

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie Programu Mentorskiego dedykowanego MMŚP z Pomorza Zachodniego wraz z konferencją podsumowującą

Kod CPV:

72400000-4 – Usługi internetowe

79342200-5 – Usługi w zakresie promocji

79952000-2 – Usługi w zakresie organizacji imprez

79950000-8 – Usługi w zakresie organizowania wystaw, targów i kongresów

79822500-7 – Usługi projektów graficznych

80000000-9 – Usługi szkoleniowe

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie Programu Mentorskiego z udziałem mentora posiadającego doświadczenie we współpracy z branżą HoReCa (reprezentujących m.in. takie obszary jak **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, nowoczesny marketing w branży, wprowadzanie i rozwój nowoczesnych form działania w zespole**) wraz z sesjami mentorskimi zgodnie z wymogami wskazanymi w niniejszym dokumencie, poprzedzonego konkursem dla regionalnych MMŚP. A także kompleksowe opracowanie, przygotowanie i realizacja wydarzenia biznesowego tj. Konferencji dedykowanej MMŚP z regionu z udziałem światowej klasy specjalistami działającymi w branży HoReCa (reprezentujących takie obszary jak np. **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie**) będącą podsumowaniem przeprowadzonego Programu Mentorskiego, zgodnie z wymogami wskazanymi w niniejszym dokumencie. Konferencja jest wydarzeniem o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego m.in. strefy networkingowej.

Na przedmiot zamówienia składają się:

1. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie konkursu dla MMŚP z regionu na udział w Programie Mentorskim
2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie sesji mentorskich z udziałem przedsiębiorców w ramach Programu Mentorskiego;
3. Promocja całego Programu Mentorskiego w branżowych i lifestylowych mediach tradycyjnych i digitalowych.
4. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie konferencji z udziałem prelegentów z branży HoReCa
5. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie networkingu dedykowanego uczestnikom konferencji
6. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie wielokanałowej promocji konferencji

Zamówienie zostanie zrealizowane w ramach projektu pn. „Pomorze Zachodnie - Innowacyjne, Kreatywne, Nowoczesne” finansowanego z Programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021-2027, Priorytet 1 Fundusze Europejskie na rzecz przedsiębiorczego Pomorza Zachodniego, Działanie 1.8 Promocja innowacji i przedsiębiorczości oraz profesjonalizacja obsługi inwestorów.

II. WSTĘP

Województwo Zachodniopomorskie bezpośrednio wspiera gospodarkę regionalną oraz kreuje jej kierunki rozwoju m.in. poprzez ciągły monitoring stanu lokalnego biznesu oraz cykliczne przygotowywanie przedsięwzięć zmieniających postrzeganie regionalnego potencjału inwestycyjnego na arenie krajowej i międzynarodowej. Istotnym czynnikiem służącym wdrażaniu innowacji i kreatywności jest wspieranie działań na rzecz rozwoju gospodarczego wynikających ze współpracy indywidualnej z podmiotami lokalnymi, krajowymi i międzynarodowymi.

Przy realizacji niniejszego zadania nacisk zostanie położony na wsparcie regionalnych przedsiębiorców, szczególnie skupiając się na **mikro, małych i średnich przedsiębiorcach**, w tym **rozwijających innowacje w ramach swojej działalności w branżach znaczących dla rozwoju regionu jak m.in. w branży HoReCa** i wspierających zrównoważony rozwój Pomorza Zachodniego.

Niniejsze zadanie polega na zaplanowaniu, **przygotowaniu i przeprowadzeniu Programu Mentorskiego**, na który składają się – konkurs dla lokalnych MMŚP, sesje mentorskie z udziałem przedsiębiorców oraz kampania promocyjno- informacyjna w branżowych mediach tradycyjnych i digitalowych. Uzupełnieniem będzie zaplanowanie, przygotowanie oraz kompleksowa realizacja wydarzenia biznesowego jakim będzie Konferencja podsumowująca Program Mentorski z udziałem światowej klasy specjalistów współpracujących z branżą HoReCa (reprezentujących takie obszary jak np. nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie). Konferencja ma być wydarzeniem o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego w tym m.in. strefa networkingowa.

Konkurs dla lokalnych MMŚP pozwoli wyłonić najciekawszą i najlepiej zapowiadającą się firmę, której działania, produkt oraz innowacyjna forma prowadzenia biznesu daje szansę na wprowadzenie nowej jakości i wyznaczenie nowych kierunków działalności w branży, zarówno na rynku regionalnym, jak i krajowym, a nawet międzynarodowym. Dzięki otwartemu naborowi, czytelnym zasadom wyboru oraz dostępności podejmowanego działania, Zamawiający gwarantuje równe szanse wszystkim zgłaszającym się firmom do udziału w Programie Mentorskim.

W ramach Programu Mentorskiego realizowane będą Sesje Mentorskie z renomowanym Mentorem. Sesje mentorskie to wizyty, które będą miały charakter bezpośrednich spotkań polegających na analizie procesów biznesowych, marketingowych, zarządczych zachodzących w zgłoszonych do projektu **mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach z Pomorza Zachodniego**. Bezpośrednie wizyty u przedsiębiorców przeprowadzone zostaną z mentorem/mentorami – renomowanymi, charyzmatycznymi, wybitnymi specjalistami w swoich dziedzinach (w Polsce, jak i za granicą).

Sesje mentorskie w siedzibie przedsiębiorstw mają wskazać uczestniczącym w projekcie przedsiębiorcom narzędzia do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań, ukazać bagaż nowoczesnych rozwiązań w ramach prowadzonej działalności oraz umożliwić nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych na rynkach krajowych, jak i zagranicznych. W miarę wprowadzanych zmian rozszerzaniu powinny ulegać możliwości eksploracji rynku oraz poszukiwania nowych inwestorów i odbiorców usług.

Uzupełnieniem Programu mentorskiego będzie szeroko zakrojona kampania promocyjno-informacyjna realizowana w branżowych i lifestylowych mediach tradycyjnych oraz digitalowych. Co pozwoli podkreślić pozycję Pomorza Zachodniego na gospodarczej mapie kraju i Europy. Promocja regionu przez pryzmat lokalnej przedsiębiorczości, poparta innowacyjnymi przykładami rozwoju działalności, wspiera budowanie autentycznego wizerunku regionu wśród potencjalnych inwestorów.

Wydarzeniem podsumowującym cały Program Mentorski będzie konferencja z udziałem światowej klasy specjalistów. Ta część zamówienia polega na zaplanowaniu, przygotowaniu oraz kompleksowej realizacji wydarzenia biznesowego jakim będzie Konferencja z udziałem światowej klasy specjalistów współpracujących z branżą HoReCa (reprezentujących takie obszary jak np. **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie itp.**). Konferencja ma być wydarzeniem o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego w tym m.in. strefa networkingowa.

Uzupełnieniem będzie szeroko zakrojona, wielokanałowa promocja wydarzenia obejmująca publikacje w mediach tradycyjnych oraz digitalowych. A także na kanałach komunikacyjnych należących do prelegentów, co pozwoli dotrzeć z informacją na temat wydarzenia i poruszanych tematów do odbiorców zarówno w regionie, jak i całym kraju.

W ramach realizowanego wydarzenia lokalni przedsiębiorcy, mieszkańcy regionu, a także inni zainteresowani odbiorcy będą mieli okazję poszerzyć swoje horyzonty biznesowe podczas spotkań

„na żywo” z największymi specjalistami z branży znanymi zarówno w kraju, jak i na świecie. Możliwość weryfikacji swoich działań, inspiracji oraz poznania nowoczesnych metod rozwoju biznesu i podnoszenia kompetencji zawodowych gwarantuje znaczący wzrost innowacyjności lokalnych przedsiębiorstw. Towarzyszący wydarzeniu networking, daje również możliwość zawierania nowych kontaktów biznesowych, rozwoju inwestycji, jednocześnie promując Pomorze Zachodnie przez pryzmat sukcesów lokalnej przedsiębiorczości.

III. CEL ZAMÓWIENIA

1. Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym poprzez podniesienie poziomu konkurencyjności i innowacyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów rozwijających innowacje w ramach swojej działalności w branżach znaczących dla rozwoju regionu jak np. HoReCa i wspierających zrównoważony rozwój Pomorza Zachodniego.
2. Wspieranie rozwoju gospodarczego regionu poprzez zapewnienie przestrzeni do wymiany doświadczeń oraz rozwijania kompetencji uczestników, do których skierowane jest działanie. Zachęcenie odbiorców do wprowadzania w swoich przedsiębiorstwach rozwiązań proekologicznych, innowacyjnych oraz inspirujących do działania.
3. Ukierunkowanie przedsiębiorstw na zwiększenie stopnia kooperacji z partnerami regionalnymi, krajowymi i zagranicznymi. Umożliwienie – w atrakcyjnej formie – obcowania przedsiębiorców ze specjalistami najwyższej klasy.
4. Budowa i wzmocnienie wizerunku nowoczesnego regionu - otwartego na innowacje oraz kreatywne rozwiązania, ekologicznego.
5. Tworzenie przedsięwzięć na rzecz konsolidacji środowiska mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.
6. Poprawa konkurencyjności zachodniopomorskich przedsiębiorców poprzez poprawę warunków związanych z umiędzynarodowieniem działań mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

IV. SŁOWNIK

Mentor - renomowany, światowej klasy specjalista posiadający doświadczenie we współpracy z branżą HoReCa (reprezentujących m.in. takie obszary jak **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, nowoczesny marketing w branży, wprowadzanie i rozwój nowoczesnych form działania w zespole**); posiadający wszelkie kompetencje do przeprowadzenia sesji mentorskich na podstawie przeprowadzonego z przedsiębiorcą wywiadu/audytu oraz nawiązanej relacji. Mentora powinny wyróżniać następujące atrybuty: posiadający rozpoznawalne w branży nazwisko będące wyznacznikiem wysokich kompetencji oraz bogatego doświadczenia; charyzmatyczny i wybitny specjalista - lider w swojej dziedzinie (w Polsce, jak i zagranicą); kreatywny strateg, którego celem jest wprowadzanie innowacji, jak i kompleksowej komunikacji; obejmujący odpowiedzialność za zarządzanie firmą krajową lub o zasięgu międzynarodowym; podejmujący się kierowania strategicznymi projektami na światowym poziomie; inicjator i wdrożeniowiec programów służących rozwojowi gospodarstwu i polepszaniu jakości życia. Autor publikacji, entuzjasta rozwiązań proekologicznych. Kluczowym elementem zamówienia jest kompatybilność mentora pod względem obszaru posiadanego doświadczenia z zakresem działalności przedsiębiorstwa oraz elastyczność i zaangażowanie mentora w proces zmian.

Konkurs dla MMŚP na udział w Programie Mentorskim- konkurs dedykowany mikro, małym i średnim przedsiębiorstwom z Pomorza Zachodniego, który ma na celu wyłonienie firmy biorącej udział w Programie Mentorskim. Konkurs dla lokalnych MMŚP pozwoli wyłonić najciekawszą i najlepiej

zapowiadając się firmę, której działania, produkt oraz innowacyjna forma prowadzenia biznesu daje szanse na wprowadzenie nowej jakości i wyznaczenie nowych kierunków działalności w branży, zarówno na rynku regionalnym, jak i krajowym. Dzięki otwartemu naborowi, czytelnym zasadom wyboru oraz dostępności podejmowanego działania, Zamawiający gwarantuje równe szanse wszystkim zgłaszającym się firmom do udziału w Programie Mentorskim z renomowanym specjalistą z branży.

Laureat Konkursu - uczestnik konkursu dla MMŚP na udział w Programie Mentorskim, wybrany przez Kapitułę spośród zgłoszonych do Konkursu mikro, małych i średnich przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego, który w ocenie Kapituły Konkursowej uzyskał największą liczę punktów i uzyskał możliwość udziału w Programie Mentorskim.

Program Mentorski - W ramach Programu Mentorskiego realizowane będą Sesje Mentorskie z renomowanym Mentorem. Bezpośrednie wizyty u przedsiębiorców przeprowadzone zostaną z mentorem/mentorami – renomowanymi, charyzmatycznymi, wybitnymi specjalistami w swoich dziedzinach (w Polsce, jak i za granicą).

Sesja mentorska – bezpośredni kontakt mentorów z **mikro, małym lub średnim przedsiębiorcą**, podczas którego, w partnerskiej atmosferze dokonana będzie analiza stosowanych kierunków biznesowych, wskazane zostaną potencjalne rozwiązania problemów wykraczających poza obecne kompetencje uczestników sesji. W konsekwencji spotkań i analiz w firmie przedsiębiorcy nastąpi oczekiwana zmiana, która podkreśli jego pozycję w branży, a także pozwoli zainspirować lokalne przedsiębiorstwa do wprowadzania analogicznych rozwiązań w swoim przedsiębiorstwie.

Program spotkań oraz planowanych efektów – harmonogram spotkań mentora z przedsiębiorcą w czasie sesji mentorskiej obejmującego **minimum 5 bezpośrednich spotkań**, realizowanych osobiście przez mentora w miejscu uzgodnionym z uczestnikami (w siedzibie przedsiębiorców, w miejscu wykonywania przez nich pracy lub w innym uzgodnionym miejscu zaakceptowanym przez Zamawiającego) oraz **minimum 5 spotkań online**. Przy założeniu, że spotkania online mogą być zamienione na spotkania „na żywo”. Program spotkań zawierać powinien również koncepcję programową obejmującą założenia planowanych efektów.

Konferencja podsumowująca Program Mentorski- wydarzenie biznesowe, podsumowujące cały Program Mentorski, które odbędzie się z udziałem światowej klasy specjalistów współpracujących z branżą HoReCa (reprezentujących takie obszary jak np. **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie**). Konferencja będzie wydarzeniem o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego w tym m.in. strefa networkingowa.

V. GRUPA DOCELOWA

1. Głównymi odbiorcami wszystkich działań objętych zamówieniem są **mikro, mali i średni przedsiębiorcy z Pomorza Zachodniego**. Odbiorcami pośrednimi są mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego oraz całego kraju.
2. **Grupa odbiorców wszystkich elementów zamówienia powinna być adekwatna do zakładanych celów oraz planowanych rezultatów.**

VI. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

1. Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie 6 miesięcy od dnia zawarcia umowy, z zastrzeżeniem, że umowa musi zakończyć się w najpóźniej do dnia 28.02.2026 r., według opracowanego we współpracy z Zamawiającym harmonogramu.
2. Zamawiający przewiduje następujące orientacyjne etapy realizacji zamówienia:
 - I. Wrzesień 2025r. – Konkurs dla regionalnych MMŚP na udział w Programie Mentorskim
 - II. Wrzesień- październik 2025 r.: Sesje Mentorskie w siedzibie przedsiębiorcy oraz online,
 - III. Październik 2025r. – rekrutacja uczestników na konferencję podsumowującą Program Mentorski
 - IV. Październik 2025 - Konferencja podsumowująca Program Mentorski (w dniu 29.10.2025r. – zmiana wskazanego terminu może nastąpić jedynie po akceptacji Zamawiającego)
 - V. Wrzesień – grudzień 2025 r.: realizacja kampanii promocyjno- informacyjnej dotyczącej Programu Mentorskiego oraz Konferencji podsumowującej Program mentorski
3. Zakończenie prac nad niniejszym zamówieniem wiąże się z podpisaniem przez strony protokołu zdawczo-odbiorczego.
4. Wykonawca opracuje i uzgodni z Zamawiającym harmonogram realizacji działań w terminie do 7 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy
5. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia Koordynatora wskazanego na etapie składania oferty, który będzie odpowiedzialny za wszystkie kontakty z Zamawiającym oraz dopełnienie wszystkich terminów i wymogów wskazanych w OPZ, uzgodnionym harmonogramie oraz przedmiotowej umowie.

VII. ELEMENTY ZAMÓWIENIA

W ramach realizacji zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do wykonania następujących zadań:

1. Wybór uczestników sesji mentorskich na podstawie Konkursu dla regionalnych MMŚP;
 2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie Programu mentorskiego w tym sesji mentorskich z udziałem mentorów
 3. Realizacja kampanii promocyjno- informacyjnej promującej Program Mentorski w branżowych i lifestylowych mediach tradycyjnych i digitalowych
 4. Organizacja konferencji podsumowującej Program Mentorski
 5. Rekrutacja uczestników na konferencję
 6. Zapewnienie obecności mówców na konferencji podsumowującej Program Mentorski
 7. Promocja konferencji podsumowującej Program Mentorski
- 1. Wybór uczestników sesji mentorskich na podstawie Konkursu dla regionalnych MMŚP:**
- a) Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia rekrutacji uczestników chętnych do wzięcia udziału w Programie Mentorskim w drodze konkursu. Rekrutacja uczestników spośród przedstawicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z województwa zachodniopomorskiego, powinna odbywać się w sposób otwarty, umożliwiający wszystkim chętnym udział w nim, z uwzględnieniem zasad równego dostępu, równych szans i równości płci. Wykonawca, przed rozpoczęciem konkursu, musi uzyskać akceptację Zamawiającego dot. ostatecznego sposobu i

formy przeprowadzenia całego działania, która będzie zgodna z zapisami Regulaminu Konkursu. Konkurs powinien zostać zorganizowany zgodnie z przyjętym harmonogramem zamówienia.

Zaakceptowane i szczegółowe zapisy Regulaminu zostaną przedstawione Wykonawcy w dniu podpisania umowy.

- b) Do udziału w Programie Mentorskim, Wykonawca na podstawie zasad zrealizowanego konkursu zrekrutuje w porozumieniu z Zamawiającym jednego przedsiębiorcę kompatybilnego z obszarem działalności/specjalizacją mentora w tym m.in. z branży HoReCa. Spójność między specjalizacjami, obszarami działania, branżą przedsiębiorców oraz ich mentorów jest konieczna dla stworzenia przyjaznego zmianom środowiska rozwojowego.
- c) Wykonawca zobowiązany jest do ochrony danych osobowych uczestników, w tym celu uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji konkursu oraz sesji mentorskich. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych na potrzeby związane z konkursem. Sposób ich wyłonienia ustali Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym.
- d) Wykonawca jest zobowiązany do uzyskania od uczestników zgody na udział w Programie mentorskim oraz bezterminowego wykorzystania wizerunku w kampanii promocyjno- informacyjnej promującej Program Mentorski oraz Pomorze Zachodnie
- e) Wykonawca w ramach realizacji zamówienia zobowiązany jest do uwzględnienia uwag Zamawiającego i ich wprowadzenia na wszystkich etapach realizacyjnych.

2.1 Ogólne założenia Konkursu dla mikro, małych i średnich przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego:

- a) Konkurs skierowany będzie do sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego, z uwzględnieniem firm w początkowej fazie rozwoju, start-upów, młodych kreatywnych przedsiębiorców, spełniających warunki pomocy de minimis.
- b) Zgłoszenia do Konkursu dokonywane będą bezpośrednio przez przedsiębiorstwa zainteresowane wzięciem udziału w Konkursie lub osoby upoważnione zgodnie z zasadami zawartymi w Regulaminie Konkursu.
- c) Spośród wszystkich zgłoszonych Kapituła Konkursowa (wyłoniona przez Zamawiającego spośród praktyków, przedstawicieli Instytucji Otoczenia Biznesu oraz organizacji i podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na Pomorzu Zachodnim), zgodnie z zasadami wskazanymi w Regulaminie Konkursu wyłoni 1 laureata, który weźmie udział w Programie Mentorskim.

Wykonawca w terminie do 7 dni kalendarzowych od wyboru Laureata przeprowadzi diagnozę oczekiwań (np. w formie elektronicznej ankiety) względem poszczególnych działań w ramach Programu Mentorskiego z uwzględnieniem potrzeb dotyczących zagadnień, które mają być poruszone podczas spotkań z Mentorem. Wyniki przeprowadzonej diagnozy zostaną przekazane Zamawiającemu 2 dni kalendarzowe po zakończeniu diagnozy.

- d) Zamawiający wymaga opracowania przez Wykonawcę zasad udziału i zgłoszeń (na podstawie Regulaminu Konkursu), w tym przygotowania przez Wykonawcę prostego systemu zgłoszeń elektronicznych. System zgłoszeń elektronicznych powinien zostać umieszczony na dedykowanej, przygotowanej przez Wykonawcę podstronie internetowej dotyczącej wydarzenia i Programu

Mentorskiego, do której odnośnik zostanie zamieszczony w dedykowanej zakładce na stronie <http://biznes.wzp.pl>

2.2 Koncepcja kreatywna Konkursu dla MMŚP z Pomorza Zachodniego na udział w Programie Mentorskim

Wykonawca opracuje całkowitą koncepcję kreatywną Konkursu - spójny pomysł, kreację/formułę dotyczącą realizacji Konkursu. Stworzona koncepcja musi być przede wszystkim kreatywna, angażująca odbiorców w ciekawy sposób, innowacyjna i niestandardowa oraz zapewniać wysoką jakość i efektywność zaplanowanych do osiągnięcia celów. Zamawiający zastrzega sobie prawo do ostatecznej akceptacji koncepcji kreatywnej oraz dokonywania zmian w przypadku, gdy któryś z elementów koncepcji nie będzie zaspakajał potrzeb Zamawiającego w dostateczny sposób z zastrzeżeniem, że zmiany w ww. koncepcji nie mogą naruszać jej głównych założeń i elementów, które Wykonawca złożył w ramach oferty, a na zmiany musi wyrazić zgodę Wykonawca i Zamawiający.

Opracowana koncepcja kreatywna Konkursu musi uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego, z zastrzeżeniem, że Zamawiający podda analizie zgodność przedstawionej koncepcji kreatywnej z koncepcją przedstawioną w ofercie.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca dostarczył koncepcję uwzględniającą uwagi Zamawiającego w formie elektronicznej, a także uzyskał ostateczną akceptację Zamawiającego w przedmiotowej sprawie najpóźniej 10 dni kalendarzowych od zawarcia umowy.

Wykonawca zobowiązany jest do kompleksowej realizacji Konkursu zgodnie z zaakceptowaną przez Zamawiającego ostateczną wersją koncepcji w terminach określonych w niniejszym szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia oraz harmonogramie uzgodnionym we współpracy z Zamawiającym (proponycje Wykonawcy wskazane w koncepcji po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego, muszą zostać zapewnione i zrealizowane w przyjętym kształcie).

Zamawiający zastrzega ponadto, że opracowana i dostarczona Zamawiającemu koncepcja musi być tożsama z kreatywną koncepcją Konkursu wskazaną przez Wykonawcę w ofercie, na podstawie których Wykonawca został wybrany do realizacji zamówienia.

a) Elementy koncepcji kreatywnej Konkursu

- Rozpoczęcie Konkursu dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego na udział w Programie Mentorskim (nabór przedsiębiorstw) powinno nastąpić najpóźniej 21 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.

- Przyjmowanie i weryfikacja zgłoszeń

Wykonawca zobowiązany jest do bieżącego przyjmowania i weryfikacji zgłoszeń uczestników Konkursu, w tym sprawdzania zgodności zgłoszeń z regulaminem na przygotowanej przez Wykonawcę podstronie, do której przekierowanie znajdzie się na stronie <http://biznes.wzp.pl>, udzielania dodatkowych informacji zainteresowanym podmiotom, bieżącej aktualizacji strony internetowej poprzez np. dodawanie newsów i aktualności związanych z Konkursem w porozumieniu i po akceptacji Zamawiającego

- Wskazanie i realizacja kreatywnych, angażujących działań, których celem będzie efektywne zachęcenie przedsiębiorców do wzięcia udziału w Konkursie. A także wspierających proces promowania oraz podsumowania całego Programu Mentorskiego.

- Przygotowanie przez Wykonawcę dedykowanej oprawy graficznej całego Konkursu i Programu mentorskiego, uwzględniającej motyw przewodni (bazujący na dotychczasowej identyfikacji wizualnej projektu Pomorze Zachodnie Innowacyjne, Kreatywne, Nowoczesne). Projekt musi być spójny z wizerunkiem marki Pomorza Zachodniego i innymi działaniami związanymi z Programem Mentorskim pod kątem wizerunkowym. Projekt graficzny musi mieć nowoczesny charakter, bazujący na obecnych trendach graficznych.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowania wszystkich niezbędnych projektów graficznych, w tym m.in. materiałów graficznych promujących udział w Konkursie, materiałów graficznych promujących cały Program Mentorski (w tym sesje mentorskie, postać mentora, a także firmy mentorowanej oraz podsumowanie Programu Mentorskiego w tym wydarzenie podsumowujące) oraz innych wskazanych przez Zamawiającego niezbędnych do realizacji założeń Konkursu i Programu Mentorskiego.

Termin dotyczący dostarczenia motywu przewodniego oraz poszczególnych grafik zostanie uzgodniony z Wykonawcą w ramach harmonogramu. Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia ewentualnych uwag Zamawiającego oraz wprowadzenia ich do przygotowywanych projektów.

Przygotowany przez Wykonawcę główny motyw przewodni wraz z pełną oprawą graficzną musi uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego w terminie wskazanym w harmonogramie. Wykonawca przekazuje prawa autorskie do przygotowanych projektów, bez ograniczeń czasowych oraz miejsc publikacji.

- Strona internetowa Konkursu oraz Programu Mentorskiego

Wykonawca, w ramach pracy nad Konkursem oraz Programem Mentorskim będzie opracowywał informacje o działaniach realizowanych w ramach niniejszego zamówienia oraz umieszczał je na przygotowanej przez Wykonawcę podstronie, do której przekierowanie znajdzie się na stronie <http://biznes.wzp.pl>. W ramach pracy nad powyższą stroną konkursu musi m.in.: zostać utworzona platforma do zgłoszeń w Konkursie, muszą pojawić się również informacje dot. laureata konkursu oraz Mentora wzbogacone o materiały graficzne, fotograficzne oraz filmowe wskazane przez Zamawiającego. Dedykowana strona internetowa powinna być gotowa najpóźniej 10 dni przed rozpoczęciem etapu zgłoszeń do konkursu. Szczegółowe daty publikacji treści oraz aktywowania kolejnych funkcjonalności zostaną określone w harmonogramie.

2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie Programu mentorskiego w tym sesji mentorskich z udziałem mentorów

Usługa ma charakter bezpośrednich spotkań i kontaktów mentorów z uczestnikami wraz z opiniowaniem funkcjonowania w przedsiębiorstwach stosowanych kierunków biznesowych, wskazywanie potencjalnych rozwiązań problemów wykraczających poza obecne kompetencje uczestników sesji mentorskich.

Uczestnikami sesji będą przedsiębiorcy, wyłonieni w ramach otwartego Konkursu na udział w Programie Mentorskim.

Sesje mentorskie realizowane przez mentora w siedzibie przedsiębiorców (uzupełnione spotkaniami online) mają stać się swoistym studium przypadku, który pozwoli przekazać pomysły na narzędzia do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań wśród innych podmiotów gospodarczych działających m.in. na rynkach lokalnych.

Istotne w tym sposobie nauki, wyciągania konstruktywnych wniosków jest to, by uczestniczący w Programie Mentorskim przedsiębiorcy mogli prześledzić z mentorem konkretne procesy dotyczące m.in. zarządzania, organizacji pracy, możliwości wprowadzania innowacji, a także rozszerzania swojej działalności. Finalnie, w ramach podsumowania Programu Mentorskiego (w tym kampanii promocyjno-informacyjnej) pokazany zostanie efekt pracy przedsiębiorstwa wraz z Mentorem oraz płynące z niego wymierne korzyści dla pozostałych firm, które mogą stać się inspiracją oraz realną propozycją wdrożeniową, pozwalającą podnieść rangę lokalnych przedsiębiorstw na arenie krajowej i międzynarodowej.

Celem mentoringu będzie przyspieszenie tempa rozwoju, polepszenie efektów działania, podniesienie jakości funkcjonowania firmy uczestnika, wskazanie nowego spojrzenia na prowadzenie działalności. Mentor będzie partnerem dla uczestników, z którym wspólnie będą tworzyć pomysły, planować działania i oceniać ich skuteczność w prowadzonej działalności.

Udział przedsiębiorców w Programie Mentorskim może zostać uznany za pomoc publiczną de minimis. Przedsiębiorca biorący udział w Programie Mentorskim będzie zobowiązany do przedstawienia wszystkich wymaganych dokumentów związanych z udzielaną pomocą de minimis (poczynając od etapu zgłoszenia do Konkursu dla lokalnych MMŚP).

1.1 Mentor oraz jego zaangażowanie w Programie mentorskim:

- a) Wykonawca zobowiązany jest do zaangażowania minimum 1 mentora do wykonania usług mentorskich. Zamawiający dopuszcza zaangażowanie większej liczby osób w roli Mentora, w przypadku gdy dana grupa osób jest rozpoznawalna na rynku jako kolektyw posiadający kompetencje i pozycję na rynku wskazane w niniejszym zamówieniu. Jednocześnie należy pamiętać, że udział w spotkaniach „na żywo” muszą brać wszystkie osoby wskazane do roli Mentora w niniejszym zamówieniu.
- b) Mentorem powinna być osoba z wieloletnim doświadczeniem w zakresie marketingu, zarządzania, wdrażania innowacji, rozwoju startupów, nowoczesnych technologii, rozwoju biznesu, szczególnie w branży HoReCa. Mentor to osoba zaangażowana i rozpoznawalna w branży zarówno w kraju jak i zagranicą, która występowała przed publicznością liczącą min. 600 osób, brała udział w renomowanych wydarzeniach jak np. zagraniczne największe konferencje TED oraz TEDx lub inne równoważne wydarzenia znaczące w branży HoReCa, prowadzi lub prowadziła podmioty związane z branżą HoReCa, jest autorem licznych publikacji, posiada międzynarodowe nagrody oraz certyfikaty.

Mentor powinien wykazywać się wysokim doświadczeniem w branży, zdobywanym przez lata na różnych stanowiskach związanych z jego obecną pozycją. Jego wiedza powinna obejmować najnowsze trendy oraz nowinki technologiczne w branży HoReCa. Mentor powinien wykazywać się również tzw. umiejętnościami miękkimi, które pozwalają w efektywny sposób dzielić się wiedzą oraz doświadczeniem, inspirować oraz motywować do dalszego rozwoju i działania, jednocześnie będąc otwartym na nowe pomysły i wcielanie ich w życie. Jego rozpoznawalność oraz znacząca sieć kontaktów biznesowych zarówno w kraju jak i zagranicą powinna gwarantować rozwój rozpoznawalności i podniesienia kompetencji uczestnikom Programu Mentorskiego.

- c) Wskazane jest aby mentor był aktywny w mediach, a także na platformach społecznościowych, ponieważ do obowiązków Mentora będzie należała publikacja informacji o Programie Mentorskim oraz jego uczestnikach (w formie uzgodnionej z Zamawiającym np. film, grafika, treść tekstowa) na kanałach należących do Mentora (wskazanych przez zamawiającego, w tym m.in. Facebook, Instagram, TikTok, Youtube).

Mentor opublikuje:

- 2 informacje dotyczące Konkursu dla Przedsiębiorców
- 2 informacje na temat przebiegu sesji mentorskich
- 1 informację na temat uczestników Programu Mentorskiego
- 1 informację z podsumowania Programu Mentorskiego

Mentorzy muszą występować w relacjach osobiście. Posty i relacje - ich charakter nie powinien odbiegać od innych, umieszczanych wcześniej na profilach mentorów. Wykonawca zapewni zgody mentorów, i innych podmiotów (w razie zaistnienia takiej konieczności) do użycia materiałów wyprodukowanych przez nich do wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami umowy. Wykonawca zobowiązany jest do uzyskania i niezwłocznego przekazania Zamawiającemu materiałów w najwyższej jakości w celu jego publikacji zgodnie z harmonogramem.

- d) Do przykładowego katalogu osób mogących pełnić rolę mentora należą m.in. Przemysław Klima, Agnieszka Kręglicka, Marcin Wachowicz, Robert Makłowicz, Adam Chrzastowski, Maciej Żakowski, Tomasz Schweda, Tadeusz Muller, Sebastian Krauzowicz, Piotr Bucki, Jakub Biel, Artur Moroz, Aleksander Baron, Agnieszka Czaplińska, Wojciech Modest Amaro, Piotr Jucha, Andrzej Krzywy, Jacek Trzybuchowski, Robert Trzópek, Gheorghe Marian Cistescu, Izabela Liz-Ozimek, Anna Starmach, Magda Gessler, Agnieszka Szydziak, Patrycja Brychcy lub inni równoważni spełniający wymagania zamawiającego.
- e) Po stronie Wykonawcy leży zaaranżowanie oraz przeprowadzenie **co najmniej 5 spotkań „na żywo” w ramach sesji mentorskiej, realizowanej osobiście** przez Mentora w miejscach uzgodnionych z uczestnikami (w siedzibach przedsiębiorców, w miejscu wykonywania przez nich pracy lub w innej, po wyrażeniu zgody przez Zamawiającego), trwających każdorazowo minimum 5 godzin, a także **minimum 5 konsultacji online** trwających minimum godzinę (realizowanych zgodnie z programem spotkań) dla wyłonionych w Konkursie przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego. Terminy sesji mentorskich oraz konsultacji online zostaną ustalone po zawarciu umowy między stronami (w porozumieniu między uczestnikami Programu, Mentorem, Wykonawcą i Zamawiającym), w ramach przyjętego programu spotkań oraz planowanych efektów. Przy założeniu, że spotkania online mogą być zamienione na spotkania „na żywo”, a wszystkie spotkania powinny zakończyć się najpóźniej w dniu 28.10.2025r. Wykonawca musi również zapewnić możliwość uczestnictwa w spotkaniach przedstawicielom Zamawiającego.
- f) Zakres wizyt studyjnych oraz konsultacji online (w tym zakres działalności mentora) ma być dostosowany do potrzeb oraz charakteru prowadzonej działalności przedsiębiorców biorących udział w Programie Mentorskim oraz powinien być uzgodniony z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania programu spotkań oraz planowanych efektów, które osiągną uczestnicy w wyniku przeprowadzonych działań. Program spotkań oraz planowanych efektów zostanie przekazany Zamawiającemu najpóźniej 7 dni przed rozpoczęciem się sesji mentorskich.
- g) Wykonawca zapewni udział w sesjach mentorskich mentorów wybranych z listy zaproponowanej Zamawiającemu w ramach oferty lub innych równoważnych zaakceptowanych przez Zamawiającego.
- h) Wykonawca ma obowiązek zapewnienia podczas sesji mentorskich tłumacza posługującego się językiem mentora oraz językiem polskim, jeśli zachodzi taka potrzeba komunikacyjna (w sytuacji gdy mentor lub przedsiębiorca nie posługuje się biegle językiem polskim).

- i) Wykonawca ma również obowiązek zapewnienia poczęstunku w postaci serwisu kawowego (kawa, herbata, woda gazowana/niegazowana) oraz przekąsek słonych i słodkich w ilości dostosowanej do liczby osób biorących udział w spotkaniach bezpośrednich z Mentorem podczas Sesji Mentorskich.
- j) Wykonawca zagwarantuje uczestnictwo Mentora w konferencji podsumowującej Program Mentorski (w roli mówcy) w celu przedstawienia ok. 20 minutowego podsumowania sesji mentorskich z udziałem przedstawicieli firmy uczestniczącej w Programie Mentorskim, stanowiącego case study dla innych przedstawicieli branży.
- k) Wykonawca zapewni wynagrodzenie Mentora, pokryje koszty związane z dojazdem na miejsce Sesji Mentorskich oraz konferencji podsumowującej Program Mentorski, wyżywieniem, noclegiem a także wszelkie inne niezbędne do prawidłowej realizacji niniejszego zamówienia i udziału Mentora.

3. Kampania promocyjno- informacyjna dotycząca Programu Mentorskiego

Kampania promocyjno- informacyjna będzie składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych o zasięgu regionalnym i krajowym. Prowadzone działania muszą być zróżnicowane ze względu na specyfikę odbiorców - przedsiębiorcy z sektora **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw**, przedstawiciele otoczenia biznesu, firmy w początkowej fazie rozwoju, potencjalni inwestorzy, jak i mieszkańcy regionu i kraju.

- a) Kampania promocyjna Programu Mentorskiego musi być spójna wizerunkowo oraz ideowo dla wszystkich form przekazu oraz działań realizowanych w ramach promocji, musi mieć wspólny Key Visual (linię graficzną). Treści muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, utrzymujące wysoki poziom merytoryczny, spójne merytorycznie z przyjętą ogólną koncepcją promocyjną (spójność publikacji nie polega na umieszczaniu takich samych treści i materiałów na wszystkich portalach).
- b) Przekaz kampanii musi być ujednolicony m.in. pod względem:
 - graficznego motywu przewodniego, który pozwoli na wypromowanie i umocnienie wizerunku gospodarczego Pomorza Zachodniego oraz wsparcia w rozwoju **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw** a także wzrostu liczby inwestycji w regionie;
 - sposobu przekazywanych informacji, dostosowanego do konkretnej grupy odbiorców.
- c) Podczas kampanii we wpisach na portalach społecznościowych należących do mentorów oraz uczestników Programu Mentorskiego powinny pojawiać się m.in. takie elementy jak: informacje o celach realizowanych przedsięwzięć, możliwości zgłoszenia do udziału w Programie Mentorskim, w tym zachęcenie do wzięcia w nim udziału, terminach zgłoszeń, walorach gospodarczych Pomorza Zachodniego – zgodnie z harmonogramem potrzeb Zamawiającego w tym zakresie. Wykonawca przed publikacją materiałów na portalach społecznościowych uzyska akceptację treści u Zamawiającego.
- d) Na publikowanych przez Wykonawcę zdjęciach/filmach musi znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu), informacja o projekcie oraz inne logotypy wskazane przez Zamawiającego w formacie wskazanym przez Zamawiającego
- e) Jeżeli tytuł prasowy, w którym mają pojawić się informacje o poszczególnych etapach Programu Mentorskiego posiada **stronę internetową, serwis internetowy i/lub konta na kanałach społecznościowych**, powstające publikacje, artykuły i reklamy powinny być również opublikowane w tych kanałach. Informacja musi być umieszczona na stronie głównej portalu/strony przez co najmniej trzy dni.

- f) Publikacje i artykuły prasowe będą zaprojektowane tak, aby dobrze integrowały się z user experience czytelnika wybranego tytułu prasowego.
- g) Publikacje, reklamy, artykuły w prasie muszą zostać opracowane **graficznie z uwzględnieniem** identyfikacji wizualnej Pomorza Zachodniego - w przypadku reklam - **w odniesieniu do logo Pomorza Zachodniego oraz innych logotypów wskazanych przez Zamawiającego**.
- h) Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie graficzne publikacji oraz zlecenie emisji materiałów w wybranych tytułach prasowych. Wszystkie wyżej wymienione zostaną przekazane do akceptacji Zamawiającemu zgodnie z przyjętymi harmonogramami przed ich publikacją.
- i) Publikacje, reklamy i artykuły prasowe powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie projektów publikacji, tak by swoim wyglądem przypominały artykuły prasowe stosowane w tytule prasowym, w którym ma zostać zamieszczona publikacja.
- j) Zamawiający zastrzega, że treść każdego materiału prasowego publikowanego w danym tytule prasowym musi być inna przy każdej emisji.
- k) W przypadku braku określenia w opisie przedmiotu zamówienia terminu dostarczenia do Zamawiającego jakiegoś materiału do akceptacji, uznaje się, że Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia go minimum 5 dni kalendarzowych przed przekazaniem materiału do odpowiedniej redakcji do emisji lub publikacją materiału w mediach lub emisją materiału podczas wydarzenia.

3.1 Promocja Programu Mentorskiego

1. Kampania promocyjna w mediach społecznościowych:

- a) Wykonawca, w ramach każdego etapu Programu Mentorskiego, oprócz wskazanych materiałów graficznych, przygotuje minimum trzy relacje do opublikowania na fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie min. 9). Relacje powinny mieć formę materiałów wideo, trwających maksymalnie ok. 30 sekund każda. Relacje powinny dotyczyć konkretnego etapu Programu mentorskiego (m.in. konkursu, sesji mentorskich oraz podsumowania programu). W materiałach filmowych powinni występować m.in. mentor oraz firma uczestnicząca w programie mentorskim lub inne osoby wskazane przez Zamawiającego.

2. Kampania promocyjna w prasie branżowej i lifestylowej

- a) Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjno-informacyjną przed, w trakcie i po Programie Mentorskim w tym:
- jest zobowiązany do umieszczenia artykułów- jednego przed, jednego w trakcie i jednego po realizacji Programu Mentorskiego w każdym z dwóch (łącznie 6 artykułów) wydań krajowych, lifestylowych, prestiżowych magazynów, w których prezentowane są artykuły o kuchni, kulturze, nowych technologiach, marketingu, sztuce, literaturze, muzyce, podróżach, modzie oraz trendach, portrety znanych osób oraz informacje o innowacyjnych produktach i realizowanych usługach (uwzględniając tytuły branżowe/lifestylowe takie jak np.: KUKBUK, Vogue, K MAG, whiteMAD, ELLE, Design Alive, Domo+. Designteka.pl, PLN Design).
 - w formie publikacji artykułów prasowych w formule reklamy natywnej oraz materiałów sponsorowanych powstających we współpracy z Zamawiającym (opracowane przez Wykonawcę materiały powinny uwzględniać m.in. treści informacyjne o realizowanych

przedsięwzięciach – zapowiadające je, zachęcające do wzięcia w nich udziału, informujące o udziale w nich konkretnych prelegentów/gości specjalnych, walorach edukacyjnych, celu ich przeprowadzenia). A także, (jeśli posiada) na portalu/ stronie internetowej wybranego tytułu prasowego, gdzie informacja musi być widoczna na stronie głównej minimum 3 dni od publikacji.

-Reklamy i publikacje w prasie muszą zostać wykonane w formacie full page, full color i znajdować się na trzeciej stronie tytułu prasowego (przy czym na stronie drugiej muszą ukazać się treści i artykuły redakcyjne) Zamawiający zastrzega, że w szczególnych okolicznościach może wyrazić zgodę na publikację materiału na dalszych stronach.

- b) Kampania w prasie odbędzie się w terminie wrzesień – grudzień (termin ten może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego), z zastrzeżeniem, że umowa musi zakończyć się w najpóźniej do dnia 28.02.2026 r. Publikacje będą realizowane zgodnie z harmonogramem przygotowanym we współpracy z Zamawiającym.

4. Organizacja konferencji:

4.1. Termin realizacji wydarzenia

- a) Konferencja zostanie zrealizowana 29.10.2025r. (zmiana wskazanego terminu jest możliwa tylko za zgodą Zamawiającego), w godzinach popołudniowych zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego.
b) Zmiany terminów realizacji określonych elementów zamówienia, są możliwe wyłącznie po uzyskaniu ostatecznej akceptacji Zamawiającego.

4.2. Rodzaj wydarzenia

Przy organizacji Konferencji niezbędne jest uwzględnienie biznesowego charakteru wydarzenia, przez co rozumiane jest przygotowanie również moderowanej strefy networkingowej, pozwalającej na wymianę kontaktów, doświadczeń oraz tematów merytorycznych dla uczestników wydarzenia, w tym MMŚP z regionu.

4.3. Liczba uczestników

Liczba uczestników powinna wynosić nie mniej niż 500 osób.

4.4. Czas trwania

Konferencja powinna trwać ok. 3 godzin, z uwzględnieniem wystąpienia gościa specjalnego. Z zastrzeżeniem, że strefa networkingowa odbywająca się po konferencji powinna być otwarta do czasu wyjścia ostatnich gości.

4.5. Miejsce

- a) Konferencja zostanie zrealizowana w Szczecinie, w lokalizacji pozwalającej na realizację wydarzenia dla minimum 500 osób. Miejsce przeznaczone do realizacji konferencji powinno mieć kaskadowy układ widowni z możliwością jej całkowitego wyciemnienia. Lokalizacja powinna posiadać również przestrzeń umożliwiającą realizację networkingu dla wszystkich osób uczestniczących w konferencji. Lokalizacja, w tym pomieszczenia ogólnodostępne oraz scena powinny umożliwiać realizację zaakceptowanej scenografii, zgodnej ze scenariuszem wydarzenia.
b) Jeśli do wybranej lokalizacji przynależy parking, Wykonawca powinien uwzględnić bezpłatne miejsca postojowe dla uczestników wydarzenia, w tym miejsca dla osób niepełnosprawnych.
c) Wynajęcie lokalizacji dającej możliwość realizacji wszystkich założeń zawartych w OPZ, uwzględniających czas na montaż, przeprowadzenie wydarzenia i demontaż leży po stronie



Wykonawcy. Jednocześnie Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przedstawił minimum 2 proponowane lokalizacje. Wykonawca musi wskazać propozycje miejsca w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy.

d) Konferencja musi być zrealizowana w budynku, który będzie wolny od poziomych i pionowych komunikacyjnych barier architektonicznych, umożliwiającym uczestnictwo w wydarzeniu osobom z niepełnosprawnościami.

4.6. Aranżacja przestrzeni

a) Wykonawca ma za zadanie zapewnić w przestrzeni „głównej”, w której mieścić się będzie scena i widownia:

- nagłośnienie (wraz z obsługą);
 - scenografię (zgodną z przygotowanym i zatwierdzonym scenariuszem wydarzenia, która odpowiada hasłom przewodnim całego projektu tj. Pomorze Zachodnie Innowacyjne/Kreatywne/Nowoczesne; inspirowaną np. aranżacją świetlną i rzeczową przestrzeni, przedstawioną w Załączniku nr 1 do niniejszego SOPZ);
 - oświetlenie sceny oraz przestrzeni wokół (wraz z obsługą);
 - mikrofony bezprzewodowe (w tym minimum 5 mikrofonów nausznych);
 - minimum jeden ekran LED o wymiarach min. 25 m2 pozwalający na przedstawienie prezentacji, emisje materiałów filmowych i innych niezbędnych animacji uatrakcyjniających wydarzenia w czasie rzeczywistym (z możliwością wykorzystania najnowszych technik realizatorskich np. pozwalających na poruszanie całą, bądź częściową powierzchnią ekranu jak w Załączniku nr 3 do niniejszego SOPZ);
 - zapewnienie promptera scenicznego (na wniosek Zamawiającego) oraz dwóch monitorów do podglądu na scenie;
 - minimum 2 piloty do obsługi prezentacji ze sceny
- Opisywana przestrzeń musi posiadać możliwość całkowitego zaciemnienia- zarówno scena jak i miejsce przeznaczone na widownię.

b) Zorganizowanie przestrzeni networkingowej podczas wydarzenia wraz z poczęstunkiem dla 500 uczestników:

- Wykonawca ma za zadanie w tej przestrzeni zapewnić miejsca siedzące oraz stojące (przy stolikach koktajlowych) dla uczestników wydarzenia, nagłośnienie (wraz z obsługą), scenografię (zgodną z przygotowanym i zatwierdzonym scenariuszem wydarzenia), oświetlenie (wraz z obsługą (jak np. zaprezentowane w Załączniku nr 4 do niniejszego SOPZ)), mikrofony bezprzewodowe.

-Niezbędne będą również animacje zachęcające do rozmów osoby uczestniczące w networkingu oraz umożliwiające wzajemną wymianę kontaktów. Do tego celu Wykonawca wskaże konkretną osobę pełniącą funkcję animatora. Animatorem strefy networkingowej może być konferansjer lub inna osoba wskazana, jako animator rozpoznawalna na arenie lokalnej i krajowej, charakteryzująca się autorytetem w świecie biznesu i przedsiębiorczości.

Wykonawca zaproponuje katalog minimum 3 osób pełniących funkcję animatora wraz z opisem ich dotychczasowego doświadczenia najpóźniej 14 dni przed wydarzeniem, spośród których Zamawiający wybierze osobę pełniącą funkcję animatora, w terminie najpóźniej 7 dni przed wydarzeniem.

- Wykonawca ma za zadanie przygotować strefę z poczęstunkiem (wraz z obsługą) dla 500 uczestników wydarzenia obejmującą serwis kawowy, desery oraz przekąski. Proponowane menu zostanie ustalone z Zamawiającym najpóźniej na 14 dni przed realizowanym wydarzeniem, powinno uwzględniać propozycje wegetariańskie i wegańskie.

c) Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania scenografii wewnątrz obiektu (tzw. strefach wspólnych) oraz w jego otoczeniu (na zewnątrz) umożliwiającej wykreowanie i utwierdzenie innowacyjnego, kreatywnego wizerunku Pomorza Zachodniego, dającej możliwość doświadczenia sztuki, kreacji wizualnych, świetlnych, technologii w szerokim zakresie, budzącej ciekawość i pozytywne emocje wśród uczestników Konferencji, zapewnienia oświetlenia zewnętrznej części budynku oraz jego otoczenia.

W części wewnętrznej (hol, sala networkingowa, przestrzenie wspólne, sala główna) niezbędna będzie scenografia świetlna i rzeczowa nawiązująca do tematu przewodniego wydarzenia oraz aranżacji głównej sceny wydarzenia jak np. w Załączniku nr 1 - zgodnie z zaakceptowanym scenariuszem przez Zamawiającego, wraz z niezbędną obsługą.

4.7. Scenariusz

Wykonawca opracuje scenariusz wydarzenia, jakim jest Konferencja dedykowana MMŚP z regionu z udziałem światowej klasy specjalistów działających w branży HoReCa (reprezentujących takie obszary jak np. nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie), której głównym celem jest zaprezentowanie innowacyjnych form rozwoju biznesu, zainspirowanie do działania i wprowadzania w życie nowoczesnych rozwiązań w lokalnej gospodarce, a także przekazanie specjalistycznej wiedzy przez światowej klasy praktyków będących wzorem dla przedstawicieli branży. Jednocześnie wzmacniając wizerunek Pomorza Zachodniego jako regionu wspierającego ludzi kreatywnych, innowacyjnych i nowoczesnych, którzy założyli bądź planują założyć swój unikalny biznes w regionie.

- a) Wykonawca przy opracowywaniu scenariusza powinien uwzględnić charakter specjalny wydarzenia (w tym wszystkie prelekcje oraz występ gościa specjalnego) oraz spójność komunikacyjno-wizerunkową z całym projektem, którego hasłami przewodnimi są: innowacyjność, kreatywność i nowoczesność, a także głównym motywem przewodnim Konferencji, o którym mowa w niniejszym SOPZ.
- b) Scenariusz powinien obejmować wysokiej jakości oprawę multimedialną, bazującą na dedykowanych animacjach zawierających elementy 3D i mappingu oraz oprawę świetlną i muzyczną całego wydarzenia.
- c) Niezbędne jest również uwzględnienie biznesowego charakteru wydarzenia, przez co rozumiane jest przygotowanie moderowanej strefy networkingowej pozwalającej na wymianę kontaktów, doświadczeń oraz tematów merytorycznych dla uczestników Konferencji.
- d) Wykonawca przygotowuje niezbędne, uwzględnione w scenariuszu elementy zamówienia zgodnie ze sztuką realizacji eventów specjalnych. Zapewni niezbędne zgody oraz formalności prawne umożliwiające realizację imprezy w formie zaakceptowanej przez Zamawiającego.
- e) Zamawiający zastrzega możliwość wprowadzania zmian do przygotowanego scenariusza przez Wykonawcę. Wykonawca musi je uwzględnić

Wykonawca jest zobowiązany do realizacji wydarzenia zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego scenariuszem uwzględniającym wszystkie wymogi zawarte w niniejszym SOPZ, umowie oraz harmonogramie dotyczącym niniejszego zamówienia.

4.8. Dodatkowe zobowiązania Wykonawcy

a) Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia osoby pełniącej funkcję konferansjera, która poprowadzi wydarzenie, spełniająca wymagania zawarte w SOPZ. Wskazana osoba będzie odpowiedzialna za przeprowadzenie wydarzenia z największą starannością oraz wymogami Zamawiającego. Wydarzenie powinno być poprowadzone przez doświadczonego konferansjera będącego osobą społecznego uznania w świecie biznesu i mediów, który będzie gospodarzem niniejszego wydarzenia. Konferansjer musi w sposób biegły w mowie posługiwać się językiem angielskim.

Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie konferansjera zgodnie ze wskazanymi standardami (w tym zawarcie niezbędnych umów z wynagrodzeniem i innymi niezbędnymi kosztami związanymi z wymaganiami Konferansjera, które pokrywa Wykonawca). Prowadzący musi być zaakceptowany przez Zamawiającego. Propozycje dotyczące min. 3 osób spełniających niniejsze wymagania Wykonawca musi dostarczyć najpóźniej 7 dni od podpisania umowy. Zamawiający z przesłanych propozycji wybierze Konferansjera najpóźniej 14 dni przed wydarzeniem.

Zmiana wybranego konferansjera, jest dopuszczalna wyłącznie w sytuacji zaistnienia przeszkody niezależnej od Wykonawcy, niemożliwej do przewidzenia i niedającej się usunąć. W przypadku zaistnienia ww. przesłanek, Wykonawca zobowiązany jest pisemnie powiadomić Zamawiającego o



tym fakcie, opisując i dokumentując zaistniałą sytuację oraz wskazując równoważne zastępstwo. Każdorazowa zmiana konferansjera wymaga pisemnej zgody Zamawiającego.

b) Wykonawca zapewni obsługę oraz serwis sprząający na czas trwania wydarzenia, a także po jego zakończeniu zgodny z wymaganiami obiektu, w którym realizowane będzie wydarzenie.

c) Po stronie Wykonawcy leży również zapewnienie bezpieczeństwa uczestnikom imprezy, utrzymanie porządku podczas jej trwania, zabezpieczenie medyczne, zapewnienie właściwych warunków, w szczególności przeciwpożarowych i sanitarnych, zapewnienie stałego nadzoru nad przebiegiem imprezy przez wyznaczone służby i osoby, w tym zapewnienie odpowiedniej liczby pracowników ochrony i obsługi (hostessy), adekwatnej do wielkości eventu i zaakceptowanego scenariusza.

d) Na wszystkich materiałach i projektach graficznych realizowanych w ramach zamówienia muszą znaleźć się informacje z oznaczeniem zgodnym z wytycznymi ujętymi w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich 2021-2027 w zakresie informacji i promocji UE” Informacje muszą zawierać znak Unii Europejskiej, znak Funduszy Europejskich, flagę Rzeczypospolitej i logo promocyjnym Pomorza Zachodniego.

e) Wykonawca powinien zaprojektować oraz wykonać animacje prezentujące sylwetki prelegentów oraz gościa specjalnego, a także poszczególne części wydarzenia określone w scenariuszu, w rozmiarze odpowiadającym zastosowanym ekranom LED. Animacja otwierająca (intro) powinna trwać ok. 30s., natomiast animacje uzupełniające (dot. sylwetek prelegentów, gości specjalnych itd.) powinny trwać nie dłużej niż 6s. Ilość animacji oraz ich ostateczna forma zostanie ustalona z Zamawiającym min. 14 dni przed realizacją wydarzenia.

f) Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia profesjonalnej transmisji live z wydarzenia, a w tym:

- transmisja live będzie trwać do 3 godzin;
- zapewnienie minimum trzech kamer z możliwością nagrywania wydarzenia z bliska jak i z daleka, w tym dynamiczna kamera zamontowana np. na kranie kamerowym (jego długość powinna zostać dostosowana do rozmiarów pomieszczenia) lub na stabilizatorze;
- dostarczenie i zainstalowania sprzętu niezbędnego do przeprowadzenia transmisji, a także jego demontaż i odebrania po przeprowadzonej transmisji;
- przeprowadzenie próby technicznej sprzętu przed rozpoczęciem wydarzenia (min. 2h wcześniej);
- emisji na profilach należących do Zamawiającego w mediach społecznościowych Facebook i YouTube;
- zapewnienie kopii elektronicznej materiałów, w celu ich ponownego odtworzenia lub modyfikowania (oraz przekazania do niego pełni praw autorskich) oraz przekazania ich Zamawiającemu;
- w razie konieczności zapewnienie belek, podpisów lub elementów graficznych wskazanych przez Zamawiającego;
- zapewnienie jakości streamingu full HD;
- zapewnienie dodatkowego łącza zapewniające nieprzerwalność transmisji;
- zapewnienie i opracowanie zdjęć każdego z prelegentów z uwzględnieniem krótkiego opisu/historii każdego z nich oraz emisja na głównym ekranie podczas przerw w czasie trwania konferencji;
- szczegóły na temat transmisji materiałów wideo zostaną ustalone z Zamawiającym na minimum 7 przed wydarzeniem.

g) Wykonawca odpowiada za całą oprawę wizualną wydarzenia oraz jej przygotowanie tj. animacje, prezentacje, filmy oraz materiały realizacyjne emitowane w trakcie wydarzenia, a także wszystkie projekty graficzne wskazane przez Zamawiającego niezbędne do prawidłowej i efektywnej realizacji zamówienia. Ww. materiały powinny zostać przygotowane zgodnie z koncepcją wizualną całego wydarzenia oraz odwoływać się do głównych haseł projektu – Innowacyjne, Kreatywne, Nowoczesne Pomorze Zachodnie, a także zostać odpowiednio dostosowane do wielkości oraz rozdzielczości zastosowanych ekranów LED, a także do emisji podczas transmisji online. Wykonawca zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu wszystkie prawa autorskie do przygotowanych, dedykowanych materiałów filmowych, graficznych, animacji oraz pozostałych wizualizacji bez ograniczeń czasowych i eksploatacyjnych.

h) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania projektu graficznego zaproszeń elektronicznych oraz papierowych. Projekt musi zostać ostatecznie zaakceptowany przez Zamawiającego.

Wykonawca ma obowiązek przygotować min. 150 szt. zaproszeń papierowych na wydarzenie zgodnie z zaakceptowanym projektem oraz wymaganiami Zamawiającego (w tym folia soft touch, dedykowane tłoczenia itp.) oraz dostarczyć je do siedziby Zamawiającego najpóźniej 21 dni przed wydarzeniem

i) Wykonawca zapewni tłumaczy języka angielskiego (z j. angielskiego na j. polski i z j. polskiego na j. angielski) realizujących tłumaczenie symultaniczne. Wykonawca zapewni uczestnikom odbiorniki i słuchawki w liczbie wynikającej z formularzy zgłoszeniowych wypełnionych przez uczestników oraz zapewni 50 kompletów słuchawek dodatkowych. Jednocześnie Wykonawca zapewni równy dostęp w uczestnictwie w wydarzeniu osobom z niepełnosprawnościami zapewniając w razie potrzeby tłumacza migowego oraz niezbędną subskrypcję do wydarzenia emitowanego w transmisji online.

4.9. Harmonogram realizacji Konferencji:

Elementy zamówienia powinny zostać przygotowane wg poniżej wyznaczonych terminów. Zmiany terminów realizacji określonych elementów zamówienia, są możliwe wyłącznie po uzyskaniu zgody Zamawiającego.

a) Scenariusz Konferencji – powinien zostać przedstawiony Zamawiającemu najpóźniej 21 przed realizacją wydarzenia. Jednocześnie Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wszelkie uwagi, zastrzeżenia w celu dopasowania scenariusza do wymagań Zamawiającego.

b) Przygotowanie elementów zamówienia zgodnie ze sztuką realizacji eventów specjalnych oraz zapewnienie niezbędnych zgód oraz formalności prawnych umożliwiających realizację imprezy - Wykonawca przystąpi do realizacji ww. zadań niezwłocznie po ostatecznym zaakceptowaniu scenariusza przez Zamawiającego. Wszystkie zgody oraz formalności prawne związane z organizacją tego typu eventu powinny zostać dopełnione zgodnie z terminami umocowanymi prawnie. Wszystkie elementy zamówienia powinny być ostatecznie gotowe max. 3 h przed realizowanym wydarzeniem.

c) Realizacja Konferencji, uwzględniającej charakter specjalny i biznesowy wydarzenia, zgodnie z opracowanym i zaakceptowanym przez Zamawiającego scenariuszem, zapewniając wszystkie niezbędne elementy zamówienia - pełna gotowość do realizacji tej części zamówienia powinna być zrealizowana max. 2 h przed realizowanym wydarzeniem.

d) Próba generalna wydarzenia wraz z emisją wszystkich animacji, próbą dźwięku oraz świateł, próbą przygotowanych prezentacji itp. powinna odbyć się najpóźniej 3h przed rozpoczęciem wydarzenia i zakończyć najpóźniej 1h przed wydarzeniem.

e) Wykonawca ma obowiązek przesłać zaproszenia w formie elektronicznej do uczestników wydarzeń wskazanych przez Zamawiającego. Projekt zaproszenia zostanie przesłany Zamawiającemu w celu akceptacji najpóźniej miesiąc przed realizacją wydarzenia. Zaakceptowana wersja zaproszenia, uzupełniona o niezbędne dane zostanie przesłana w formie elektronicznej do osób wskazanych przez Zamawiającego ok. 21 dni kalendarzowych przed wydarzeniem (zgodnie z terminem ustalonym w harmonogramie).

5. Rekrutacja uczestników na konferencję:

Uczestnikami konferencji będą reprezentanci mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, zaproszeni goście oraz mieszkańcy regionu oraz kraju. Rekrutacja uczestników wydarzenia powinna odbywać się w sposób otwarty, umożliwiający wszystkim chętnym wzięcie udziału w wydarzeniu, z uwzględnieniem zasad równego dostępu, równych szans i równości płci.

Udział w konferencji jest bezpłatny, po wcześniejszej rejestracji w celu otrzymania nieodpłatnego biletu.

a) Wykonawca przeprowadzi nabór za pomocą systemu informatycznego udostępnionego przez Zamawiającego (system Congreg) na konferencje, co łączy się również z rozesłaniem uczestnikom

informacji na temat miejsca, terminu wydarzenia i wskazaniem osób do kontaktu z ramienia Wykonawcy;

- b) W przypadku niewielkiego zainteresowania udziałem w konferencji Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia dodatkowej rekrutacji wspartej działaniami aktywizacyjnymi wskazanymi przez Wykonawcę i zaakceptowanymi przez Zamawiającego.
- c) Rekrutacja powinna odbywać się za pomocą elektronicznego systemu rekrutacji uczestników. Wykonawca udostępni Zamawiającemu podgląd (od strony administratora) do panelu rekrutacyjnego. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych na potrzeby związane z rekrutacją na konferencję. Rekrutacja rozpocznie się ok. 14 dni przed wydarzeniem
- d) Wykonawca, podczas całego procesu rekrutacji, zapewni minimum jedną osobę do kontaktów z Zamawiającym, która na bieżąco będzie udzielała informacji związanych z naborem/rekrutacją a także do kontaktu potencjalnych uczestników z Wykonawcą;
- e) Po stronie Wykonawcy leży monitorowanie zgłoszeń na konferencję oraz w razie potrzeby dokonywanie właściwych aktualizacji przesłanych informacji. W tym celu Wykonawca uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji danej konferencji.

6. Zapewnienie mówców

Na konferencji swoje wystąpienia zaprezentują: mentor wraz z firmą biorącą udział w Programie Mentorskim (wystąpienie łącznie trwające ok. 35 minut; po stronie Wykonawcy leży zapewnienie udziału wskazanych osób oraz wsparcie w realizacji dedykowanej prezentacji efektów przeprowadzonych Sesji Mentorskich), min. trzech prelegentów oraz min. jeden gość specjalny. Prelegenci oraz goście specjalni to osoby zaangażowane i rozpoznawalne w branży zarówno w kraju, jak i zagranicą, które występowały przez publicznością liczącą ok. 600 osób, brały udział w renomowanych wydarzeniach jak np. zagraniczne największe konferencje TED oraz TEDx lub inne równoważne wydarzenia znaczące w branży HoReCa, prowadzą lub prowadziły rozpoznawalne podmioty związane z branżą HoReCa, są autorami licznych publikacji, posiadają międzynarodowe nagrody oraz certyfikaty, a także spełniają wymogi wskazane poniżej.

- a) Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie udziału min. trzech **prelegentów (po jednym z poniższych katalogów)**, którzy przygotują swoje ok. 20 minutowe wystąpienia w oparciu o posiadaną wiedzę i doświadczenie w branży HoReCa, reprezentujących takie obszary jak np. **nowoczesne technologie, innowacje w biznesie, rozwój marki, zarządzanie zespołem, ekologia w przedsiębiorstwie**. Wszelkie koszty związane z udziałem prelegentów w poszczególnych elementach zamówienia pokrywa Wykonawca. W trakcie konferencji powinien wystąpić prelegent z katalogu nr 1, prelegent z katalogu nr 2 oraz prelegent z katalogu 3. Wskazany podział zapewni wystąpienia specjalistów z różnych dziedzin.

Katalog prelegentów:

Prelegent 1 (dziedzina: kreatywność i innowacje w branży HoReCa): Michał Korkosz, Robert Makłowicz, Przemysław Klima, Artur Skotarczyk, Volodymyr Testardi, Marcin Wachowicz, Aleksandra Dojnikowska lub inny równoważny Zaakceptowany przez Zamawiającego

Prelegent 2 (dziedzina: marketing i zarządzanie):

Przemysław Klima, Artur Skotarczyk, Anna Nowak, Maciej Żakowski, Piotr Bucki, Jakub Biel, Artur Moroz, Agnieszka Czaplńska, Patrycja Brychcy lub inny równoważny Zaakceptowany przez Zamawiającego

Prelegent 3 (dziedzina: nowoczesne technologie w branży HoReCa): Michał Kołodziejczyk, Anna Nowak, Tomasz Wiśniewski, Ferran Adrià, Alain Ducasse, Maciej Jarmoliński lub inny równoważny Zaakceptowany przez Zamawiającego

Wyboru tych osób dokona Zamawiający z listy propozycji przygotowanych przez Wykonawcę przed zatwierdzeniem scenariusza, przedstawionej najpóźniej 7 dni po podpisaniu umowy.

- b) Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie udziału jednego gościa specjalnego. Wystąpienie powinno trwać ok. 35 minut i prezentować wiedzę i doświadczenie mówcy.

Do przykładowego katalogu takich osób należą m.in.: Antonii Porowski, Gordon Ramsey, Rene Redzepi, Alain Ducasse, Massimo Bottura, Jamie Oliver, David Chang, Dominique Crenn, Joan Roca, Elena Arzak, Nathan Myhrvold, Hervé This, Ferran Adrià lub inny równoważny Zaakceptowany przez Zamawiającego

Wszelkie koszty związane z udziałem gościa specjalnego w poszczególnych elementach zamówienia pokrywa Wykonawca. Wyboru takiej osoby dokona Zamawiający z listy 10 propozycji przygotowanych przez Wykonawcę, przedstawionej najpóźniej 7 dni po podpisaniu umowy.

*Niektóre nazwiska pokrywają się z przykładowymi katalogami prelegentów. Zamawiający pozostawia Wykonawcy do decyzji, którą osobę wskaże, jako prelegenta lub gościa specjalnego. Powtarzające się osoby mogą spełnić się w dwóch funkcjach ale nie jednocześnie. Każdy z mówców może być zaangażowany przez Wykonawcę tylko raz.

Wykonawca zapewni udział mówców wybranych do realizacji Zamówienia w networking'u po zakończeniu konferencji, przez co najmniej godzinę od zakończenia konferencji.

7. Promocja wydarzenia

Kampania promocyjno-informacyjna będzie składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych o zasięgu regionalnym i krajowym. Prowadzone działania muszą być zróżnicowane ze względu na specyfikę odbiorców - przedsiębiorcy z sektora **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw**, przedstawiciele otoczenia biznesu, firmy w początkowej fazie rozwoju, z uwzględnieniem obszarów inteligentnych specjalizacji regionu, potencjalni inwestorzy, jak i mieszkańcy regionu i kraju.

- a) Kampania promocyjna wydarzenia musi być spójna wizerunkowo oraz ideowo dla wszystkich form przekazu oraz działań realizowanych w ramach promocji, musi mieć wspólny Key Visual (linię graficzną). Treści muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, utrzymujące wysoki poziom merytoryczny, spójne merytorycznie z przyjętą ogólną koncepcją promocyjną (spójność publikacji nie polega na umieszczaniu takich samych treści i materiałów na wszystkich portalach).
- b) Przekaz kampanii musi być ujednoczony m.in. pod względem:
- elementu przewodniego, który pozwoli na wypromowanie i umocnienie wizerunku gospodarczego Pomorza Zachodniego oraz wsparcia w rozwoju **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw** a także wzrostu liczby inwestycji w regionie;
 - sposobu przekazywanych informacji, dostosowanego do konkretnej grupy odbiorców.

- c) Podczas kampanii marketingowej we wpisach na portalach społecznościowych powinny pojawiać się m.in. takie elementy jak: informacje o celach realizowanych przedsięwzięć walorach gospodarczych Pomorza Zachodniego ukazywanych za pomocą metody storytellingu – zgodnie z harmonogramem potrzeb Zamawiającego w tym zakresie. Wykonawca przed publikacją postów na portalach społecznościowych uzyska akceptację treści u Zamawiającego.
- d) Na publikowanych przez Wykonawcę zdjęciach/filmach musi znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu), informacja o projekcie oraz inne logotypy wskazane przez Zamawiającego.
- e) Jeżeli tytuł prasowy, w którym mają pojawić się informacje o poszczególnych etapach projektu posiada **stronę internetową, serwis internetowy i/lub konta na kanałach społecznościowych**, powstające publikacje, artykuły i reklamy powinny być również opublikowane w tych kanałach.
- f) Publikacje i artykuły prasowe będą zaprojektowane tak, aby dobrze integrowały się z user experience czytelnika wybranego tytułu prasowego.
- g) Publikacje, reklamy, artykuły w prasie muszą zostać opracowane **graficznie z uwzględnieniem** identyfikacji wizualnej Pomorza Zachodniego - w przypadku reklam - **wyłącznie w odniesieniu do logo Pomorza Zachodniego i innych logotypów wskazanych przez Zamawiającego**.
- h) Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie i graficzne reklam i publikacji oraz zlecenie emisji materiałów w wybranych tytułach prasowych. Wszystkie wyżej wymienione zostaną przekazane do akceptacji Zamawiającemu zgodnie z przyjętymi harmonogramami.
- i) Publikacje, reklamy i artykuły prasowe powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie projektów publikacji, tak by swoim wyglądem przypominały artykuły prasowe stosowane w tytule prasowym, w którym ma zostać zamieszczona publikacja.
- j) W przypadku braku określenia w opisie przedmiotu zamówienia terminu dostarczenia do Zamawiającego jakiegoś materiału do akceptacji, uznaje się, że Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia go minimum 10 dni kalendarzowych przed przekazaniem materiału do odpowiedniej redakcji do emisji lub publikacją materiału w mediach lub emisją materiału podczas wydarzenia.

7.1 Kampania promocyjna na portalu Facebook oraz Instagram:

- a) Wykonawca, w ramach konferencji przygotuje do opublikowania minimum 6 lecz nie więcej niż 8 postów na fanpage'u Pomorza Zachodniego, które będą dotyczyły np. informacji o udziale prelegentów oraz gości specjalnych i zachęcenia do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw do udziału w wydarzeniu. Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym.
- b) Wykonawca, w ramach promocji konferencji przygotuje minimum trzy relacje do publikacji na Fanpage'u Pomorza Zachodniego. Relacje powinny mieć formę materiałów foto lub wideo, trwających maksymalnie 15 sekund każda. Relacje powinny zostać przygotowane zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego scenariuszem poszczególnych materiałów.
- c) Wykonawca zapewni publikację minimum dwóch postów i dwóch relacji w mediach społecznościowych wszystkich prelegentów i gości specjalnych dotyczących udziału w konferencji (w tym informacja dotycząca prelekcji oraz zapisów na wydarzenie, a także materiał z wydarzenia/ bądź podsumowanie uczestnictwa w konferencji). Wskazani prelegenci oraz goście specjalni

muszą występować w relacjach osobiście a ich charakter nie powinien odbiegać od innych, umieszczanych wcześniej na profilach prelegentów oraz gości specjalnych. Wykonawca zapewni zgody prelegentów i gości specjalnych (w razie zaistnienia takiej konieczności) do użycia materiałów wyprodukowanych przez nich w ramach kampanii do wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami umowy. Wykonawca zobowiązany jest do uzyskania i niezwłocznego przekazania Zamawiającemu materiału filmowego w najwyższej jakości (materiał zostanie umieszczony również na profilu Zamawiającego).

7.2. Kampania promocyjna na portalu LinkedIn:

- a) Wykonawca zobowiązany jest przygotować do publikacji minimum 6 lecz nie więcej niż 8 postów przed wydarzeniem (tzw. Text Ads z tytułem, krótkim tekstem i obrazem, na którym dodane będzie hiperłącze), które będą dotyczyły realizacji wydarzenia (np. informacja o udziale prelegentów oraz gości specjalnych, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego do udziału w konferencji). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;

7.3 Kampania promocyjna w mediach branżowych /lifestylowych

- a) Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjno-informacyjną przed i po konferencji w tym:
- jest zobowiązany do umieszczenia artykułów- jednego przed i jednego po konferencji w każdym z dwóch (łącznie 4 artykuły) wydań krajowych, lifestylowych, prestiżowych magazynów, w których prezentowane są artykuły o kuchni, kulturze, nowych technologiach, marketingu, sztuce, literaturze, muzyce, podróżach, modzie oraz trendach, portrety znanych osób oraz informacje o innowacyjnych produktach i realizowanych usługach (uwzględniając tytuły branżowe/lifestylowe takie jak np.: KUKBUK, Vogue, K MAG, whiteMAD, ELLE, Design Alive, Domo+. Designteka.pl, PLN Design).
 - w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej oraz materiałów sponsorowanych** powstających we współpracy z Zamawiającym (opracowane przez Wykonawcę materiały powinny uwzględniać m.in. treści informacyjne o realizowanych przedsięwzięciach – zapowiadające je, zachęcające do wzięcia w nich udziału, informujące o udziale w nich konkretnych prelegentów/gości specjalnych, walorach edukacyjnych, celu ich przeprowadzenia). A także, (jeśli posiada) na portalu/ stronie internetowej wybranego tytułu prasowego, gdzie informacja musi być widoczna na stronie głównej minimum 3 dni od publikacji.
 - Reklamy i publikacje w prasie muszą zostać wykonane w **formacie** full page, full color i znajdować się na trzeciej stronie tytułu prasowego (przy czym na stronie drugiej muszą ukazać się treści i artykuły redakcyjne) Zamawiający zastrzega, że w szczególnych okolicznościach może wyrazić zgodę na publikację materiału na dalszych stronach.
- b) Kampania w prasie odbędzie się w terminie wrzesień – grudzień (z możliwością wydłużenia tego terminu za zgodą Zamawiającego z zastrzeżeniem, że umowa musi zakończyć się w najpóźniej do dnia 28.02.2026r. Publikacje będą realizowane zgodnie z harmonogramem przygotowanym we współpracy z Zamawiającym.

VIII. POZOSTAŁE WYMAGANIA WZGLĘDEM PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- 1) Wykonawca zamówienia zapewni profesjonalnego **fotografa** do wykonania relacji zdjęciowej z przebiegu sesji mentorskiej oraz Konferencji będącej podsumowaniem Programu Mentorskiego. Zamawiający wymaga dostarczenia (w formie elektronicznej) w terminie 2 dni



kalendaryzowych od organizacji każdego ze spotkań minimum 50 zdjęć (w wersji ostatecznej) z ich przebiegu oraz 500 zdjęć z konferencji podsumowującej w jakości min. 300dpi. Zamawiający otrzyma min. 50 zdjęć w jakości gotowej do publikacji, najpóźniej 2 h po zakończeniu konferencji.

- 2) Wszystkie materiały (artykuły, reklamy, posty, spoty/filmy, banery i inne) opracowane na potrzeby realizacji niniejszego zamówienia, muszą uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego przed ich emisją, w terminach określonych w opisie działań niniejszego dokumentu lub uzgodnionym harmonogramie. Nieuzyskanie akceptacji Zamawiającego w odniesieniu do materiału w terminie określonym jako ostateczny będzie traktowane jako niewykonanie zadania.
- 3) Wykonawca do wszystkich materiałów będących efektem realizacji niniejszego postępowania przenosi na Zamawiającego wszystkie prawa autorskie materialne bez ograniczenia czasowego oraz miejsca publikacji, wraz ze zgodami na wykorzystanie wizerunku wszystkich osób biorących udział w Programie Mentorskim i stworzonych materiałach.
- 4) Wykonawca oświadcza, iż posiada wiedzę, kwalifikacje i umiejętności niezbędne dla prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia.
- 5) Przygotowanie i przeprowadzenie wszystkich elementów zamówienia muszą zostać uzgodnione i zatwierdzone przez Zamawiającego.
- 6) Zamawiający zastrzega możliwość wprowadzania zmian do przygotowanych harmonogramów, projektów, planów, scenariuszy itp. przez Wykonawcę. Wykonawca ma obowiązek uwzględnienia wyżej wymienionych uwag.
- 7) Kontakt z Zamawiającym, w tym także otrzymywanie wszelkich akceptacji i odpowiedzi Zamawiającego w ramach realizacji niniejszego zamówienia, jest możliwy w godzinach od 7:30 do 15:30 w dni powszednie od poniedziałku do piątku z wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.