszonych gości, jakość artystyczną, zwracają uwagę na każdy szczegół). Pasjonują się muzyką filmową i kinematografią. Mają wysokie oczekiwania względem festiwalu. Są bardzo sentymentalni – poprzednie edycje festiwalu są dla nich punktem odniesienia. Bardzo aktywni w social mediach. Spora część tej grupy to również "narzekacze", którzy często odnoszą obecne edycje festiwalu do tych sprzed lat, że "kiedyś było lepiej a teraz to już nie jest tak dobrze". Mimo narzekań, wciąż trwają przy festiwalu i biorą w nim udział. **Oczekują szybkiego dostępu do programu, informacji o artystach, terminach, miejscach, biletach i aktualnościach. W tej grupie szczególnie ważna jest możliwość łatwego zaplanowania udziału w festiwalu.**

- **Nowi odbiorcy**
  To są Ci, którzy bywają sporadycznie na wybranych wydarzeniach festiwalu, lub jeszcze nigdy na nim nie byli. Są odbiorcami kultury - biorą udział w koncertach i różnych wydarzeniach kulturalnych. Wielkie koncerty symultaniczne i nowe formaty są dobrą okazją na dotarcie do tej grupy odbiorców. **Strona powinna pomóc im szybko zrozumieć charakter wydarzenia, poznać najważniejsze koncerty i twórców oraz zachęcić do udziału. Potrzebują prostego wejścia w ofertę FMF bez konieczności wcześniejszej znajomości struktury festiwalu.**

- **Branża i profesjonaliści**
  Przedstawiciele środowiska i instytucji związanych z branżą, zależy im na networkingu, nawiązywaniu nowych znajomości, podnoszeniu swoich kompetencji, byciu na bieżąco itd. **Powinni mieć łatwy dostęp do dedykowanych wydarzeń, spotkań branżowych, informacji o możliwościach współpracy, naborach i innych działaniach kierowanych do profesjonalistów.** Tutaj mamy również studentów, początkujących kompozytorów, muzyków oraz osoby planujące karierę w sektorze audiowizualnym. Szczególnie istotne są dla nich konkursy, masterclassy, warsztaty, nabory i projekty takie jak FMF Young Talent Award.

- **Rodzice**
  Rodzice dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym, szukają ciekawej formy

spędzenia czasu z dziećmi, chcą zapewnić dziecku ciekawe wspomnienia/fajne doświadczenia, zależy im na integracji z innymi rodzicami itd. **Potrzebują przede wszystkim szybkiej informacji o wieku uczestników, czasie trwania wydarzenia, jego formule, dostępności biletów lub zapisów, lokalizacji oraz udogodnieniach organizacyjnych. Strona powinna umożliwiać łatwe wyfiltrowanie wydarzeń rodzinnych i dziecięcych, tak aby nie trzeba było wyszukiwać ich w całym programie festiwalu.**

- **Podglądacze**
  Traktują festiwal jako przewodnika po świecie muzyki filmowej, który wskazuje czego warto słuchać, co warto wiedzieć. Oglądają materiały z festiwalu na naszym kanale na YouTube, śledzą nasze social media. **Na stronie powinny łatwo znajdować materiały wideo, wywiady, relacje, rekomendacje, sylwetki artystów i inne treści redakcyjne, które można konsumować także poza terminem festiwalu. Ważne jest dla nich również płynne przechodzenie między stroną a kanałami FMF w mediach społecznościowych i na YouTube.**

4. OGÓLNE ZAŁOŻENIA STRONY WWW PROJEKTU

- **KLUCZOWE: Architektura informacji oraz ścieżki sprzedażowe i ścieżki doświadczeń użytkowników powinny być zaprojektowane przez doświadczonego UX Designera, który zupełnie na nowo przemyśli i poukłada treści na nowej stronie.**

- **Jasna, intuicyjna i przejrzysta nawigacja**
  Struktura strony powinna umożliwiać szybkie dotarcie do najważniejszych informacji: programu, wydarzeń, artystów, biletów, informacji praktycznych oraz treści skierowanych do poszczególnych grup odbiorców. Nawigacja powinna być zrozumiała także dla osób, które po raz pierwszy mają kontakt z FMF.

- **Strona responsywna z mocnym nastawieniem na mobile first**
  Projekt serwisu powinien powstawać zgodnie z zasadą „mobile first". Wszystkie elementy i treści muszą poprawnie skalować się i wyświetlać na komputerach, tabletach i smartfonach. Wersja mobilna powinna zapewniać pełną funkcjonalność serwisu, szczególnie w zakresie przeglądania programu, sprawdzania informacji

organizacyjnych i przechodzenia do zakupu biletów.

- **Nowoczesny design i wysokiej jakości doświadczenie użytkownika (UX)** Strona powinna posiadać nowoczesny, charakterystyczny i spójny projekt graficzny, odpowiadający randze i charakterowi Festiwalu Muzyki Filmowej w Krakowie. Design powinien łączyć atrakcyjność wizualną z funkcjonalnością, czytelnością, szybkością i prostotą korzystania z serwisu.

- **Uniwersalna i ponadczasowa warstwa wizualna strony** Projekt strony powinien mieć charakter długofalowy i być niezależny od zmieniającej się co roku kreacji graficznej kolejnych edycji festiwalu. Serwis powinien posiadać własny, spójny i rozpoznawalny system wizualny, który będzie funkcjonował przez wiele lat bez konieczności corocznego przeprojektowywania layoutu. Identyfikacja danej edycji może być wprowadzana poprzez wybrane, łatwo wymienialne elementy, takie jak grafiki, zdjęcia, bannery, kolory akcentowe czy materiały promocyjne, bez ingerencji w podstawową strukturę i design strony. Coroczna kreacja festiwalu powinna pełnić rolę uzupełniającą. Dzięki temu użytkownik niezależnie od edycji będzie poruszał się po znanym, spójnym środowisku, a zmiana identyfikacji kampanii nie będzie wpływać na użyteczność ani wymagać przebudowy serwisu.

- **Program jako jeden z kluczowych elementów serwisu** Program festiwalu powinien być prezentowany w sposób przejrzysty i pozwalający użytkownikowi szybko odnaleźć interesujące go wydarzenia. Należy przewidzieć możliwość filtrowania programu m.in. według daty, miejsca, rodzaju wydarzenia, grupy odbiorców, dostępności biletów, wieku. Zakładka z programem wymaga większego namysłu i dużego zaangażowania UX Designera.

- **Czytelna i naturalna ścieżka prowadząca do zakupu biletu** Strona powinna wspierać sprzedaż biletów. Finałowa transakcja będzie dokonywana w serwisie KBF: BILETY (https://kbfbilety.krakow.pl/), natomiast w zdecydowanej większości wypadków w ramach naszej komunikacji płatnej i organicznej będziemy kierować najpierw na stronę festiwalu, a dopiero potem na KBF: BILETY już ze strony fmf.fm. Informacja o możliwości zakupu powinna być dostępna w odpowiednich miejscach serwisu, szczególnie na stronach wydarzeń i w programie. Użytkownik powinien móc przejść od poznania wydarzenia do zakupu

biletu w możliwie małej liczbie kroków.

- **Zbudowanie sieci powiązań treści strony wydarzeń i artystów**
  Poszczególne wydarzenia i sylwetki twórców powinny funkcjonować jako osobne, łatwe do odnalezienia podstrony. System powinien pozwalać na wzajemne powiązanie wydarzeń, artystów, miejsc, materiałów multimedialnych i innych treści, dzięki czemu użytkownik będzie mógł naturalnie eksplorować program FMF i przemieszczać się między zasobami, nie gubiąc po drodze informacji nastawionych stricte na sprzedaż.

- **Uwzględnienie różnych grup odbiorców i ich potrzeb**
  Architektura informacji powinna odpowiadać zarówno na potrzeby regularnej publiczności FMF, nowych odbiorców, turystów zagranicznych i rodzin z dziećmi, jak również przedstawicieli branży muzyki filmowej, młodych twórców, mediów i partnerów.

- **Dedykowane treści i ścieżka dla branży muzyki filmowej**
  Serwis powinien umożliwiać czytelne wyodrębnienie informacji i treści istotnych dla profesjonalistów związanych z muzyką filmową i sektorem audiowizualnym, w tym wydarzeń branżowych, masterclassów, konkursów, naborów i możliwości uczestnictwa w inicjatywach FMF. Podstrona powinna zawierać moduł prezentacji “produktów” czyli w naszym wypadku to mogą być pakiety dla branży, które będzie można krótko opisać. Finałowa transakcja na stronie zewnętrznej.

- **Serwis funkcjonujący przez cały rok**
  Strona nie powinna ograniczać swojej roli do komunikacji dotyczącej danej edycji festiwalu. FMF to cały ekosystem różnych powiązań, które powinny funkcjonować na stronie przez cały rok. Kluczowa duża elastyczność strony, która będzie pozwalała w zależności od momentu w roku skupiać się na celach wizerunkowych, albo sprzedażowych, albo branżowych.

- **Silne wykorzystanie materiałów multimedialnych**
  FMF ma bardzo obszerny dorobek i historię, którą chcemy mocno eksponować.
  Projekt powinien uwzględniać istotną rolę zdjęć, materiałów wideo i treści audiowizualnych. Powinna istnieć możliwość łatwego osadzania materiałów z

zewnętrznych platform, w szczególności YouTube, oraz atrakcyjnego prezentowania dużych galerii i znacznej liczby materiałów z poprzednich edycji.

- **Czytelne powiązanie strony z kanałami społecznościowymi FMF**
  Serwis powinien w wyraźny sposób eksponować oficjalne kanały FMF w mediach społecznościowych oraz umożliwiać płynne przechodzenie między stroną internetową a treściami publikowanymi w innych kanałach cyfrowych festiwalu.

- **Pełnowartościowa polska i angielska wersja językowa**
  Serwis powinien być przygotowany do równoległego prowadzenia komunikacji w języku polskim i angielskim. Obie wersje powinny posiadać spójną strukturę i zapewniać użytkownikowi dostęp do kluczowych informacji oraz funkcjonalności. Strona w wersji polskiej powinna mieć swój odpowiednik o dokładnie takiej samej strukturze treści po angielsku.

5. FUNKCJONALNOŚCI WWW PROJEKTU

- Strona powinna posiadać **2 wersje językowe** – polski, angielski.
- Formularz zapisu do newslettera i spięcie go z bazą kontaktów w serwisie Get Response.
- Podpięcie pod stronę pixela FB, Google Analytics,
- Dostosowanie strony do standardów WCAG 2.1
- Inteligentne tworzenie się podglądu do linków udostępnianych w social mediach
- Możliwość zarządzania przez użytkownika zgodami marketingowymi
- Zarządzanie treścią powinno się odbywać za pośrednictwem powszechnie dostępnego systemu CMS obsługiwanego w języku polskim, pozwalającego na swobodną obsługę strony ze wszystkimi jej elementami. Dopuszczamy możliwości tworzenia autorskiego systemu CMS, tylko w sytuacji, gdy możliwa będzie jego łatwa edycja i rozwój przez innych deweloperów w przyszłości. Temat do rozstrzygnięcia w trybie roboczym.
- System CMS powinien poprawnie realizować założone funkcjonalności co najmniej w następujących przeglądarkach: MS Edge, Chrome, Firefox, Safari, Opera dla oficjalnych najnowszych wersji produktów (tzw. wersji stabilnych) wydanych przez producentów oraz dla trzech wersji wcześniejszych produktu, jak również dla przeglądarek tabletów i telefonów komórkowych instalowanych na

najpopularniejszych urządzeniach mobilnych (tablety i telefony z systemem Android, iOS).

- Strona powinna posiadać bezpieczne szyfrowane połączenia za pomocą protokołu SSL.
- Strona powinna obsługiwać błędy i mieć stworzone dedykowane strony informacyjne dotyczące występujących błędów (np. 404).
- System zarządzania zgodami cookies - powinien pozwalać użytkownikowi zaakceptować lub odrzucić poszczególne kategorie plików cookies oraz w dowolnym momencie zmienić swoją decyzję. Narzędzia analityczne i marketingowe powinny respektować udzielone zgody.

- **Optymalizacja wydajności i Core Web Vitals** - Należy przewidzieć mechanizmy cache'owania, lazy loadingu materiałów multimedialnych oraz inne rozwiązania zapewniające szybkie działanie strony także w okresach zwiększonego ruchu, np. bezpośrednio po dużych ogłoszeniach programowych.

- **Wyszukiwarka treści na stronie**

- **Optymalizacja materiałów graficznych** - system powinien automatycznie tworzyć odpowiednie warianty zdjęć dla różnych urządzeń i rozdzielczości oraz umożliwiać ich kompresję, kadrowanie i stosowanie nowoczesnych formatów. Powinno to ograniczać konieczność ręcznego przygotowywania wielu wersji tej samej fotografii.

- **Google Tag Manager i warstwa danych (dataLayer)** Oprócz Google Analytics i Meta Pixel warto przewidzieć możliwość zarządzania narzędziami marketingowymi poprzez Google Tag Manager oraz poprawnie przygotowaną warstwę danych. Powinno być możliwe mierzenie m.in. kliknięć „Kup bilet", zapisów do newslettera, używania filtrów programu, odtworzeń materiałów wideo i pobrań plików.

- **Zarządzanie treścią (system CMS)**
    - System CMS powinien być wyposażony w polski system graficznej edycji treści stron internetowych umożliwiający wygodną edycję tekstów, elementów graficznych, kontrolę linków do stron wewnętrznych i zewnętrznych, kontrolę nad strukturą strony

- System CMS powinien być zabezpieczony przed atakami mającymi na celu pozyskanie nieuprawnionych danych i dostępu do serwisu, ma mieć zainstalowane wszystkie opublikowane poprawki bezpieczeństwa na dzień przekazania systemu zamawiającemu
- System CMS musi umożliwiać przynajmniej:
  - pełną możliwość edycji graficznych elementów strony, elementy tła itp.,
  - pełne zarządzanie menu, tzn. dodawanie, usuwanie, edycję, ukrywanie, zmianę kolejności pozycji menu,
  - dodawanie, edytowanie, usuwanie, ukrywanie całych podstron,
  - edycję tytułów podstron,
  - zamieszczanie, usuwanie zdjęć,
  - dodawanie, edytowanie, usuwanie tekstów /artykułów,
  - zamieszczanie, usuwanie plików do pobrania,
  - dodawanie, usuwanie i edycję niezależnych galerii zdjęć,
  - dodawanie elementów audio i video z serwisów typu YouTube i innych zewnętrznych serwisów
  - Zapewniać możliwość podglądu treści przed publikacją;
  - Posiadać mechanizm generujący linki zgodne z zasadami SEO z możliwością ręcznej ingerencji w kształt linku
  - Zapewniać blokadę edycji jednej podstrony przez kilku użytkowników jednocześnie
  - Zapewniać optymalizację pod względem wyszukiwarek i urządzeń mobilnych
- Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia stacjonarnego **szkolenia** (w siedzibie Zamawiającego) lub interaktywnego online z obsługi panelu CMS dla 5 pracowników Zamawiającego, w wymiarze maksymalnie 5 dni roboczych oraz przygotowania pełnej i intuicyjnej instrukcji obsługi systemu, udostępnionej w wersji elektronicznej oraz drukowanej. Zamawiający dodatkowo zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do instrukcji w przypadku jej niezrozumiałości lub niekompletności.
- System CMS powinien posiadać pracujący w trybie on-line edytor umożliwiający tworzenie tekstów publikowanych na stronie przy założeniu braku znajomości kodu HTML przez redaktorów.
- Edytor musi posiadać co najmniej takie funkcje jak:
  - pole format zawierające predefiniowane elementy strukturalne treści (p, h1, h2, h3, h4, h5),

- pole styl – zawierające predefiniowane style CSS,
- możliwość zmiany rozmiaru predefiniowanych dla strony fontów,
- opcje: Wytnij, Kopiuj, Wklej, Wklej jako czysty tekst,
- opcje: Znajdź, Zamień, Zaznacz wszystko, Usuń formatowanie,
- opcje: Pogrubienie, Kursywa, Podkreślenie, Przekreślenie, Indeks dolny, Indeks górny,
- opcje: Wstaw/Usuń numerowanie listy, Wstaw/Usuń wypunktowanie listy,
- opcje: Zmniejsz/Zwiększ wcięcie, Wyrównaj do lewej, środka, prawej, lewej i prawej,
- opcje: Wstaw/Edytuj/Usuń grafikę, hiperłącze, kotwicę, film z serwisu zewnętrznego,
- opcje: Zmień kolor czcionki,
- pokaż kod źródłowy,
- podgląd strony,

  - Praca w edytorze musi odbywać się z poziomu przeglądarki internetowej bez konieczności instalacji specjalnego oprogramowania klienckiego.
  - Edytor musi posiadać 3 tryby wyświetlania zawartości: zwykły tryb edycyjny, tryb HTML i tryb podglądu strony (preview).
  - Edytowany artykuł będzie mógł być wzbogacony przez pliki pobierane z repozytorium, możliwe będzie wstawianie tekstu alternatywnego, definiowanie miejsca położenia, wielkości, sposobu wyrównania tekstu i otwarcia w nowym oknie.
  - Treści aktualności / artykułów / innych tekstów muszą mieć możliwość wprowadzenia tytułu, leadu, artykułu, załączników, tagów (słów kluczowych), galerii zdjęć
  - System musi umożliwiać podgląd strony/artykułu na każdym etapie redakcji w układzie (szablonie) w jakim będzie on prezentowany na stronie.
  - Treści dynamiczne - dodawanie, edycja i usuwanie artykułów i materiałów.

- Zewnętrzne repozytorium plików na serwerze
  - Możliwość w ramach części administracyjnej dodawania plików (dokumentów tekstowych, prezentacji, grafik, filmów, zdjęć) w celu ich późniejszego wykorzystania jako załączniki do treści.
  - System powinien posiadać wyszukiwarkę i mechanizm umożliwiający ładowanie wielu plików jednocześnie. Mechanizm ma być wyposażony w pole umożlwiające tworzenie opisów alternatywnych do zdjęć. Mechanizm

ma automatycznie tworzyć miniaturkę zdjęć, jednak musi być wyposażony w opcję jej tworzenia ręcznego w wyjątkowych przypadkach

6. DOMENA, HOSTING I WYMAGANIA TECHNICZNE

- Zamawiający dysponuje następującymi domenami: fmf.fm, oraz możliwością tworzenia subdomen.
- Hosting realizowany będzie na serwerach zamawiającego u zewnętrznego dostawcy, u którego Zamawiający ma wykupioną usługę hostingu.
- Parametry techniczne serwera zostaną ustalone w trybie roboczym.
- Nowa strona zostanie przeniesiona na serwer zamawiającego po zakończeniu prac nad serwisem, serwer testowy zapewnia Wykonawca.
- Kopie zapasowe i możliwość odtworzenia serwisu - System powinien wykonywać automatyczne kopie zapasowe strony i bazy danych oraz zapewniać możliwość szybkiego przywrócenia serwisu po awarii.

7. DOKUMENTACJA

- Po zakończonych pracach Wykonawca przekaże Zamawiającemu *wszelkie* niezbędne instrukcje prawidłowej obsługi, modernizacji oraz administracji strony kody, hasła oraz szczegółową dokumentację techniczną, w szczególności:
    - Dokumentację architektury systemu WWW w formacie elektronicznym PDF.
    - Kody źródłowe serwisu wraz z pełną dokumentacją użytego kodu.
    - Dokumentację opisującą wszystkie logi generowane przez system www i wszystkie jego komponenty.
    - Szczegółową dokumentację instalacyjną systemu www oraz wszystkich systemów operacyjnych, baz danych i aplikacji (programów komputerowych) wymaganych do jego działania – zarówno tych stworzonych przez Wykonawcę jak stworzonych przez strony trzecie.
    - Opis konfiguracji optymalnej w zakresie zapewniania wydajności i bezpieczeństwa systemu www oraz wszystkich wymaganych do jego działania elementów.
    - Szczegółowy opis użytych autorskich protokołów sieciowych, strukturę bazy danych (jeśli występują).

- Szczegółowe procedury administracyjne (tworzenie kopii zapasowych, odtwarzanie kopii zapasowych) oraz opis innych niezbędnych cyklicznych czynności wymaganych do poprawnego działania aplikacji.

- Dostarczony opis będzie opisywał konfigurację optymalną w zakresie zapewniania wydajności i bezpieczeństwa strony oraz wszystkich wymaganych do jej działania elementów.

8. SEO

- Serwis internetowy musi być zoptymalizowany pod kątem wyszukiwarek internetowych (SEO) zgodnie z aktualnymi wytycznymi Google oraz najlepszymi praktykami w zakresie optymalizacji technicznej, treściowej i wydajnościowej. W szczególności:
  - Zgodność z Core Web Vitals – Serwis powinien spełniać metryki Core Web Vitals (LCP, FID, CLS) w celu zapewnienia wysokiej wydajności i użyteczności.
  - Optymalizacja indeksacji – Struktura strony powinna umożliwiać skuteczną indeksację przez wyszukiwarki poprzez:
    - Poprawnie skonfigurowany plik **robots.txt** oraz mapę strony (**sitemap.xml**).
    - Wdrożenie znaczników **canonical** w celu eliminacji problemów z duplikacją treści.
  - Obsługa strukturalnych danych (Schema.org) – Serwis powinien wspierać wdrożenie danych strukturalnych dla kluczowych typów treści (np. artykułów, produktów, wydarzeń), zgodnie ze standardami schema.org.
  - SEO-friendly URL – Adresy URL powinny być czytelne, krótkie i pozbawione zbędnych parametrów, np. **domena.pl/kategoria/nazwa-produktu**.
  - Zarządzanie przekierowaniami – Implementacja prawidłowych przekierowań (**301** dla zmiany adresów URL, **302** dla przekierowań tymczasowych) w celu utrzymania wartości SEO.
  - Przyjazność dla urządzeń mobilnych – Serwis musi być w pełni responsywny i zoptymalizowany pod kątem Mobile-First Indexing.
  - Szybkość ładowania strony – Czas ładowania strony powinien być minimalizowany poprzez:
    - Optymalizację kodu HTML, CSS i JavaScript (np. minifikacja, lazy loading).
    - Wsparcie dla nowoczesnych formatów graficznych (WebP, AVIF).
    - Wykorzystanie mechanizmów cache’owania oraz CDN.

9. BEZPIECZEŃSTWO

- System CMS musi w pełni wspierać SSL – wszystkie strony muszą działać w oparciu o szyfrowanie (HTTPS) z wykorzystaniem certyfikatów Zamawiającego
- Serwis zostanie zabezpieczony przeciw wszelkim typom ogólnie znanych na dzień uruchomienia Systemu PIM ataków mających na celu nieautoryzowane pozyskanie przechowywanych danych lub uzyskanie nieautoryzowanego dostępu do aplikacji. W szczególności system będzie odporny na ataki SQL Injection, Cross Site Scripting czy też Session Hijacking.

10. WYTYCZNE DO PROJEKTU GRAFICZNEGO

Nowa strona FMF powinna być minimalistyczna, przejrzysta, nieprzeładowana, spójna. Identyfikacja wizualna każdej edycji jest inna, dlatego nie chcemy się tak mocno przywiązywać do nich, tylko wypracować uniwersalny design, który będzie się opierał na logotypie FMF, typografii, oraz mocnej ekspozycji zdjęć i multimediów. Festiwal posiada bardzo bogate zasoby zdjęć ze wszystkich edycji, które podkreślają jego rangę, prestiż, spektakularne projekty, dlatego bez wątpienia odpowiednia ekspozycja zdjęć będzie bardzo istotna. Strona może zawierać drobne akcenty, które jakoś będą nawiązywały do danej edycji, natomiast nie powinno to być dominujące. Trzeba będzie znaleźć miejsce, w którym będziemy mogli zaprezentować plakat i kreację danej edycji, natomiast nie powinno się to wiązać z potrzebą całościowej edycji wizualnej strony. Warstwa wizualna powinna podkreślać rangę i międzynarodowy charakter FMF, jednocześnie pozostając funkcjonalnym tłem dla programu, artystów, treści redakcyjnych i materiałów multimedialnych. Ważne jest to, żeby design był świeży, zgodny z aktualnymi trendami.

Szczegółowe wytyczne do projektu graficznego strony zostaną przesłane wykonawcy w trybie roboczym przed rozpoczęciem prac.

11. WSTĘPNA STRUKTURA SERWISU

Poniżej prezentujemy zakres treści jaki powinien się znaleźć na stronie. Oczywiście jest to wstępne założenie, które może zostać zweryfikowane przez

UX Designera.

- **STRONA GŁÓWNA**
  - **Strona główna serwisu powinna prezentować kluczowe informacje w formie syntetycznej, stanowiąc punkt wejścia i odsyłając użytkowników do odpowiednich podstron**, na których zamieszczone będą szczegółowe treści dotyczące poszczególnych zagadnień. Układ strony powinien w kilku krokach wyjaśniać czym jest FMF oraz przedstawiać jego główne propozycje programowe i obszary zaangażowania.

  - **W górnej części strony proponujemy umieszczenie materiału wideo, który będzie witał odbiorców na stronie i będzie krótko i syntetycznie pokazywał to co w FMF-ie najlepsze.** Góra strony powinna mieć możliwość publikacji albo materiału wideo na całą szerokość strony, albo slajdera, który będzie eksponował najważniejsze komunikaty dla festiwalu. Najlepiej, gdyby administrator mógł zadecydować czy slajder jest aktywny czy nie.

  - **Moduł zapowiadający program** – do ustalenia i przemyślenia, czy chcemy wybić tutaj najmocniejsze elementy programu i skierować po więcej, czy w jakiś inny sposób zapowiedzieć wydarzenia i zachęcić do eksploracji ich w zakładce z programem. Być może dobrym rozwiązaniem jest stworzenie przestrzeni na zaprezentowanie samych tytułów koncertów z programu głównego z odnośnikiem po więcej, tak aby użytkownik od razu mógł się dowiedzieć co w tym roku i nie musiał długo szukać. W ciągu roku możliwość wyłączenia tego modułu.

  - **Elementy sprzedażowe** – na topie strony możliwość wyświetlenia przycisku „BILETY / KUP BILET". Możemy rozważyć również moduł biletowy, który będzie w widoczny sposób odnosił się do rodzajów biletów / karnetów / cen i bezpośrednio przekierowywał do sprzedaży + prezentował wydarzenia, na które zostały ostatnie bilety

  - **Uniwersalny moduł z treścią** – w trakcie komunikowania danej edycji może służyć jako krótka, hasłowa zapowiedź danej edycji a poza tym okresem może komunikować inne festiwalowe wątki, które dzieją się w

ciągu roku, które chcemy mocniej wybyć.

- Strona główna powinna również prezentować **twarze kompozytorów i artystów**, którzy pojawili się na FMF-ie na przestrzeni lat. Tutaj możemy też prezentować tych, którzy przyjadą w danym roku na FMF. Można to jakoś rozdzielić w ramach tej jednej sekcji.

- **Moduł poznaj FMF** – który na stronie głównej dosłownie bardzo hasłowo, będzie opisywał festiwal i będzie odnosił do podstrony, na której będzie można się dowiedzieć więcej o FMF-ie. W ramach tego modułu możemy też zaprezentować festiwalowych gości z minionych lat.

- **Moduł wyróżnionego komunikatu** – może być nawet w formie paska, podpiętego do góry, na którym pojawiają się krótkie informacje przesuwając się jak „w pasku w telewizji"

- **Moduł „Aktualności"**, w której prezentujemy aktualne festiwalowe komunikaty i teksty. Użytkownik powinien mieć możliwość przejścia do podstrony zawierającej pełne archiwum aktualności.
- **w górnym menu ikony powiększenia tekstu oraz kontrastów, nie dawajmy ikony niepełnosprawności, w samym menu po rozwinieciu zakładka: Dostępność**

- W dolnej części strony należy umieścić moduł zapisu do **newslettera.** Formularz rejestracyjny musi uwzględniać obowiązek akceptacji wszystkich dwóch zgód (treść zostanie przekazana przez zamawiającego na etapie roboczym). Brak akceptacji wszystkich zgód powinien uniemożliwiać rejestrację do newslettera.

- Ważne jest zamieszczenie **wyraźnych odnośników do mediów społecznościowych** festiwalu

- W dolnej części strony możliwość umieszczenia kilku **logotypów organizatorów i najważniejszych partnerów + karuzela, na której przewijają się pozostali partnerzy**

- W stopce serwisu należy przewidzieć:

- podstawowe dane kontaktowe,
- informacje o organizatorach,
- dodatkowe menu nawigacyjne (tzw. dolne menu strony).

- **PODSTRONA POZNAJ FMF**
  - Podstrona powinna prezentować informacje o festiwalu i jego historii w atrakcyjny, czytelny i angażujący sposób, z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz innych środków wizualnych. Należy unikać formy ograniczonej wyłącznie do tekstu – strona powinna mieć charakter nowoczesny, estetyczny i przyciągający uwagę użytkownika, maksymalnie interaktywny i multimedialny.
  - Podstrona musi umożliwiać publikację treści w formie tekstowej oraz osadzanie materiałów multimedialnych (np. zdjęcia, grafiki, wideo, elementy interaktywne).
  - W ramach podstrony możemy zaprezentować również sylwetkę obecnego dyrektora programowego festiwalu.

- **ZAKŁADKA PROGRAM**
  - Zakładka „PROGRAM" powinna umożliwiać prezentację harmonogramu wydarzeń w sposób maksymalnie prosty, przejrzysty i intuicyjny dla użytkownika.
  - Wyróżniamy kilka kategorii wydarzeń:
    - Program główny
    - Forum Audiowizualne – czyli program branżowy, który również może zawierać kilka podkategorii
    - Miasteczko Festiwalowe
    - Wydarzenia towarzyszące
  - Strona musi być tak zaprojektowana, aby elastycznie można było zarządzać tymi kategoriami. Nie w każdym roku wszystkie muszą być obecne w programie.
  - Hierarchicznie najważniejszy jest program główny, a potem pozostałe wydarzenia.
  - Program Festiwalu poza programem głównym potrafi być bardzo rozbudowany, dlatego kluczowa będzie taka prezentacja wydarzeń, która

potrafi użytkownikom bez problemu zrozumieć jego strukturę oraz przeznaczenie poszczególnych wydarzeń.

- Rozbudowane możliwości filtrowania wydarzeń. Do ustalenia dokładnie jakie mają być. Przykładowe według:
  - dnia,
  - rodzaju wydarzenia,
  - miejsca,
  - grupy odbiorców,
  - wydarzeń dla dzieci i rodzin,
  - wydarzeń branżowych,
  - wydarzeń bezpłatnych / biletowanych.
- Zakres filtrów powinien być możliwy do edycji i rozbudowy z poziomu CMS.
- Podział wydarzeń na kategorie, dni i rodzaje wydarzeń
- Ważne mocno widoczne odnośniki i przekierowania do zakupu
- W pierwszym widoku na pewno dobrze, żeby były widoczne następujące elementy:
  - Tytuł
  - Data
  - Godzina
  - Kategoria / rodzaj wydarzenia
  - Miejsce
  - Odnośniki po więcej informacji lub do zakupu / pobrania wejściówki / lub informacja, że wstęp wolny lub brak informacji
- Na podstronie z programem powinniśmy również przewidzieć widoczne pole, w którym będzie można przekazać informacje o harmonogramie sprzedaży biletów.
- Opcjonalnie można przewidzieć możliwość dodania wydarzenia do własnego kalendarza w telefonie

- Detal (podstrona) każdego wydarzenia musi zawierać:
  - datę i godzinę,
  - nazwę i kategorię
  - opis wydarzenia
  - Miejsce – możliwość przejścia do Google Maps
  - możliwość przypisania artystów i kompozytorów wraz ze zdjęciami
  - Możliwość prezentacji logotypów Partnerów tego konkretnego wydarzenia - zarządzanie tą sekcją powinno umożliwiać podpięcie **całych grup**

logotypowych zarówno pod detal konkretnego wydarzenia, jak i pod potencjalnie inne elementy w serwisie takie jak podstrona, aktualność, itp.

- Możliwość podpięcia zdjęć / grafik do wydarzenia
- Sekcja z informacjami praktycznymi dotyczącymi wydarzenia (rozwijana)
- Informacje o biletach (rozwijane)
- Odnośniki – KUP BILET / POBIERZ WEJŚCIÓWKĘ / WSTĘP WOLNY.
- Możliwość zamieszczenia informacji o przyszłej dacie startu sprzedaży
- Informacje dostępnościowe - czytelne, wyeksponowane

- **ZAKŁADKA ARCHIWUM**

  - Zakładka „ARCHIWUM” powinna stanowić sekcję umożliwiającą przechowywanie i prezentację programów poszczególnych edycji wydarzenia.
  - Funkcjonalność zakładki powinna obejmować:
    - możliwość wyboru edycji według roku
    - przejście do dedykowanej podstrony wybranej edycji,
    - prezentację archiwalnego programu w formie identycznej z tą zastosowaną w zakładce „PROGRAM”,
    - możliwość publikacji podsumowania danej edycji w formie tekstowej, multimedialnej (zdjęcia, wideo, grafiki) lub w innych formatach prezentacyjnych.
  - Wskazane jest wdrożenie rozwiązania umożliwiającego automatyczne przeniesienie całości programu z zakładki „PROGRAM” do zakładki „ARCHIWUM” po zakończeniu danej edycji.
  - Zakładka „ARCHIWUM” powinna również umożliwiać prezentację listy artystów przypisanych do danej edycji, zgodnie z informacjami wprowadzonymi w zakładce „PRELEGENCI”.

- **PODSTRONA AKTUALNOŚCI**
  - Podstrona „AKTUALNOŚCI” powinna umożliwiać publikację treści w formie artykułów tekstowych, z możliwością osadzania multimediów (m.in. zdjęcia, grafiki, wideo, materiały audio).
  - Sekcja ta powinna służyć do bieżącej komunikacji z użytkownikami oraz publikacji treści o charakterze informacyjnym i podsumowującym.

- W ramach podstrony należy przewidzieć możliwość publikacji podsumowań poszczególnych edycji wydarzenia, w tym integrację z treściami archiwalnymi (możliwość podpięcia aktualności do konkretnej strony z archiwum danej edycji).

- **PODSTRONA GOŚCIE**
  - Podstrona „GOŚCIE" powinna prezentować artystów, prelegentów, gości danej edycji
  - Informacje o gościach muszą być przedstawione w formie listy lub siatki. Każdy gość może mieć swoją podstronę, na której zostanie zaprezentowany bardzo krótki biogram oraz będą widoczne wydarzenia, w których bierze udział dany artysta. Biogramy będą bardzo krótkie.

- **PODSTRONA BILETY**
  - Inspiracja - https://bittersweetfestival.pl/bilety-2027/
  - Podstrona, na której w jasny i przejrzysty sposób zostaną zaprezentowane rodzaje biletów, ceny, zniżki, odnośnik do zakupu i wszystkie kluczowe informacje związane z zakupem
  - Graficzna prezentacja treści
  - Możliwość szybkiego przekalkulowania ceny biletu na podstawie konkretnej zniżki tak jak jest to przykładowo tutaj - https://bittersweetfestival.pl/bilety-2027/
  - Sekcja pytania i odpowiedzi
  - Kontakt do osób zajmujących się sprzedażą biletów
  - Możliwość podejrzenia zdjęć lokalizacji, w których odbywają się festiwalowe wydarzenia co może pomóc odbiorcy w decyzji o konkretnym miejscu, które chce zakupić.

- **PODSTRONA INFORMACJE PRAKTYCZNE**
  - Podstrona „Informacje praktyczne" powinna gromadzić w jednym miejscu wszystkie najważniejsze informacje organizacyjne potrzebne przed przyjazdem na festiwal oraz w trakcie jego trwania.
  - Kilka sekcji z kluczowymi informacjami dla odbiorcy takimi jak przykładowo:
    - główne lokalizacje z odnośnikiem do mapy
    - informacje dotyczące transportu i poruszania się pomiędzy lokalizacjami

- sekcję **Dostępność**, (do finałowego rozstrzygnięcia czy tutaj, czy jako osobna zakładka) zawierającą informacje istotne dla osób ze szczególnymi potrzebami, m.in. dotyczące dostępności poszczególnych obiektów, możliwości wejścia z psem asystującym, miejsc dla osób poruszających się na wózkach oraz innych udogodnień oferowanych podczas festiwalu. Powinna prezentować informacje o dostepności, w tym o lokalizacjach festiwalowych w czytelny sposób, z wykorzystaniem elementów graficznych oraz fotografii. Należy unikać formy ograniczonej wyłącznie do tekstu. jako przykład: https://literackisopot.pl/deklaracja-dostepnosci/
- sekcja musi umożliwiać publikację treści w formie tekstowej oraz osadzanie materiałów multimedialnych (np. zdjęcia, grafiki, wideo, elementy interaktywne).
- W ramach podstrony można podać również kontakt wraz ze zdjęciem do koordynatora dostępności (istotne, by odbiorcy wiedzieli, z kim mogą się kontaktować i mogli go sobie zwizualizować)
- Zasady udziału (zalecanego czasu przybycia, wejścia na wydarzenia, kontroli biletów, zajmowania miejsc, wydarzeń bezpłatnych i wymagających zapisów, ewentualnych ograniczeń wiekowych).
- Odnośniki do regulaminów
- Inne

- **PODSTRONA O NAGRODACH I KONKURSACH FMF**
  - Podstrona „Nagrody i konkursy” powinna prezentować najważniejsze wyróżnienia oraz inicjatywy konkursowe związane z Festiwalem Muzyki Filmowej w Krakowie, pokazując zarówno działalność FMF na rzecz uznanych twórców muzyki filmowej, jak i wspieranie młodych talentów.
  - Głównym elementem podstrony powinien być **czytelny podział na poszczególne nagrody i konkursy**:
    - **Nagroda Kilara**
    - **FMF Young Talent Award**,
    - **Polska Ścieżka Dźwiękowa Roku** – nagroda jury i nagroda publiczności
    - **Nagroda im. Jana A.P. Kaczmarka – Marzyciel**
    - **Ambasador FMF**

- Każda nagroda lub konkurs powinny posiadać własną sekcję lub podstronę zawierającą:
  - nazwę i krótki opis konkursu,
  - zasady i kryteria przyznawania nagrody / udziału w konkursie,
  - informacje o aktualnej edycji
  - laureatów lub finalistów,
  - skład jury / kapituły, jeśli dotyczy
  - harmonogram i najważniejsze terminy,
  - regulamin i dokumenty do pobrania,
  - materiały zdjęciowe i wideo,
- W przypadku **konkursów i naborów otwartych** należy przewidzieć możliwość wyraźnego oznaczenia aktualnego statusu, np.:
  - Nabór trwa / wkrótce / zakończony / Ogłoszono finalistów / Ogłoszono laureatów.
- W okresie trwania naboru na stronie powinien znajdować się wyraźny przycisk CTA, np. **„Zgłoś się”**, **„Sprawdź regulamin”** lub **„Wyślij zgłoszenie”**.
- Należy przewidzieć **archiwum laureatów i poprzednich edycji**, umożliwiające przeglądanie wyników według roku. Archiwum powinno prezentować nazwiska laureatów, ich zdjęcia, biogramy, informacje o przedmiocie konkursu
- Podstrona powinna umożliwiać powiązanie laureatów i jurorów z ich **profilami artystów** w serwisie oraz z wydarzeniami FMF, w których biorą udział.
- Należy przewidzieć możliwość wyróżnienia **aktualnych wyników i najważniejszych komunikatów** dotyczących nagród i konkursów, tak aby użytkownik nie musiał przeszukiwać archiwum w celu znalezienia informacji dotyczących bieżącej edycji.
- System CMS powinien umożliwiać łatwe dodawanie kolejnych edycji, laureatów, finalistów, jurorów, dokumentów i terminów bez konieczności tworzenia od podstaw nowych struktur strony.

- **PODSTRONA PARTNERZY**
  - Prezentacja logotypów partnerów według kategorii.
  - Klikalne logotypy, bez podpisu, jedynie określenie kategorii

- **PODSTRONA WSPÓŁPRACA**
  - Podstrona powinna być skierowana przede wszystkim do potencjalnych partnerów biznesowych, sponsorów oraz marek zainteresowanych obecnością przy FMF. Jej zadaniem jest pokazanie skali festiwalu, możliwości współpracy oraz elastyczności w budowaniu partnerstw dopasowanych do potrzeb konkretnej marki.

  - W górnej części strony należy umieścić **mocny komunikat otwierający**, który podkreśli, że partner nie jest jedynie sponsorem wydarzenia, ale może stać się jego współtwórcą. Przekaz powinien budować poczucie współodpowiedzialności za festiwal i pokazywać, że zakres współpracy może być projektowany indywidualnie.
  - Warstwa wizualna tej podstrony powinna mocno eksponować **skalę, emocje i frekwencję wydarzenia**. Zdjęcia pokazujące spektakularność i różnorodnych naszych wydarzeń.
  - **„FMF w liczbach”** - prezentacja najważniejszych danych pokazujące skalę wydarzenia, np.:
    - liczbę uczestników,
    - liczbę wydarzeń,
    - liczbę lokalizacji,
    - zasięgi komunikacji,
    - liczbę odbiorców,
    - liczbę partnerów,
  - Prezentacja **różnych możliwości współpracy**. Nie należy zamykać jej w sztywnym katalogu pakietów sponsorskich. Podstrona powinna komunikować, że partnerstwo może przyjmować różne formy,

  - **Case studies wybranych współprac z poprzednich edycji**, pokazujące w praktyce, jak partnerzy byli obecni na FMF.

  - Sekcja **„Zaufali nam”**, prezentująca logotypy wybranych partnerów współpracujących z FMF na przestrzeni lat.

  - Warto również przewidzieć krótką sekcję storytellingową pokazującą, że **partnerstwo z FMF oznacza wejście w opowieść festiwalu**, a nie jedynie ekspozycję logotypu. Marka może być obecna w doświadczeniu uczestnika, współtworzyć wybrane elementy programu lub przestrzeni i budować

relację z publicznością w naturalnym dla festiwalu kontekście.

- **Moduł kontaktowy**, zawierający:
  - imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za współpracę,
  - stanowisko,
  - klikalny adres e-mail,
  - numer telefonu,
- Możliwość zamieszczenia **materiałów do pobrania**, np. aktualnej prezentacji partnerskiej lub oferty współpracy.

- **PODSTRONA DLA MEDIÓW**
  - powinna gromadzić w jednym miejscu wszystkie materiały i informacje potrzebne przedstawicielom mediów do przygotowywania publikacji dotyczących Festiwalu Muzyki Filmowej w Krakowie.
  - Sekcja „akredytacje" – informacyjnie + możliwość pobrania wniosku
  - Kontakt do PR Managera
  - Możliwość osadzenia materiałów tekstowych i multimedialnych do pobrania

- **PODSTRONA EDUKACJA**
  - Podstrona z treścią prezentująca różne materiały edukacyjne dla szkół

- **UNIWERSALNA PODSTRONA**
  - Strona powinna posiadać uniwersalny typ podstrony, który umożliwi administratorom samodzielne budowanie i układanie treści z wykorzystaniem zestawu gotowych, wcześniej zaprojektowanych modułów.
  - Administrator powinien mieć możliwość swobodnego dodawania, usuwania, ukrywania oraz zmiany kolejności poszczególnych modułów, bez konieczności ingerencji w kod strony.
  - Należy przewidzieć zestaw modułów obejmujący co najmniej:
    - tytuł i lead,
    - tekst,
    - tekst z ilustracją / zdjęciem,
    - pełnoekranowe lub szerokie zdjęcie,
    - galerię zdjęć,
    - materiał wideo,
    - cytat / wyróżniony fragment tekstu,

        - sekcję z CTA i przyciskiem,
        - listę linków,
        - pliki do pobrania,
        - akordeon / FAQ,
        - kafle prowadzące do innych podstron,
        - moduł z logotypami partnerów,
        - prosty moduł kontaktowy.
    - Poszczególne moduły powinny występować w kilku dopuszczonych wariantach układu, np. tekst po lewej / zdjęcie po prawej, układ pełnej szerokości, układ kaflowy, lista lub karuzela.
    - Wszystkie moduły powinny być zgodne z systemem wizualnym strony FMF i korzystać z predefiniowanych stylów typografii, kolorystyki, odstępów i komponentów. Administrator powinien mieć możliwość komponowania strony, ale nie dowolnego zmieniania jej warstwy graficznej.

- **PODSTRONA DLA UCZESTNIKÓW FESTIWALU Z BRANŻY**
    - Specjalna podstrona opatrzona hasłem, tylko dla wybranych osób, która będzie zawierała różne treści dla nich, głównie natury praktycznej i informacyjnej
    - Strona powinna mieć też wersję otwartą, w ramach której będziemy prezentowali i sprzedawali specjalne pakiety i akredytacje dla branży. W ramach tej sekcji prezentacji kilku pakietów, ich ceny i co w ich ramach się dostaje. Tutaj powinien się znajdować również formularz, który wypełnia użytkownik, który chce zakupić jeden z pakietów. Po zaakceptowaniu jego odpowiedzi przez administratora użytkownik otrzymuje link do sprzedaży. A więc musi podać też podstawowe dane osobowe łącznie z adresem mailowym.

- **PODSTRONY Z TREŚCIĄ** – deklaracja dostępności / informacje dostępnościowe / polityka prywatności

12. MIGRACJA ARCHIWUM I TREŚCI Z DOTYCHCZASOWEGO SERWISU

W ramach realizacji nowej strony internetowej Wykonawca zobowiązany będzie do migracji treści archiwalnych z dotychczasowego serwisu FMF do nowego systemu CMS.

Migracja powinna objąć w szczególności:

- pełne programy poprzednich edycji festiwalu wraz z opisami wydarzeń, datami, godzinami, lokalizacjami i innymi przypisanymi informacjami;
- biogramy artystów i twórców;
- zdjęcia artystów oraz materiały graficzne przypisane do poszczególnych treści;
- aktualności i artykuły publikowane w poprzednich latach;
- galerie zdjęć;
- materiały wideo i osadzenia z zewnętrznych serwisów;
- informacje dotyczące nagród, konkursów, laureatów i finalistów;
- informacje o partnerach i innych podmiotach związanych z poszczególnymi edycjami;
- treści informacyjne i redakcyjne, które Zamawiający wskaże jako przeznaczone do zachowania;
- pliki do pobrania oraz inne materiały stanowiące część archiwum serwisu.

Migracja powinna obejmować nie tylko przeniesienie treści, ale również ich **przyporządkowanie do odpowiednich struktur i typów treści w nowym systemie**, tak aby możliwe było dalsze ich przeglądanie i wykorzystywanie w spójny sposób.

Należy zachować, o ile dane źródłowe na to pozwalają, istniejące relacje pomiędzy treściami, w szczególności:

- artysta – wydarzenie,
- wydarzenie – edycja festiwalu,
- wydarzenie – miejsce,
- nagroda / konkurs – laureat / finalista,

W przypadku treści dostępnych w dwóch wersjach językowych należy zachować odpowiednie powiązanie wersji polskiej i angielskiej.

Wykonawca powinien również:

- zachować możliwie najwyższą jakość migrowanych zdjęć i materiałów;
- przenieść teksty alternatywne, podpisy zdjęć, informacje o autorach i inne metadane, jeśli są dostępne w obecnym serwisie;
- zweryfikować poprawność linków wewnętrznych i zewnętrznych;
- przygotować przekierowania 301 ze starych adresów URL do odpowiadających im adresów w nowym serwisie tam, gdzie jest to możliwe;
- wyeliminować błędy powstałe podczas migracji, w tym brakujące materiały, nieprawidłowe formatowanie, uszkodzone linki i błędne powiązania treści;

- przeprowadzić weryfikację kompletności migracji przed uruchomieniem nowego serwisu.

13. PRAWO OPCJI – DODATKOWE PRACE ROZWOJOWE I TECHNICZNE

Zamawiający zastrzega sobie prawo opcji polegające na możliwości zlecenia Wykonawcy dodatkowych prac, wykraczających poza zakres zamówienia podstawowego.

Zakres prac, które mogą być realizowane w ramach prawa opcji:

1. **rozwój funkcjonalny serwisu**, w tym projektowanie i wdrażanie nowych funkcji, modułów, komponentów, typów treści lub mechanizmów niewchodzących w zakres zamówienia podstawowego;
2. **rozbudowę istniejących funkcjonalności**, np. programu, wyszukiwarki, filtrów, stron wydarzeń, artystów, systemu biletowego, newslettera, galerii, materiałów multimedialnych lub innych elementów serwisu;
3. **tworzenie nowych podstron, i sekcji specjalnych**
4. **projektowanie i wdrażanie nowych komponentów graficznych i modułów CMS**, zgodnych z istniejącym systemem wizualnym strony;
5. **modyfikacje UX i UI**, wynikające z analizy zachowań użytkowników, zmian w sposobie korzystania ze strony, nowych potrzeb odbiorców lub rozwoju serwisu;
6. **prace związane z analityką internetową**, w tym konfigurację dodatkowych zdarzeń, konwersji, tagów, warstwy danych, raportów i narzędzi analitycznych;
7. **prace związane z SEO**, w tym wdrażanie dodatkowych danych strukturalnych, optymalizację techniczną, modyfikację struktury adresów, przekierowania oraz inne działania wymagające ingerencji programistycznej;

8. **dodatkowe prace związane z dostępnością cyfrową**, wynikające z audytów, zmian standardów, nowych wymogów prawnych lub wdrażania dodatkowych dobrych praktyk dostępności;
9. **optymalizację wydajności serwisu**, w tym czasu ładowania, Core Web Vitals, obsługi materiałów multimedialnych, mechanizmów cache, baz danych oraz działania serwisu przy zwiększonym ruchu;
10. **prace związane z bezpieczeństwem**, wykraczające poza standardowe utrzymanie i aktualizacje, w tym wdrażanie dodatkowych zabezpieczeń, zmiany mechanizmów uwierzytelniania, konfigurację usług ochronnych lub rekomendacje wynikające z dodatkowych audytów bezpieczeństwa;
11. **asystę techniczną i wsparcie administratorów**, obejmujące pomoc przy nietypowych operacjach w CMS, konfiguracji nowych funkcjonalności, integracji lub rozwiązywaniu problemów niewynikających z wad systemu
12. **inne prace projektowe, programistyczne, wdrożeniowe lub konsultacyjne dotyczące rozwoju serwisu**, pozostające w związku z przedmiotem zamówienia i niewchodzące w zakres zamówienia podstawowego, gwarancji lub standardowego usuwania błędów.

W ramach prawa opcji Zamawiający może zlecić Wykonawcy wykonanie maksymalnie **30** roboczogodzin w całym okresie obowiązywania Umowy.

Zamawiający nie jest zobowiązany do uruchomienia prawa opcji w jakimkolwiek zakresie, a Wykonawcy nie przysługuje z tego tytułu żadne roszczenie.

Uruchomienie prawa opcji, następować będzie sukcesywnie, w zależności od faktycznych potrzeb Zamawiającego.

Procedura uruchomienia prawa opcji przebiegać będzie według następujących zasad:

a) W przypadku zaistnienia potrzeby wykonania prac w ramach opcji, Zamawiający skieruje do Wykonawcy zapytanie (pocztą elektroniczną na wskazany przez wykonawcę adres lub pisemnie) zawierające opis zakresu prac do wykonania.

b) Wykonawca w terminie **3** dni roboczych od otrzymania zapytania przedstawi Zamawiającemu szacunkową wycenę prac, wskazując liczbę roboczogodzin niezbędną do realizacji zlecenia.

c) Po zaakceptowaniu wyceny przez Zamawiającego, Zamawiający przekaże zlecenie realizacji opcji.

d) Wykonawca przystąpi do realizacji prac w terminie uzgodnionym w Zleceniu.

Rozliczenie prac wykonanych w ramach prawa opcji nastąpi na podstawie faktycznie przepracowanych i zatwierdzonych przez Zamawiającego roboczogodzin, z zastosowaniem niezmiennej stawki za 1 roboczogodzinę, określonej w Formularzu Cenowym Wykonawcy

Podstawą wystawienia faktury za prace zrealizowane w ramach prawa opcji jest podpisany przez obie Strony bez zastrzeżeń Protokół Odbioru poszczególnych prac lub raport z wykonanych prac potwierdzający liczbę roboczogodzin.