

Załącznik nr 1 do Formularza wyceny

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

**KOMPLEKSOWA ORGANIZACJA CYKLU PLENEROWYCH WYDARZEŃ PROMUJĄCYCH
POTENCJAŁ GOSPODARCZY POMORZA ZACHODNIEGO**

Zamawiający:

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
Gabinet Marszałka Biuro Promocji
ul. Korsarzy 34
70-540 Szczecin

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
Gabinet Marszałka, Biuro Promocji

ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 318, fax (+48 91) 43 29 457
promocja@wzp.pl, www.wzp.pl

SPIS TREŚCI:

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II. INFORMACJE O PROJEKCIE

III. CELE I REZULTATY DZIAŁANIA

IV. GRUPA DOCELOWA - ODBIORCY DZIAŁAŃ

V. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA WZGLĘDEM REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. OFICJALNA NAZWA WYDARZEŃ I STANOWISK
2. ORGANIZACJA TRASY TYPU ROADSHOW
3. HARMONOGRAM WYDARZEŃ
4. ATRAKCJE EVENTOWE PODCZAS WYDARZEŃ
 - A. ROADSHOW TRUCK - STREFA DLA PRZEDSIĘBIORCÓW
 - B. STREFY ROZRYWKI
 - C. ATRAKCJA GŁÓWNA
5. KONCEPCJA SCENOGRAFICZNA
6. KONKURS Z NAGRODAMI
7. SZCZEGÓŁOWY PLAN ORGANIZACYJNY EVENTU
8. KLUCZOWE OBOWIĄZKI WYKONAWCY
9. DZIAŁANIA ORGANIZACYJNE

VI. KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA

1. MATERIAŁY PROMOCYJNE
2. ULOTKI PROMOCYJNE
3. PLAKATY REKLAMOWE
4. KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA W PRASIE I INTERNECIE
 - A. BEZPŁATNE TYTUŁY PRASOWE
 - B. REGIONALNE PORTALE INTERNETOWE

VII. RAPORTOWANIE

VIII. POZOSTAŁE INFORMACJE

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem niniejszego zamówienia jest wykonanie kompleksowej usługi w zakresie organizacji cyklu **60 plenerowych imprez w formie roadshow** odbywających się na terenie województwa zachodniopomorskiego w terminie od dnia podpisania umowy do końca października 2018 r., z czego 5 wydarzeń odbędzie się na terenie miasta Szczecin i w powiecie polickim, a pozostałych 55 wydarzeń w innych wybranych lokalizacjach w regionie. Imprezy będą wsparte kampanią informacyjno-promocyjną m.in. w prasie oraz serwisach internetowych.
2. Istotą organizowanych imprez jest przeprowadzenie kampanii promocyjnej, mającej na celu zaprezentowanie gospodarczego potencjału województwa, wzmocnienie wizerunku gospodarczego Pomorza Zachodniego oraz promowanie marki Województwa Zachodniopomorskiego, jako regionu silnego gospodarczo, otwartego na innowacje i nowe pomysły biznesowego, ukierunkowanego na rozwój inteligentnych specjalizacji.
3. **Podstawowe elementy wchodzące w zakres zamówienia:**
 - 1) opracowanie trasy i kompleksowa organizacja 60 plenerowych imprez w regionie w formie roadshow,
 - 2) aranżacja i wykonanie scenografii eventowej,
 - 3) oznaczenie logotypami wybranych nośników reklamowych,
 - 4) organizacja i przeprowadzenie wszystkich atrakcji eventowych, w tym konkursu z nagrodami, kina plenerowego, występu artystycznego,
 - 5) dobór i organizacja atrakcji eventowych wykorzystujących nowoczesne technologie,
 - 6) zapewnienie koordynatora wydarzeń, personelu obsługowego, animatorów, prezenterów i opiekunów,
 - 7) transport i przechowywanie wszystkich elementów wykorzystywanych podczas imprez,
 - 8) zapewnienie sprzętu, wyposażenia, mebli eventowych i obiektów scenograficznych, podłączenia prądowego i Internetu,
 - 9) realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej z wykorzystaniem materiałów reklamowych, publikacji prasowych, ulotek promocyjnych i plakatów.
4. Przez **imprezę (event, przedsięwzięcie)** rozumie się w treści niniejszego Opisu Przedmiotu Zamówienia (OPZ) kompleksową organizację **wydarzenia** w jednej lokalizacji, w zakres którego wchodzi elementy określone w dalszej części OPZ.
5. We wszystkich wykonanych przez Wykonawcę materiałach należy posługiwać się nazwą **“Pomorze Zachodnie”** w kontekście województwa zachodniopomorskiego. Niewskazane jest posługiwanie się przez Wykonawcę podczas realizacji działań informacyjno-promocyjnych nazwą **“województwo zachodniopomorskie”**. Ponadto Zamawiający na potrzeby niniejszego opisu przedmiotu zamówienia w kontekście określania obszaru, na którym realizowane będą eventy, a także w odniesieniu do promowania tego obszaru, posługuje się zamiennie nazwami: **region = województwo zachodniopomorskie = Pomorze Zachodnie**.

II. INFORMACJE O PROJEKCIE

1. Niniejsze zamówienie jest częścią projektu pozakonkursowego realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020, Oś Priorytetowa I Gospodarka, Innowacje, Nowoczesne Technologie, Działanie 1.14 Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym, nazwa projektu: **"Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje"**. Wykonawca w ramach realizacji zamówienia zobowiązany jest do stosowania „Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”, zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego.
2. Wszelkie wydatki ponoszone w ramach niniejszego zamówienia, które nie zostały wyraźnie wyszczególnione przez Zamawiającego w OPZ, a które Wykonawca uzna za konieczne do poniesienia w celu prawidłowej realizacji przedmiotu zamówienia, muszą być zgodne z "Wytycznymi w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020". Wykonawca w trakcie realizacji zamówienia ma prawo do konsultowania oraz zwracania się do Zamawiającego z pytaniem o kwalifikowalność danego wydatku, a Zamawiający zobowiązany jest do udzielenia odpowiedzi niezwłocznie, w toku bieżących spraw.

Link do Wytycznych:

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-kwalifikowalnosci-wydatkow-w-ramach-europejskiego-funduszu-rozwoju-regionalnego-europejskiego-funduszu-spolecznego-oraz-funduszu-spojnosci-na-lata-2014-2020/>

3. Niniejszy przedmiot zamówienia winien być realizowany przez Wykonawcę zgodnie z "Regulaminem naboru projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020". Wykonawca w trakcie realizacji zamówienia ma prawo do konsultowania oraz zwracania się do Zamawiającego z pytaniem o zgodność realizacji zamówienia z ww. regulaminem, a Zamawiający zobowiązany jest do udzielenia odpowiedzi niezwłocznie, w toku bieżących spraw.

Link do Regulaminu naboru:

<http://www.rpo.wzp.pl/skorzystaj/nabory/114-wzmocnienie-pozycji-regionalnej-gospodarki-w-wymiarze-krajowym-i-miedzynarodowym-tryb-pozakonkursowy>

4. Wszystkie materiały wykonane i wykorzystywane na potrzeby niniejszego zamówienia muszą zostać oznaczone zgodnie z "Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji". Obowiązujący podręcznik dotyczy umów podpisanych do 31.12.2017 r. Wykonawca w trakcie realizacji zamówienia ma prawo do konsultowania oraz zwracania się do Zamawiającego z pytaniem o zasadność i zgodność oznaczenia materiałów z ww. podręcznikiem, a Zamawiający zobowiązany jest do udzielenia odpowiedzi niezwłocznie, w toku bieżących spraw.

Link do Podręcznika:

<http://www.rpo.wzp.pl/realizuje-projekt/poznaj-zasady-promowania-projektu/zasady-oznakowania-dla-umow-podpisanych-do-31-grudnia-2017-r>

III. CELE I REZULTATY DZIAŁANIA

1. Realizacja działania, jakim jest niniejsze zamówienie, zakłada zorganizowanie co najmniej 60 plenerowych imprez w formie **mobilnego punktu informacji gospodarczej** o regionie, w którym odwiedzający goście i uczestnicy będą mogli skorzystać z szerokiego wachlarza usług oferowanych przez mobilny punkt oraz przewidzianych atrakcji eventowych, stanowiących element zachęcający i angażujący gości eventu do odwiedzenia punktu.

1) Cel strategiczny:

Podstawowym celem realizacji działania jest wzmocnienie wizerunku gospodarczego Pomorza Zachodniego, promowanie marki Województwa Zachodniopomorskiego, jako regionu silnego gospodarczo, otwartego na innowacje i nowe pomysły biznesowe, ukierunkowanego na rozwój inteligentnych specjalizacji, przyjaznego innowacjom oraz zaprezentowanie gospodarczego potencjału województwa.

2) Cel operacyjny:

Promocja oferty regionu w zakresie wsparcia na rzecz przedsiębiorców z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Promocja walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego mająca na celu wzrost świadomości na temat możliwości rozwoju gospodarczego w regionie, promocję ofert inwestycyjnych, poprawę atrakcyjności inwestycyjnej obszarów, które mają szansę na rozwój społeczny, gospodarczy i tworzenie miejsc pracy.

3) Cel komunikacyjny (przekaz):

Zbudowanie i utrwalenie świadomości silnej marki Pomorza Zachodniego wśród jak najszerszego grona odbiorców z grupy docelowej. Zachęcenie przedsiębiorców i potencjalnych inwestorów do inwestowania na terenie Pomorza Zachodniego poprzez promowanie infrastruktury przedsiębiorczości dostosowanej do oczekiwań przedsiębiorców, wspieranie kooperacji zachodniopomorskich przedsiębiorstw z potencjalnymi partnerami i kontrahentami oraz promocję dobrych praktyk gospodarczych regionu.

Celem działania będzie również promowanie realizowanego przez Zamawiającego w ramach odrębnego postępowania Konkursu Gospodarczego Pomorza Zachodniego i zachęcanie przedsiębiorców do wzięcia w nim udziału, a także zachęcenie do wzięcia udziału w grywalizacji i głosowaniu na laureatów tego konkursu oraz podsumowującej go Gali Finałowej.

2. Rezultaty:

- 1) Realizacja działania powinna prowadzić do osiągnięcia wymiernych efektów w postaci m.in. liczby wypromowanych ofert inwestycyjnych regionu; liczby potencjalnych inwestorów z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, którym zostanie przedstawiona oferta inwestycyjna regionu; liczba spotkań z potencjalnymi inwestorami.

- 2) W rezultacie przeprowadzonych działań podniesiony zostanie również poziom konkurencyjności gospodarki regionu, a wizerunek gospodarczy województwa zachodniopomorskiego oraz pozycja silnej regionalnej gospodarki zostaną trwale wzmocnione i ugruntowane.

IV. GRUPA DOCELOWA - ODBIORCY DZIAŁAŃ

1. Głównymi odbiorcami realizowanego zamówienia są **mikro, mali i średni przedsiębiorcy (MMŚP) pochodzący z województwa zachodniopomorskiego**.
2. Ponadto grupę docelową, do której powinny dotrzeć działania przewidziane w niniejszym OPZ, stanowią także potencjalni inwestorzy z sektora MMŚP (do potencjalnych inwestorów nie należy zaliczać inwestorów już prowadzących działalność na terenach inwestycyjnych znajdujących się w województwie zachodniopomorskim; do potencjalnych inwestorów należy natomiast zaliczać podmioty prowadzące działalność gospodarczą bez względu na liczbę osób je reprezentujących).
3. Grupa odbiorców promocji gospodarczej realizowanej w niniejszym zamówieniu powinna być także adekwatna do zakładanych celów i planowanych do osiągnięcia rezultatów. Wybór docelowych odbiorców wsparcia musi zostać dokonany z zachowaniem zasad przejrzystości i równego traktowania.
4. Wśród **pośredniej grupy odbiorców** powinny znajdować się również
 - 1) osoby planujące otworzyć działalność gospodarczą, poszukujące informacji gospodarczych o regionie, możliwościach rozpoczęcia i rozwoju działalności gospodarczej,
 - 2) osoby zainteresowane skorzystaniem z usług informacyjno-doradczych oferowanych przez mobilny punkt informacji gospodarczej,
 - 3) przedsiębiorcy zainteresowani wzięciem udziału w Konkursie Gospodarczym Pomorza Zachodniego (realizowanym przez Zamawiającego jako odrębne działanie),
 - 4) osoby zainteresowane wzięciem udziału w grywalizacji i głosowaniu na laureatów Konkursu Gospodarczego Pomorza Zachodniego,
 - 5) pozostali mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego.
5. Zamawiający zastrzega, że grupy docelowej nie powinni stanowić **turyści pochodzący spoza województwa zachodniopomorskiego**, a wybór lokalizacji, w których będą odbywały się imprezy nie może być podyktowany dużą liczbą ww. turystów odwiedzających dane miejsce w określonym czasie.

V. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA WZGLĘDEM REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. OFICJALNA NAZWA WYDARZEŃ I STANOWISK

- 1) Wykonawca zobowiązany jest do opracowania **oficjalnej nazwy cyklu niniejszych wydarzeń** (nazywanych na potrzeby niniejszego OPZ "**Mobilnym Punktem Informacji Gospodarczej**"), która

będzie wykorzystywana we wszystkich przekazach. Zamawiający wymaga, aby nazwa była nowoczesna, ciekawa i atrakcyjna.

- 2) Oprócz nazwy wydarzenia Wykonawca proponuje także **nazwy dla poszczególnych stanowisk** znajdujących się w Trucku i strefie atrakcji. Nazwy muszą być nowoczesne i odzwierciedlać zakres oferowanych w ramach danego stanowiska usług.
- 3) Nazwa cyklu wydarzeń oraz poszczególnych stanowiska zostanie przekazana do akceptacji Zamawiającego **przed pierwszą imprezą wraz z harmonogramem wydarzeń**.
- 4) Zamawiający ma prawo do wnoszenia uwag do zaproponowanych nazw, a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględnienia.
- 5) Jednocześnie Zamawiający zastrzega, że w ramach niniejszego zamówienia **nie wymaga stworzenia nowego logotypu** będącego znakiem identyfikacyjnym wydarzenia. Celem zamówienia jest promocja marki "**Pomorze Zachodnie**" i takie też logo, zgodne z Systemem Identyfikacji Wizualnej Zamawiającego, będzie wykorzystywane w celu promocji imprez, we wszystkich przekazach.

2. ORGANIZACJA TRASY TYPU ROADSHOW

- 1) Zamawiający wymaga, aby cykl imprez odbył się w formie **trasy promocyjnej typu roadshow**, co umożliwi przeprowadzenie akcji promocyjnej o szerokim zasięgu, a tym samym dotarcie do szerokiego grona odbiorców. Organizacja wydarzeń w formie roadshow ma na celu wzmocnienie przekazu, wzbudzenie większego zainteresowania odbiorcy dzięki zastosowaniu kreatywnej i nowoczesnej formy promocji, a poprzez cykliczność imprez, zapewnienie ciągłości komunikatu, co w efekcie powinno przyczynić się do lepszego osiągnięcia celów i rezultatów działania.
- 2) Każda wizyta mobilnego punktu w wybranej lokalizacji będzie stanowiła **otwarte**, w pełni **bezpłatne** spotkanie i prezentację skierowaną do wszystkich zainteresowanych osób, odbiorców, uczestników wydarzenia. Wybrane miejscowości organizacji imprezy powinny zostać połączone ciekawym **motywu przewodnim**, do wyboru którego zobligowany jest Wykonawca.
- 3) Organizacja trasy typu roadshow będzie wymagała od Wykonawcy sprawnej koordynacji wszystkich działań, w tym działań logistycznych. W każdym miejscu organizacji wydarzenia zostanie przeprowadzony pełen pakiet działań i atrakcji, stanowiący zintegrowany zbiór działań promocyjnych, szczegółowo opisany w dalszej części OPZ.
- 4) Cykliczność wydarzeń będzie polegała przede wszystkim na zapewnieniu ciągłości komunikatu, czyli promowaniu szeroko pojętego potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego, jednak każdorazowo poszczególne działania informacyjne, promocyjne, świadczone usługi w zakresie konsultacji, szczegółowy merytoryczny przekaz i wymiar wydarzenia, a także atrakcje eventowe muszą zostać **dostosowane do profilu i liczby potencjalnych odbiorców** działań w danej lokalizacji, ze szczególnym uwzględnieniem **charakterystyki i zasobów** danego obszaru.
- 5) Wykonawca zobowiązany jest do **kompleksowego** zaplanowania i przeprowadzenia wydarzeń. Oznacza to przede wszystkim zapewnienie Trucka, strefy atrakcji, niezbędnego sprzętu i wszelkich

podłączeń, uzyskania pozwoleń, przeprowadzenia wszystkich atrakcji, zapewnienia pełnego personelu obsługowego, montażu i demontażu mobilnego punktu oraz transportu wszystkich elementów składających się na scenografię i wyposażenie.

3. HARMONOGRAM WYDARZEŃ

- 1) W terminie do 7 dni od dnia podpisania umowy, **po uprzedniej konsultacji z Zamawiającym**, Wykonawca przedstawi do akceptacji **harmonogram wizyt** uwzględniający m.in.: miejsca, w których będą odbywały się eventy, terminy eventów **wraz z opracowaną mapką całej trasy** wskazującą miejscowość i datę każdego wydarzenia.
- 2) Obszarem, na którym będą odbywały się wydarzenia będzie **wyłącznie województwo zachodniopomorskie**. Konkretnie miejscowości i terminy imprez zostaną ustalone przez Wykonawcę we współpracy z Zamawiającym po podpisaniu umowy, przy czym **5 eventów odbędzie się na terenie miasta Szczecin i powiatu polickiego**, a kolejnych **55 w pozostałych miejscowościach w regionie**. Ostatni z eventów odbędzie się w Szczecinie i będzie stanowił **podsumowanie** całej trasy.
- 3) Pierwsza impreza odbędzie się po podpisaniu umowy w terminie ustalonym przez Wykonawcę w ofercie.
- 4) **Uwaga! Wraz z harmonogramem działań Wykonawca wskaże także - według wytycznych i we współpracy z Zamawiającym - które z organizowanych wydarzeń będą elementem większego eventu, a które będą stanowiły pojedynczą, odrębną imprezę.**
- 5) Wydarzenia odbywać się będą w **głównych miastach województwa zachodniopomorskiego**, bądź w miejscach charakterystycznych, istotnych z punktu widzenia celu niniejszego zamówienia.
- 6) Dobór odpowiedniej lokalizacji dla wydarzeń plenerowych oparty będzie na następujących przesłankach:
 - a) bardzo dobra dostępność dla ruchu pieszego,
 - b) położenie w śródmieściach (centrach), cechujących się dużym natężeniem ruchu pieszego,
 - c) prestiż lokalizacji, dobre otoczenie: estetyczne, zadbane.
- 7) Każde wydarzenie powinno trwać **nie krócej niż 8 godzin** (czas dostępności dla uczestników bez montażu i demontażu), z uwzględnieniem rodzaju przewidzianych atrakcji eventowych, np. kino plenerowe wyświetlane przy użyciu projektora, powinno odbywać się w czasie umożliwiającym dobrą widoczność wyświetlanego filmu (np. po zachodzie słońca). W uzasadnionych przypadkach Zamawiający dopuszcza zmianę długości trwania imprezy, co Wykonawca zobowiązany jest każdorazowo ustalić z Zamawiającym i uzyskać jego zgodę.
- 8) Harmonogram zostanie dostarczony Zamawiającemu co najmniej **w wersji elektronicznej** do pobrania.
- 9) Zamawiający zastrzega sobie możliwość wnoszenia **uwag i poprawek** do harmonogramu, a także zmiany terminu i miejsca imprezy w przypadku wystąpienia okoliczności uniemożliwiających realizację wydarzenia w wybranym uprzednio miejscu i czasie. Wszelkie zmiany harmonogramu

lub jego części składowych przez Wykonawcę wymagają uzyskania akceptacji Zamawiającego i dostarczenia zaktualizowanego harmonogramu.

4. ATRAKCJE EVENTOWE PODCZAS WYDARZEŃ

- 1) W ramach każdej z przewidzianych imprez Wykonawca dokona wyboru konkretnych atrakcji eventowych spośród atrakcji opisanych poniżej i przedstawi je wraz z ofertą. **Wydarzenia powinny zostać podzielone według wielkości** - imprezy o najmniejszym, średnim i największym zasięgu w odniesieniu do przewidywanej liczby uczestników.
- 2) Zamawiający wymaga zorganizowania:
 - a) **30 eventów o najmniejszym zasięgu** (+/- 3 eventy),
 - b) **25 eventów o średnim zasięgu** (+/- 3 eventy),
 - c) **5 eventów o największym zasięgu**, przy czym wszystkie imprezy organizowane w Szczecinie i nie mniej niż 2 imprezy organizowane w powiecie polickim będą imprezami o największym zasięgu.
- 3) Stałym elementem każdego eventu będzie **ROADSHOW TRUCK, STREFA ATRAKCJI DLA DZIECI i ATRAKCJA GŁÓWNA**. Mobilny punkt informacji gospodarczej będzie składał się z dwóch głównych stref: **strefy dla przedsiębiorców** w postaci Roadshow Trucka oraz **strefy atrakcji**.
- 4) Każda strefa musi zapewniać profesjonalną i kompleksową obsługę odwiedzających (**personel obsługowy**), w tym każde stanowisko i atrakcja w strefie musi zapewniać profesjonalnych animatorów, prowadzących lub koordynatorów.
- 5) Zamawiający wymaga zaprojektowania oraz wykonania odpowiednich **oznaczeń z nazwami każdej ze stref** - zarówno strefy atrakcji, samego Trucka, jak i znajdujących się w nich stanowisk. Oznaczenia powinny być spójne wizualnie z przyjętą koncepcją, estetyczne i wykonane w nowoczesnej formie. **Wykonawca dostarczy Zamawiającemu projekty oznaczeń wraz z harmonogramem wydarzeń.**
- 6) Truck musi zostać odpowiednio **oznaczony** znakami Pomorza Zachodniego. **Koncepcję graficzną oznaczenia Trucka** Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego wraz z harmonogramem działań, po uprzedniej konsultacji z Zamawiającym.
- 7) **Uwaga! Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany przez Wykonawcę Trucka na inny element scenografii eventowej, którego funkcja będzie tożsama z funkcjami, jakie pełni w niniejszym zamówieniu Truck. W przypadku dokonania powyższej zmiany, Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie zaproponowanego przez siebie rozwiązania wraz z jego uzasadnieniem.**
- 8) **Uwaga! Zamawiający dopuszcza możliwość samodzielnego wyboru przez Wykonawcę formy zadania strefy atrakcji dla dzieci. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie zaproponowanego przez siebie rozwiązania wraz z jego uzasadnieniem.**

A. ROADSHOW TRUCK - STREFA DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

- 1) Truck promocyjny (**Roadshow Truck**) będzie **stałym elementem każdego wydarzenia**, stanowiącym jednocześnie jego kluczową część. Truck powinien zostać indywidualnie dostosowany i zaaranżowany na potrzeby niniejszego zamówienia. Powinien być również wyposażony co najmniej w zabudowę stanowisk (np. meble, krzesła, hokery, laptopy), klimatyzację (w przypadku, gdy naczepa będzie stanowiła zamkniętą przestrzeń), generator prądu i instalację elektryczną 220 V, telewizor LED, oświetlenie wewnętrzne.
- 2) Zarówno Truck, jak i świadczone w jego ramach usługi, powinny stanowić spójny, nowoczesny i atrakcyjny element zachęcający potencjalnych odbiorców do odwiedzenia mobilnego punktu.

3) We wnętrzu Trucka Wykonawca zagwarantuje:

- a) stanowisko informacyjne **Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COliE)** Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, które będzie świadczyło usługi w zakresie m.in. informacji i promocji stref ekonomicznych i inwestycyjnych w regionie. Jego celem będzie prezentacja oferty inwestycyjnej oraz kompleksowe wsparcie dla potencjalnych inwestorów poszukujących informacji o możliwościach inwestycyjnych, możliwościach kooperacji w szczególności z zagranicznymi kontrahentami i partnerami.
 - W zakresie obsługi stanowiska COliE, Zamawiający zagwarantuje odpowiednią liczbę przedstawicieli, a Wykonawca nie poniesie żadnych kosztów związanych z wynagrodzeniem tych osób oraz delegacją, transportem, noclegiem.
 - W zakresie stanowiska informacyjnego COliE Wykonawca poniesie jedynie koszt związany z zabudową stoiska i transportem jego wyposażenia.
- b) stanowisko informacyjne **Głównego/Lokalnego Punktu Informacyjnego** Funduszy Europejskich (GPI), funkcjonujące w sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w regionie, którego celem będzie m.in. udzielanie kompleksowego wsparcia i informacji dla potencjalnych inwestorów oraz dla przedsiębiorców, w szczególności z sektora MMŚP, o możliwościach uzyskania wsparcia finansowego przy otwieraniu, prowadzeniu i rozwijaniu działalności gospodarczej, a także informowanie o ukierunkowaniu regionu na rozwój inteligentnych specjalizacji i możliwości otrzymania wsparcia w prowadzeniu działalności w tym obszarze.
 - Działalność GPI jest w pełni finansowana z Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020, w związku z tym Wykonawca nie będzie ponosił żadnych kosztów związanych z udziałem GPI w wydarzeniach (m.in. wynagrodzenie, delegacja, nocleg, transport, sprzęt komputerowy, materiały promocyjne i reklamowe).
 - Zamawiający zagwarantuje także odpowiednią liczbę przedstawicieli GPI biorących udział w wydarzeniach, w tym pokryje koszty ich udziału.
 - **Wykonawca nie jest zatem zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia dla osób obsługujących stanowisko informacyjne GPI.**
 - W ramach stanowiska GPI Wykonawca zobowiązany jest jedynie do zapewniania zabudowy stoiska, spójnego z pozostałą zabudową Trucka i transportu jego wyposażenia.

- c) co najmniej jedno stanowisko, na którym będzie można **oddawać głosy na laureatów Konkursu Gospodarczego Pomorza Zachodniego¹**, przy czym głosy będą oddawane elektronicznie, z wykorzystaniem łącza internetowego, a Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia wszelkich niezbędnych narzędzi umożliwiających oddanie głosu (m.in. sprzętu komputerowego i łącza internetowego).
- W ramach tego stanowiska Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia m.in. przedstawiciela obsługującego stanowisko, posiadającego wiedzę w przedmiotowym zakresie, jak i zaaranżowania oraz zagwarantowania pełnego wyposażenia stanowiska, w tym m.in. mebli, niezbędnego sprzętu, materiałów promocyjnych, odebranych uprzednio z miejsca wskazanego przez Zamawiającego.
- d) stanowisko multimedialne wykorzystujące **nowoczesne technologie, wirtualną i/lub rozszerzoną rzeczywistość (Virtual Reality, Mixed Reality, Augmented Reality)**, przeznaczone dla biznesu - przedsiębiorców lub potencjalnych inwestorów. Przez stanowisko multimedialne Zamawiający rozumie na przykład: stół lub totem interaktywny oparty na ekranach dotykowych, tablice multimedialne, okulary VR. Przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii Wykonawca zaprezentuje ciekawe dla przedsiębiorców zagadnienia związane np. z prowadzeniem działalności, możliwościami rozwoju przedsiębiorstwa, ofertą gospodarczą regionu, terenami inwestycyjnymi, regionalnymi specjalizacjami. Wybrane przez Wykonawcę nowoczesne technologie będą także wykorzystane w celu promocji dobrych praktyk gospodarczych regionu. Wykonawca dokona wyboru formy, sposobu i narzędzi wykorzystujących nowoczesne technologie we wskazanym powyżej zakresie i przedstawi je wraz z ofertą. W ramach tego stanowiska Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia m.in. przedstawiciela obsługującego stanowisko, posiadającego wiedzę w przedmiotowym zakresie, jak i zagwarantowania pełnego wyposażenia stanowiska, w tym m.in. mebli, niezbędnego sprzętu, materiałów promocyjnych, odebranych uprzednio z miejsca wskazanego przez Zamawiającego.

B. STREFA ROZRYWKI

- 1) Strefa atrakcji i organizowane w jej ramach działania powinny odbywać się w bliskiej odległości od Trucka, tak aby tworzyć jeden spójny punkt/centrum informacyjno-rozrywkowe.
- 2) W przypadku opadów atmosferycznych lub niekorzystnych warunków pogodowych uniemożliwiających przeprowadzenie zaplanowanych działań bez zadaszenia, Wykonawca musi zagwarantować **zadaszenie** strefy atrakcji (np. namiot).
- 3) **Forma, kształt i wygląd zadaszenia** powinny nadawać wydarzeniu dynamiki, elegancji i klasy. **Dizajn zadaszenia** powinien być tak dobrany do przyjętej przez Wykonawcę koncepcji scenograficznej, aby wszystkie elementy scenograficzne współtworzyły **atrakcyjną przestrzeń o wysokich walorach estetycznych**.
- 4) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia w strefie pełnego wyposażenia, wszystkich niezbędnych sprzętów, w tym sprzętu elektronicznego, oświetlenia, wentylacji, podłączenia

¹ Konkurs Gospodarczy Pomorza Zachodniego jest realizowany w ramach innego postępowania przetargowego. Wykonawca w niniejszym postępowaniu zobowiązany będzie jedynie do zaaranżowania, wyposażenia i transportu stanowiska umożliwiającego oddania głosu na laureata konkursu.

prądowego o mocy gwarantującej bezawaryjną pracę wszystkich urządzeń, **stabilnej utwardzonej podłogi** i innych elementów gwarantujących prawidłową realizację zadania.

- 5) Wykonawca dokona wyboru poniżej opisanych atrakcji eventowych i kompleksowo zorganizuje ich przebieg. Atrakcje dla wybranych grup docelowych powinny zostać dobrane tak, aby zapewniały wysoką atrakcyjność, jakość i były elementem silnie zachęcającym do odwiedzenia mobilnego punktu.
- 6) **Strefa atrakcji dla dzieci** będzie składała się:
- a) ze **strefy sportowej**, w ramach której dzieci będą mogły skorzystać z wybranych atrakcji, np. warsztaty zajęć sportowych, gry i zabawy ruchowe, mini gry drużynowe. Strefa sportowa będzie miała na celu głównie zapewnienie ciekawej i bezpiecznej dobrej zabawy dla najmłodszych, z uwzględnieniem ich zdolności motorycznych. Wykonawca zapewni wszystkie niezbędne elementy do przeprowadzenia wybranych atrakcji, takie jak m.in.: bezpieczny sprzęt sportowy, przybory uatrakcyjniające zabawę, obsługę, opiekę, animatora.
 - lub**
 - b) ze **strefy artystyczno-naukowej**, w której dzieci będą mogły, pod okiem doświadczonego animatora, wziąć udział w twórczej zabawie np. plastycznej, teatralnej, kreatywnych warsztatach artystycznych, o określonych motywach przewodnich ze świata nauk ścisłych, zobaczyć lub wykonać spektakularne eksperymenty obrazujące najciekawsze zjawiska naukowe. Przewidywane zabawy powinny być niebanalne i bazować na oryginalnych pomysłach, tak aby gwarantowały udział jak największej liczby uczestników. Strefa artystyczno-naukowa dla dzieci powinna zapewniać np. ekspozycje naukowe, bańki mydlane, przybory plastyczne, przybory naukowe. Wykonawca zapewni wszystkie niezbędne elementy do przeprowadzenia wybranych atrakcji.
- 7) **Uwaga! Wykonawca wskaże w ofercie, którą ze stref z podpunktów a lub b wybrał do realizacji.**
- 8) **Uwaga! Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany atrakcji w strefie rozrywki dla dzieci na inną, zaproponowaną przez Wykonawcę, z zastrzeżeniem, że zaproponowana atrakcja główna będzie spełniała wymagane przez Zamawiającego cele, takie jak zachęcenie do odwiedzenia mobilnego punktu przez jak największą liczbę osób, a zarazem będzie nowoczesna i atrakcyjna. W przypadku dokonania powyższej zmiany, Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie zaproponowanego przez siebie rozwiązania wraz z jego uzasadnieniem.**

C. ATRAKCJA GŁÓWNA

- 1) Zamawiający wymaga, aby organizacja każdego z eventów przewidywała zapewnienie atrakcji głównej, stanowiącej **główny punkt programu**, a zarazem istotny punkt w przekazie medialnym, promującym wydarzenie. W czasie trwania imprezy lub na jej zakończenie Wykonawca przeprowadzi zaplanowaną atrakcję główną z uwzględnieniem następujących wymagań:
- a) podczas imprez o **najmniejszej skali** atrakcją główną będzie stanowiło **kino plenerowe**, przy czym Zamawiający zastrzega, że nie może to być ten sam repertuar na każdym z wydarzeń. Wykonawca zapewni niezbędny sprzęt, w tym ekran i obsługę techniczną,

wspólnie z Zamawiającym dokona wyboru repertuaru, uzyska wszelkie wymagane do wyświetlenia filmu pozwolenia i opłaci licencje filmowe, zapewni odpowiednią liczbę miejsc siedzących (np. leżaków) w liczbie nie mniejszej niż 80 sztuk podczas wydarzenia. Wybrany repertuar kinowy na wszystkie wydarzenia Wykonawca przedstawi Zamawiającemu wraz z ofertą.

- b) podczas imprez **średniej wielkości** atrakcją główną będzie stanowił **występ artystyczny rozpoznawalnej gwiazdy**, przy czym Zamawiający zastrzega, że nie może to być ten sam artysta na każdym z wydarzeń. Wykonawca zapewni kompleksową organizację i przeprowadzenie występu zgodnie z wymaganiami artysty, w tym np. scenę, sprzęt nagłośnieniowy i oświetleniowy, prowadzącego, najazdy kablowe, zadaszenie, uści niezbędne opłaty dla ZAiKS i innych. Wybór wszystkich artystów zostanie przedstawiony Zamawiającemu wraz z ofertą.
 - c) podczas imprez **o największej skali** atrakcją główną będzie stanowił pokaz typu **światło/dźwięk, mapping 3D, lightshow, lasershow lub hologram show**, przy czym Zamawiający zastrzega, że nie może to być ten sam rodzaj atrakcji na każdym z wydarzeń. Pokaz atrakcji podczas imprez o największej skali będzie stanowił unikatowe, nietuzinkowe wydarzenie, które przyciągnie do mobilnego punktu jak największą liczbę odwiedzających i zapewni im niepowtarzalne doznania i pozytywne emocje. Pokaz musi być wykonany w wysokiej jakości, na co najmniej ogólnokrajowym poziomie. Listę wybranych atrakcji na imprezy o największej skali Wykonawca przedstawi Zamawiającemu wraz z ofertą.
- 2) Wykonawca zapewni wszelkie niezbędne elementy, narzędzia, personel i sprzęt do przeprowadzenia atrakcji głównych podczas każdego wydarzenia.
 - 3) Skala imprezy będzie uzależniona od **przewidywanej liczby osób biorących w niej udział.**
 - 4) **Uwaga! Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany atrakcji głównej na inną, zaproponowaną przez Wykonawcę, z zastrzeżeniem, że zaproponowana atrakcja główna będzie spełniała wymagane przez Zamawiającego cele, takie jak zachęcenie do odwiedzenia mobilnego punktu przez jak największą liczbę osób, a zarazem będzie nowoczesna i atrakcyjna. W przypadku dokonania powyższej zmiany, Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie zaproponowanego przez siebie rozwiązania wraz z jego uzasadnieniem.**

5. KONCEPCJA SCENOGRAFICZNA

- 1) Zamawiający wymaga od Wykonawcy zaprojektowania, aranżacji i budowy **nowoczesnej kompleksowej scenografii eventowej** na potrzeby realizacji wydarzeń. Koncepcja powinna uwzględniać m.in. dobór odpowiedniej do wydarzeń technologii (w strefach nowoczesnych technologii), w tym scenografię multimedialną.
- 2) Poszczególne elementy scenografii muszą być spójne, harmonijnie ze sobą współgrać i tworzyć logiczną całość. Wykonawca musi zagwarantować dbałość o detale scenografii i ich wysoką

jakość. Scenografia powinna być zauważalna, designerska, unikatowa, dedykowana potrzebom niniejszego zamówienia, a także użytkowa i funkcjonalna.

3) **Minimalne wymagania względem scenografii:**

- a) Głównym elementem scenografii powinien być **amerykański Truck typu Show Car lub inny alternatywny pojazd** stanowiący innowacyjny nośnik reklamowy oraz centralny element mobilnego punktu.
 - b) Zapewnienie i kompleksowa obsługa **ekranu LED**, na którym będą wyświetlane materiały filmowe przekazane przez Zamawiającego. Ekran powinien mieć wymiar co najmniej 12 metrów kwadratowych i być umieszczony np. na jednej ze ścian Trucka lub w innym miejscu gwarantującym dobrą oglądalność.
 - c) Opcjonalnym elementem scenografii powinien być również nowoczesny, designerski **namiot** (np. namiot pneumatyczny lub masztowy) **lub zadaszenie**, pod którym realizowane będą działania przewidziane w strefie rozrywki. Wielkość zadaszenia powinna gwarantować pomieszczenie przewidywanej liczby uczestników.
 - d) Wykonawca musi także zagwarantować pełne **wyposażenie eventowe**, w tym meble i obiekty scenograficzne, a także niezbędny sprzęt i zabudowę, zgodnie z przyjętą przez siebie koncepcją scenograficzną, takie jak m.in.: miejsca siedzące dla co najmniej 80 osób w postaci np. leżaków, oświetlenie efektowe, nagłośnienie, zabudowę stoisk, scenę o wymiarach nie mniejszych niż 12 metrów kwadratowych.
 - e) Koncepcja scenograficzna powinna określać wybrane przez Wykonawcę nowoczesne rozwiązania technologiczne i komunikacyjne w oparciu o najnowsze trendy, tak aby merytoryczny wymiar organizowanych wydarzeń był spójny z ich częścią wizerunkową.
 - f) Wybrane elementy scenografii powinny być **oznaczone logiem Pomorza Zachodniego** i innymi znakami wskazanymi przez Zamawiającego po podpisaniu umowy (w tym oznaczenia projektu), tak aby zapewniały jednoznaczne, pozytywne skojarzenia z marką Pomorza Zachodniego.
- 4) W terminie 7 dni od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu **pełną koncepcję scenograficzną** do akceptacji **w formie graficznej oraz opisowej**. Koncepcja powinna uwzględniać wszystkie kluczowe elementy mobilnego punktu informacji gospodarczej, uwzględniające ww. minimalne wymagania względem scenografii, opisywać ich funkcje i zakres działań. Zamawiający ma prawo do konsultowania z Wykonawcą przyjętych przez niego założeń i wspólnego ustalenia ostatecznej wersji koncepcji.

6. KONKURS Z NAGRODAMI

- 1) W celu zachęcenia przedsiębiorców do skorzystania z oferty mobilnego punktu, Zamawiający wymaga, aby Wykonawca zaplanował, przygotował i przeprowadził w trakcie eventów konkurs oraz sfinansował nagrodę główną.
- 2) Konkurs musi zostać skierowany do przedsiębiorców z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z regionu.
- 3) Konkurs będzie prowadzony od pierwszego eventu. Na ostatnim evencie zostanie wyłoniony zwycięzca konkursu, któremu zostanie wręczona nagroda.

- 4) Szczegółową koncepcję konkursu Wykonawca musi przedstawić nie później niż **8 dni po podpisaniu umowy**.
- 5) Zamawiający nie precyzuje szczegółowych merytorycznych wymagań względem organizacji konkursu poza poniżej wymienionymi.

a) **Regulamin i mechanika konkursu:**

- Zamawiający wymaga opracowania przez Wykonawcę **zasad udziału, kryteriów wyboru zwycięzcy konkursu, reklamacji** oraz wszelkich pozostałych warunków niezbędnych do realizacji konkursu.
 - Regulamin musi zostać opracowany zgodnie z regulującymi tę kwestię **aktami prawa polskiego** i być prawidłowy pod kątem formalno-prawnym.
 - Zamawiający zastrzega, że konkurs gospodarczy nie może przybrać formy **loterii promocyjnej** regulowanej w ustawie z 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych. W przypadku, gdy Wykonawca określi elementy konkursu w sposób charakterystyczny dla loterii promocyjnej, Zamawiający nie poniesie konsekwencji formalno-prawnych oraz karno-skarbowych w tym zakresie.
 - Regulamin musi również regulować kwestie związane z koniecznością odprowadzenia przez Wykonawcę **podatku dochodowego** od nagrody otrzymanej przez zwycięzcę, a także regulować kwestie związane z **przetwarzaniem danych osobowych**.
 - W regulaminie muszą znaleźć się również informacje o tym, kto jest **organizatorem konkursu**, kto jest podmiotem odpowiedzialnym za przeprowadzenie konkursu oraz fundującym nagrodę, jaka **nagroda** jest przewidziana do wręczenia oraz jaka jest jej **wartość**, jakie warunki i kryteria należy spełnić, aby otrzymać nagrodę.
- 6) Konkurs powinien uwzględniać ogólny koncept kreatywny całego zadania, a wszelkie działania powinny być spójne koncepcyjnie, informacyjnie i wizerunkowo z innymi elementami wydarzenia.
 - 7) Nagrodę należy sfinansować i wykorzystać **do końca grudnia 2019 r.**, a Zamawiającemu przedstawić raport potwierdzający zrealizowanie działania wraz z potwierdzeniem odbioru nagrody przez zwycięzcę i wskazaniem jej ostatecznej wartości.
 - 8) Raport, o którym mowa w punkcie poprzedzającym należy przedłożyć Zamawiającemu **nie później niż do 31.01.2020 r.**
 - 9) **NAGRODA DLA ZWYCIĘZCY KONKURSU: wsparcie kooperacji zachodniopomorskich przedsiębiorstw w postaci udziału dwóch przedstawicieli zwycięskiego przedsiębiorstwa w zagranicznej misji gospodarczej połączonej z bilateralnymi spotkaniami z potencjalnymi kontrahentami. Wartość nagrody wyniesie co najmniej 40 tys. zł brutto.**

a) W ramach nagrody Wykonawca zobowiązuje się w szczególności do:

- uzgodnienia ze zwycięzcą konkursu rodzaju misji gospodarczej, w której chce uczestniczyć zwycięzca,
- pokrycia kosztów zakupu biletów lotniczych,
- pokrycia kosztów zakupu biletów wstępu na imprezę targowo-wystawienniczą związaną z branżową misją gospodarczą,
- uiszczenia opłat związanych z uzyskaniem niezbędnych wiz oraz ubezpieczeń osób,

- pokrycia kosztów wykonania projektu, druku, dystrybucji i emisji materiałów promocyjnych dedykowanych przedsiębiorstwu uczestniczącemu w misji gospodarczej (w szczególności: ulotek, broszur, folderów, płyt CD z materiałami dotyczącymi przedsiębiorstwa itp. - w liczbie nie mniejszej niż 2 tysiące sztuk wybranego przez zwycięzcę materiału) lub wpisu do wspólnego katalogu uczestników przedsięwzięcia w związku z udziałem w branżowej misji gospodarczej, w tym wydatków związanych z tłumaczeniem treści tych materiałów na język obcy,
- pokrycia kosztów przejazdu, zakwaterowania i wyżywienia związanych z udziałem w misji gospodarczej,
- zapewnienia i pokrycia kosztów usług doradczych dotyczących nawiązania kontaktów biznesowych przedsiębiorstw związanych z zagraniczną misją gospodarczą,
- pokrycia kosztów opłat związanych z merytorycznym przebiegiem zagranicznej misji gospodarczej w szczególności poniesienia kosztów spotkań biznesowych, w tym wydatków poniesionych na usługi tłumaczeń, wydatków poniesionych na wynajem sali wraz z niezbędnym wyposażeniem,
- pokrycia kosztów kompleksowej organizacji stoiska wystawienniczego na targach, w tym: projektu stoiska, obsługi, montażu i demontażu,
- pokrycia kosztów wynajęcia powierzchni targowo-wystawienniczej.

7. SZCZEGÓŁOWY PLAN ORGANIZACYJNY EVENTÓW

- 1) Wykonawca najpóźniej **10 dni po zawarciu umowy** przedstawi Zamawiającemu **szczegółowy plan organizacyjny** wydarzeń. Plan organizacyjny musi uwzględniać w szczególności:
 - a) **plan imprezy** - dokładny godzinowy podział działań wraz ze wskazaniem osób niezbędnych do organizacji i przeprowadzenia eventu oraz zakresem ich obowiązków i danymi kontaktowymi (e-mail, numer telefonu komórkowego). Zamawiający wymaga ustanowienia koordynatora eventów, obecnego podczas każdego wydarzenia, który będzie koordynował przebieg wydarzenia i na bieżąco informował Zamawiającego o przebiegu działań, w tym o możliwych zagrożeniach i zaistniałych utrudnieniach.
 - b) **szczegółowy opis działań przygotowawczych i końcowych** - w tym m.in. montaż i demontaż mobilnego punktu (m.in. liczba godzin, liczba osób, niezbędny sprzęt i inne), w tym opis wszelkich czynności koniecznych do podjęcia w celu montażu i demontażu mobilnego punktu (jeśli takie wystąpią).
 - c) wskazanie **miejsca**, w którym będzie odbywał się event - miejscowość i dokładna lokalizacja (np. plac Katedralny, ulica Janosika, skwer im. J. Szczerskiej, Plac Jasne Błonia, plac przy Urzędzie Gminy) ,
 - d) przewidywana **liczba uczestników** - w podziale na wydarzenia o określonej wielkości oraz łącznie we wszystkich eventach,
 - e) **analiza potencjalnego zagrożenia** na wypadek niekorzystnych warunków atmosferycznych, awarii sprzętu, podłączenia do prądu, internetu i innych możliwych do wystąpienia zagrożeń uniemożliwiających realizację imprezy zgodnie z założeniami wraz z opisem czynności zapobiegawczych i naprawczych,
 - f) **wymiary** każdego z elementów scenografii, wyposażenia oraz **wymiary całego mobilnego punktu** (obszaru, który będzie zajmował, w tym długość i szerokość w metrach) wraz

podaniem szczegółowych danych technicznych najważniejszych elementów (przede wszystkim Trucka, namiotu, sceny i stoisk),

- g) **terminy sporządzania, dostarczania i dystrybucji poszczególnych elementów**, w szczególności: projektu ulotki, projektu plakatu, dostarczenia gotowych ulotek i plakatów, propozycji materiałów promocyjnych (gadżetów), gotowych gadżetów, dystrybucji ulotek i plakatów w poszczególnych miejscowościach, dostarczenia harmonogramu i jego elementów składowych, koncepcji scenograficznej, opisu i regulaminu konkursu, szczegółowego planu organizacyjnego, pozwoleń, licencji, polisy ubezpieczeniowej.

8. KLUCZOWE OBOWIĄZKI WYKONAWCY

- 1) Sprawdzenie **dostępności i rezerwacja wybranych miejsc** w zaplanowanym terminie. W przypadku braku dostępności wybranego miejsca, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję równoważnego miejsca w danej miejscowości lub alternatywny termin.
- 2) Zapewnienie w każdym z wybranych miejsc **terenu o wielkości odpowiedniej dla organizacji wydarzenia** o wymiarach zapewniających przestronną organizację eventu, w tym:
 - a) zapewnienie wszelkich niezbędnych **uzgodnień, pozwoleń, decyzji administracyjnych** i innych dokumentów umożliwiających organizację wydarzeń na wybranym terenie oraz dokonanie stosownych opłat związanych z jego wynajmem i użytkowaniem na potrzeby realizacji eventu, w terminach uwzględniających montaż, przebieg akcji oraz demontaż,
 - b) właściwe **przygotowanie terenu** na potrzeby realizacji eventu oraz uprzątnięcie po pracach montażowych i zabezpieczenie elementów infrastruktury technicznej wydarzenia,
 - c) dostosowanie terenu i infrastruktury wydarzenia na potrzeby dostępności dla **osób niepełnosprawnych**;
 - d) zapewnienie **ochrony** wydarzenia przez wyspecjalizowany podmiot (jeżeli impreza nie będzie częścią większego wydarzenia) w trakcie trwania eventu (zgodnie z ustawą o organizacji imprez masowych),
 - e) zapewnienie w trakcie trwania eventu stałego **nadzoru i obsługi technicznej** w zakresie prawidłowego użytkowania terenu i przeprowadzenia zaplanowanych działań,
 - f) **przywrócenie terenu do stanu pierwotnego** po zakończeniu wydarzenia.
- 3) Zapewnienie **przyłączy i energii elektrycznej** o mocy, która zapewni bezawaryjną pracę podczas działania wszystkich urządzeń zasilanych energią elektryczną. Wykonawca pokryje koszty przyłączenia, zabezpieczenia przewodów elektrycznych (m.in. zapewnienia progów) oraz zużycia energii.
- 4) Zapewnienie **wyposażenia sanitarnego** w postaci kabin toaletowych.
- 5) Zapewnienie **bezprowodowego łącza internetowego** o przepustowości minimalnej 4 MB/s (prędkość wysyłania) gwarantującego bezawaryjną pracę wszystkich urządzeń.
- 6) Zapewnienie **ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej (OC)** wobec osób trzecich (za szkody majątkowe i osobowe) na sumę co najmniej **500 000,00 zł** (słownie: pięćset tysięcy złotych) na

czas trwania wszystkich wydarzeń, transportu, jak również prac montażowych i demontażowych z nimi związanych oraz **przedłożenie Zamawiającemu do wglądu polisy ubezpieczeniowej nie później niż na 5 dni przed datą pierwszego wydarzenia.**

9. DZIAŁANIA ORGANIZACYJNE

1) Założenia podstawowe:

a) Realizacja przedmiotu zamówienia w ścisłej **współpracy** z Zamawiającym, w tym w szczególności przekazywanie do akceptacji wszelkich materiałów wytworzonych na potrzeby przedmiotowych działań, jak teksty/publikacje, projekty graficzne, inne materiały wskazane w pozostałych częściach OPZ.

b) Nawiązanie **współpracy z partnerami regionalnymi** (m.in. jednostkami samorządu terytorialnego). Współpraca z partnerami będzie elementem wspólnych ustaleń pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą w trakcie realizacji zamówienia.

c) **Konsultowanie i uzgadnianie działań, czynności i rozwiązań w zakresie jak najlepszego dostosowania przebiegu przedmiotowych działań do uwarunkowań w poszczególnych regionach, przy czym wypracowane w toku takiej współpracy działania, czynności i rozwiązania winny być każdorazowo uzgadniane z Zamawiającym i przez niego akceptowane.**

d) Każdorazowe **zabezpieczenie** po demontażu wszystkich elementów scenografii, wyposażenia i materiałów w taki sposób, aby nie uległy one uszkodzeniu podczas transportu na kolejne wydarzenie.

e) **Transport** wszystkich elementów scenografii, wyposażenia i materiałów pomiędzy poszczególnymi miejscami eventów oraz dostawy ewentualnych elementów zmiennych (zindywidualizowanych pod względem miejsca imprezy – regionu) na miejsca imprez.

f) **Przechowywanie** wszystkich stałych elementów scenografii i wyposażenia pomiędzy terminami poszczególnych imprez.

g) **Usuwanie usterek i zniszczeń** stałych elementów scenografii i wyposażenia, jakie mogły powstać w trakcie ich eksploatacji, przewożenia i przechowywania. Prace te mają na celu przywrócenie należytej estetyki oraz funkcjonalności elementów.

h) **Odbiór** z miejsca wskazanego przez Zamawiającego oraz transport elementów scenografii, materiałów, wyposażenia (rollupy, ścianki, materiały reklamowe i promocyjne, gadzety etc.) przekazanych Wykonawcy na potrzeby realizacji wydarzeń (w tym również załadunek i rozładunek).

i) Uzgodnienie z Zamawiającym **zwrotu** elementów przekazanych Wykonawcy na potrzeby realizacji wydarzeń. W przypadku wskazania przez Zamawiającego elementów do zwrotu, Wykonawca zapewni ich dostawę (w tym również załadunek i rozładunek) do miejsca wskazanego przez Zamawiającego.

- j) Zapewnienie **kierowcy** Trucka posiadającego odpowiednie uprawnienia do prowadzenia tego rodzaju pojazdu.

VI. KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA

1. MATERIAŁY PROMOCYJNE

- 1) Zamawiający wymaga dostarczenia **3 rodzaje materiałów promocyjnych** stanowiących nośnik reklamowy dodatkowo wspierający kampanię promocyjno-informacyjną i zachęcający odbiorców do odwiedzenia mobilnego punktu informacji.
- 2) Zamawiający wymaga, aby materiały promocyjne były nowoczesne, **atrakcyjne i użyteczne dla ich odbiorców** oraz wykonane w **wysokiej jakości**.
- 3) Wykonawca dokona wyboru materiałów promocyjnych zgodnie z wymaganiami opisanymi poniżej i przedstawi Zamawiającemu **listę wybranych materiałów** wraz z ich opisem, zdjęciem zawierającym odpowiednie logotypy, funkcjonalnością i parametrami technicznymi nie później niż 8 dni od dnia podpisania umowy.
- 4) Ostatecznie zaakceptowane i gotowe materiały należy **dostarczyć Zamawiającemu nie później niż 5 dni przed pierwszym eventem**.
- 5) Zamawiający zastrzega sobie prawo do **zmiany** wybranego przez Wykonawcę materiału w przypadku, gdy zaproponowany przez niego materiał nie będzie spełniał niżej opisanych założeń.
- 6) Zamawiający wymaga dostarczenia **6 tys. sztuk/egzemplarzy każdego z materiałów**. Na dostarczenie składają się: odbiór od producenta/dystrybutora, załadunek, transport i rozładunek w miejscu wskazanym przez Zamawiającego (magazyn) oraz na miejsca eventów.
- 7) Materiały mogą być **przechowywane** przez Zamawiającego w jego magazynach na terenie miasta Szczecin.
- 8) Materiały promocyjne mogą stanowić **gadżety reklamowe**, jednak każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę gadżetów musi bezpośrednio nawiązywać do celów² projektu 1.14 RPO WZ

² Celami projektu, w ramach którego realizowane jest niniejsze zamówienie są:

- podniesienie poziomu konkurencyjności i innowacyjności gospodarki regionu, dzięki wsparciu i wykorzystaniu potencjału regionalnych przedsiębiorstw i warunków gospodarczych,
- promocja elementów, które świadczą o wyjątkowości wiedzy i zasobów regionu, sprzyjaniu tworzenia nowych firm, czego konsekwencją będzie wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym i uzyskanie przewagi gospodarczej,
- stworzenie optymalnego środowiska gospodarczego sprzyjającego rozwojowi przedsiębiorstw w regionie, ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP oraz inteligentnych specjalizacji,
- tworzenie i rozwój infrastruktury na rzecz rozwoju gospodarczego poprzez działania promocyjne i wspierające;
- poprawa dostępu do usług otoczenia biznesu,
- ukierunkowanie przedsiębiorstw na zwiększenie stopnia kooperacji z partnerami regionalnymi, krajowymi i zagranicznymi,
- tworzenie warunków na rzecz rozwoju gospodarczego.

Planowane rezultaty projektu:

- wzmocnienie pozytywnego wizerunku Pomorza Zachodniego wśród mieszkańców regionu i kraju;

2014-2020 i stanowiąc nośnik informacji o tych celach. Oznacza to, że zakup gadżetu nie stanowiącego nośnik informacji o projekcie i zakładanych w jego ramach celach, nie może zostać uznany za koszt kwalifikowalny w projekcie.

9) Zamawiający zaznacza, że materiał promocyjny, na którym będą znajdowały się jedynie logotypy Zamawiającego i projektu, a także informacje o współfinansowaniu projektu z EFRR, nie będą uznawane za kwalifikowalne materiały stanowiące nośnik informacji.

10) Przykłady **kwalifikowalnych** materiałów promocyjnych:

- a) kalendarz książkowy, na którego pierwszych stronach będą zamieszczone mapy ze strefami inwestycyjnymi promowanymi w projekcie (zakup kalendarza bez map to koszt niekwalifikowalny, ponieważ nie stanowi nośnika informacji o celach projektu);
- b) zewnętrzny nośnik danych typu pendrive z wgraną prezentacją dotyczącą oferty inwestycyjnej regionu (zakup pendriva bez wgranej prezentacji to koszt niekwalifikowalny, ponieważ nie stanowi nośnika informacji o celach projektu);
- c) gra planszowa dedykowana gospodarczym aspektom Pomorza Zachodniego (np. specjalnym strefom ekonomicznym, regionalnym specjalizacją).

Link do specjalizacji: http://www.rpo.wzp.pl/sites/default/files/pliki/wykaz_is_projekt.pdf

11) Przykłady **niekwalifikowalnych** materiałów promocyjnych:

- a) kubek, power bank, długopis, torba oznaczone znakami promocyjnymi Pomorza Zachodniego lub nazwą projektu.

12) Podczas eventów personel obsługowy będzie **przekazywał** gadżety osobom odwiedzającym mobilny punkt i korzystającym z jego usług.

13) Wszystkie materiały promocyjne muszą zostać oznaczone odpowiednimi **logotypami** przekazanymi Wykonawcy po podpisaniu umowy.

2. ULOTKI PROMOCYJNE

1) W celu poinformowania potencjalnych odbiorców o miejscu i terminie organizacji eventów mobilnego punktu, wzięcia udziału w konkursie i o usługach, jakie będą świadczone w jego ramach, Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu ulotki promocyjne zawierające powyższe informacje.

2) Celem wykonania ulotek promocyjnych będzie również:

- a) wzmocnienie przekazu wydarzenia poprzez możliwość dotarcia do szerokiego grona

- wzrost świadomości wśród odbiorców o możliwościach rozwoju gospodarczego, jakie oferuje region, o potencjale regionalnej gospodarki, walorach gospodarczych regionu, które są przystosowane do efektywnego prowadzenia i rozwoju działalności na tym obszarze;

- zwiększenie rozpoznawalności marki Pomorza Zachodniego wśród mieszkańców regionu i kraju;

- ukazanie regionu jako silnego gospodarczo, otwartego na innowacje i nowe pomysły biznesowe oraz ukierunkowanego na rozwój inteligentnych specjalizacji,

- wsparcie rozwoju przedsiębiorstw z sektora MMŚP w regionie, w tym udostępnianie informacji o możliwościach kooperacji w szczególności z partnerami zagranicznymi,

- realizacja projektu przyczyni się do rozwiązania istotnych problemów, głównie w zakresie poprawy atrakcyjności inwestycyjnej obszarów, które mają szansę na rozwój społeczny, gospodarczy i tworzenie miejsc pracy,

- promocja infrastruktury przedsiębiorczości dostosowanej do oczekiwań przedsiębiorców.

- odbiorców, w szczególności do osób nie korzystających z Internetu,
- b) dotarcie do grupy docelowej z informacją o mobilnym punkcie informacji gospodarczej o regionie,
 - c) promowanie gospodarczych walorów Pomorza Zachodniego poprzez zaprezentowanie dotychczasowych dokonań i sukcesów gospodarczych obszaru, w którym odbywa się wydarzenie oraz zaprezentowanie możliwości rozwoju regionu.
- 3) Za **opracowanie treści** na ulotce oraz **dystrybucję** na wybranym obszarze będzie odpowiedzialny Wykonawca.
- 4) Dystrybucja ulotek na wybranym obszarze odbędzie się na **minimum 5 dni przed wydarzeniem**.
- 5) Ulotka musi być nowoczesna, spójna wizualnie i koncepcyjnie z innymi elementami w ramach mobilnego punktu.
- 6) Ulotka **na jednej ze stron** będzie informowała o szeroko pojętych możliwościach i sukcesach gospodarczych danego obszaru, na którym będzie odbywał się event (**Zamawiający zarekomenduje Wykonawcy odpowiednią tematykę w tym zakresie, którą Wykonawca zobowiązany będzie uwzględnić**), **na drugiej** o wydarzeniu (termin, miejsce, przewidziane atrakcje, konkurs z nagrodami itp.).
- 7) Specyfikacja techniczna ulotki:
- a) format strony A5, dwustronna,
 - b) druk: kolor CMYK 4/4,
 - c) papier: kreda matowa, 150 g/m²,
 - d) nakład minimum 65 tys. sztuk.
- 8) Projekt ulotki:
Wykonawca opracuje projekt graficzny ulotki zawierający zdjęcia i/lub infografiki wraz z jej treścią i przedstawi go do akceptacji Zamawiającemu we wspólnie ustalonym terminie umożliwiającym dystrybucję materiałów w zaplanowanym czasie.
- 9) Wymagania względem Wykonawcy:
- a) Opracowanie, zaprojektowanie, skład, druk, transport i dystrybucja na terenie województwa zachodniopomorskiego **co najmniej 65 tys. ulotek**.
 - b) Zamawiający wymaga zaprojektowania **jednego wzoru graficznego ulotki** na potrzeby wszystkich 60 imprez, której zmienną będzie jedynie treść dostosowana do każdej lokalizacji.
 - c) **Przekazanie do akceptacji Zamawiającego projektu ulotki** w wersji elektronicznej przed zleceniem do druku,
 - d) Zamawiający ma prawo do wnoszenia **uwag i poprawek** do projektu ulotki, a Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie najpóźniej 2 dni roboczych.
 - e) Dystrybucja odpowiedniej liczby ulotek w danej lokalizacji w terminie co najmniej 5 dni przed planowanym wydarzeniem, z czego **2 tysiące ulotek zostanie rozdystrybuowanych przed każdym eventem w Szczecinie i powiecie polickim (łącznie 10 tys.)**, a **1 tysiąc ulotek przed każdym wydarzeniem w pozostałych lokalizacjach w regionie (łącznie 55 tys.)**.

- f) Wraz z raportem miesięcznym Wykonawca będzie zobowiązany do przekazania **ostatecznej, zaakceptowanej** wersji projektu graficznego ulotki **w wersji elektronicznej do pobrania** w formatach: PDF poglądowy, PDF kompozytowy do druku, w plikach otwartych na komputer typu PC - w formatach zastosowanych przez Wykonawcę np. cdr, grafika rastrowa w formatach: tiff, psd, jpg, grafika pozazdjęciowa w formatach .eps, specyfikacja techniczna do druku w formacie .doc.
- g) Dystrybucja będzie poprzedzona odbiorem ulotek z drukarni, załadunkiem, transportem, wyładunkiem oraz kolportażem ulotek, a także ich magazynowaniem i konfekcjonowaniem w trakcie realizacji zadania. Szczegółowy tryb dostarczenia ulotek będzie przedmiotem uzgodnień roboczych pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą.
- h) Wykonawca zobowiązany jest do **udokumentowania** (w comiesięcznych raportach) prawidłowej dystrybucji ulotek w każdej lokalizacji w sposób umożliwiający właściwą ścieżkę audytu (w szczególności w odniesieniu do liczby rozdanych ulotek i obszarów na których były dystrybuowane).

3. PLAKATY REKLAMOWE

- 1) W celu poinformowanie potencjalnych odbiorców o organizacji eventu w ich okolicy Wykonawca opracuje i rozdystrybuuje plakaty reklamowe informujące m.in. o terminie, dokładnej lokalizacji wydarzenia, przewidywanych atrakcjach i oferowanych usługach, konkursie z nagrodami, organizatorze i ewentualnych partnerach wydarzenia.
- 2) Każde wydarzenie będzie poprzedzone umieszczeniem w danej lokalizacji i jej okolicach plakatów reklamowych o mobilnym punkcie najpóźniej na około **10 dni przed planowanym wydarzeniem**.
- 3) **Zamawiający zastrzega, że nie wymaga rozwieszania plakatów w Szczecinie. Plakaty muszą zostać rozwieszone wyłącznie w pozostałych miejscowościach regionu (i ich okolicach), w których będzie odbywał się event.**
- 4) Plakaty muszą zostać umieszczone w **legalnych**, wyznaczonych do tego miejscach o dużym natężeniu ruchu, co pozwoli na dotarcie do szerokiego grona potencjalnych odbiorców.
- 5) Plakat musi być nowoczesny, spójny wizualnie i koncepcyjnie z innymi elementami w ramach mobilnego punktu.
- 6) Specyfikacja techniczna:
 - a) format B2, jednostronny,
 - b) druk: kolor CMYK 4/0,
 - c) papier: kreda matowa, 150 g/m²,
 - d) nakład: minimum 5500 sztuk.
- 7) Projekt:

Wykonawca opracuje projekt graficzny plakatu zawierający zdjęcia i/lub infografiki wraz z jego treścią i przedstawi go do akceptacji Zamawiającego we wspólnie ustalonym terminie umożliwiającym rozwieszenie plakatów w zaplanowanym czasie.

4) Wymagania względem Wykonawcy:

- a) Opracowanie, zaprojektowanie, skład, druk i dystrybucja na terenie województwa zachodniopomorskiego co najmniej **5,5 tys. plakatów**.
- b) Zamawiający wymaga zaprojektowania **jednego wzoru graficznego plakatu** na potrzeby wszystkich imprez, którego zmienną będzie jedynie treść dostosowana do każdej lokalizacji.
- c) **Przekazanie do akceptacji** Zamawiającego projektu plakatu w wersji elektronicznej przed zleceniem do druku, w terminie umożliwiającym dystrybucję plakatów w ustalonym czasie.
- d) Zamawiający ma prawo do wnoszenia **uwag i poprawek** do projektu plakatu, a Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie najpóźniej 2 dni roboczych.
- e) Wraz z raportem miesięcznym Wykonawca będzie zobowiązany do przekazania **ostatecznej, zaakceptowanej** wersji projektu graficznego plakatu **w wersji elektronicznej do pobrania** w formatach: PDF poglądowy, PDF kompozytowy do druku, w plikach otwartych na komputer typu PC - w formatach zastosowanych przez Wykonawcę np. cdr, grafika rastrowa w formatach: tiff, psd, jpg, grafika pozazdjęciowa w formatach .eps, specyfikacja techniczna do druku w formacie .doc.
- f) Dystrybucja będzie poprzedzona odbiorem plakatów z drukarni, załadunkiem, transportem, wyładunkiem oraz umieszczeniem plakatów w wyznaczonym miejscach, a także ich magazynowaniem i konfekcjonowaniem w trakcie realizacji zadania. Szczegółowy tryb dostarczenia plakatów będzie przedmiotem uzgodnień roboczych pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą.
- g) Wykonawca zobowiązany jest do **udokumentowania** (w comiesięcznych raportach) prawidłowego umieszczenia plakatów w każdej lokalizacji w sposób umożliwiający właściwą ścieżkę audytu (w szczególności w odniesieniu do liczby rozwieszonych plakatów i obszarów, na których były dystrybuowane).

4. KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA W PRASIE I INTERNECIE

- 1) Realizowany cykl imprez plenerowych w regionie wsparty będzie kampanią promocyjno-informacyjną w:
 - **1 wybranym bezpłatnym tytule prasowym** - wraz odpowiadającym mu portalem internetowym i fanpage'm w serwisie społecznościowym,
 - **3 wybranych regionalnych portalach internetowych** - wraz odpowiadającymi im fanpage'ami w serwisie społecznościowym.
- 2) Zadanie obejmuje **samodzielne przygotowanie materiału prasowego** (pełne opracowanie graficzne i edytorskie), zakup/zapewnienie powierzchni reklamowej i publikację materiału w

tytule prasowym oraz na **odpowiadającym mu portalu internetowym** (w przypadku tytułu prasowego) i **koncie w serwisie społecznościowym**.

- 3) Tematyka publikacji będzie obejmowała **promocję gospodarczą regionu oraz eventów** wraz z wszelkimi niezbędnymi informacjami umożliwiającymi wzięcie udziału w wydarzeniu przez zainteresowane osoby, takimi jak m.in. terminy imprez, lokalizacja, organizator, konkurs z nagrodami.
- 4) Celem publikacji powinno być **zachęcenie do wzięcia udziału w evencie** i skorzystania z oferowanych w jego ramach usług oraz atrakcji przez jak największą liczbę osób.
- 5) Przekaz powinien być nienachalny, oryginalny, dostosowany do wybranej grupy docelowej i zakresu wydarzenia.
- 6) Wybrany bezpłatny tytuł prasowy, odpowiadający mu portal internetowy i fanpage w serwisie społecznościowym, a także adresy portali regionalnych i odpowiadających im fanpage'y w serwisach społecznościowych zostaną wskazane przez Wykonawcę w ofercie.
- 7) Zamawiający w trybie roboczym będzie rekomendował Wykonawcy tematykę publikacji z uwzględnieniem czasu niezbędnego na przygotowanie materiału.
- 8) Publikacja nastąpi zgodnie z **media planem**, który Wykonawca przedstawi Zamawiającemu **nie później niż 7 dni przed pierwszym zleceniem publikacji** danego materiału prasowego z zastrzeżeniem, że każda publikacja musi ukazać się **nie później niż na 7 dni przed planowanym wydarzeniem**.
- 9) Wykonawca zobowiązany jest do uzyskania **ostatecznej akceptacji Zamawiającego** wszystkich wytworzonych materiałów w terminie **nie później niż 2 dni przed zleceniem materiału do emisji**.
- 10) Zamawiający zastrzega sobie możliwość **zmiany** formy publikacji, dnia tygodnia, w którym ma się ona ukazać oraz miejsca publikacji w przypadku wystąpienia okoliczności uniemożliwiających publikowanie informacji zgodnie z niniejszymi wymaganiami.
- 11) W przypadku, gdy Wykonawca nie będzie w stanie zrealizować zamówienia zgodnie z warunkami określonymi przez Zamawiającego, zobowiązany będzie do niezwłocznego poinformowania o tym fakcie Zamawiającego oraz do wyjaśnienia przyczyn niemożności zrealizowania zamówienia. W takim przypadku Wykonawca będzie zobowiązany niezwłocznie zaproponować inne warunki np. zmianę daty publikacji. Zmiana warunków będzie wymagała akceptacji Zamawiającego. W sytuacji braku takiej akceptacji Zamawiający może zrezygnować z publikacji ogłoszenia.
- 12) W przypadku **błędów** w publikacji ogłoszenia (np. niezgodność opublikowanej treści z zamówieniem) Wykonawca będzie zobowiązany do jego niezwłocznej powtórnej publikacji bez błędów na swój koszt. W takim przypadku nowy terminy publikacji zostanie ustalony w drodze porozumienia z Zamawiającym z zastrzeżeniem, że publikacja nie może odbyć się po terminie wydarzenia, którego miała dotyczyć.

A. BEZPŁATNE TYTUŁY PRASOWE

- 1) Obowiązki Wykonawcy:
 - a) Wykonawca dokona wyboru co najmniej jednego bezpłatnego tytułu prasowego, o średnim miesięcznym nakładzie w województwie zachodniopomorskim co najmniej 25 tys. egzemplarzy w okresie ostatnich 3 miesięcy, w którym zostanie opublikowany materiał prasowy dotyczący mobilnego punktu informacji gospodarczej.
 - b) Wybrany tytuł prasowy musi posiadać odpowiadające mu konto w co najmniej jednym **serwisie społecznościowym**. Materiały prasowe publikowane w drukowanych wersjach

prasy będą publikowane także w odpowiadających im serwisach społecznościowych, na fanpage'ach wybranego tytułu.

- c) Publikacje będą ukazywały się **co najmniej raz w tygodniu** i będą informowały o wydarzeniach organizowanych w kolejnym tygodniu. Publikacje w prasie bezpłatnej będą odbywały się w cyklach tygodniowych, to znaczy, że jeśli w okresie jednego tygodnia zorganizowane zostaną np. 3 eventy, dana publikacja będzie informowała o wszystkich trzech wydarzeniach. Wykonawca nie będzie musiał w takim przypadku zlecać trzech publikacji na każdy event osobno.
- d) **Przez bezpłatny tytuł prasowy Zamawiający rozumie** prasę bezpłatną ukazującą się na obszarze województwa zachodniopomorskiego.
- e) Wybrany tytuł prasowy będzie poruszał tematykę w obszarach: **biznes, gospodarka, ekonomia, lifestyle, opiniotwórczych.**
- f) Częstotliwość ukazywania się wybranego tytułu prasowego: **nie rzadziej niż raz na tydzień.**
- g) Publikacje zostaną umieszczone w **na stronach 3, 5 lub 7 tytułu prasowego.**
- h) Druk ogłoszenia: **full color**, format: **full page.**

B. REGIONALNE PORTALE INTERNETOWE

1) **Obowiązki Wykonawcy:**

- a) Wykonawca dokona wyboru **co najmniej trzech regionalnych portali internetowych, których liczba realnych użytkowników w okresie ostatnich 3 miesięcy wyniosła średnio nie mniej niż 100 tysięcy/miesięcznie**, na których zostanie opublikowany materiał prasowy dotyczący mobilnego punktu informacji gospodarczej.
- b) **Wybrany portal internetowy musi posiadać własny fanpage w serwisie społecznościowym, na którym liczba fanów/obserwujących jest nie mniejsza niż 20 tysięcy.**
- c) Publikacje będą ukazywały się **co najmniej raz w tygodniu** i będą informowały o wydarzeniach organizowanych w kolejnym tygodniu.
- d) Publikacje zostaną umieszczone w **na głównej stronie serwisu przez co najmniej 4 dni, ale nie dłużej niż 7 dni.**
- e) Forma ogłoszenia: artykuł prasowy.

VII. RAPORTOWANIE

- 1. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącego informowania Zamawiającego o postępach prac, nie rzadziej jednak niż **raz na miesiąc**. To znaczy, że Wykonawca po zakończeniu każdego miesiąca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu **raport** dokumentujący działania zrealizowane w danym miesiącu, zgodne z mapą trasy mobilnego punktu i terminarzem eventów.
- 2. W terminie do 7 dni po zakończeniu każdego miesiąca realizacji zamówienia Wykonawca będzie przedstawiał Zamawiającemu raporty miesięczne z wykonania wszystkich czynności objętych

niniejszym zamówieniem. W terminie do 10 dni po zakończeniu realizacji działania, Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport końcowy. Wszystkie raporty powinny zostać dostarczone w wersji elektronicznej oraz papierowej wraz z fakturą VAT.

3. **Raporty miesięczne** dostarczane wraz z fakturą, a w nich:

- 1) dokumentacja potwierdzająca realizację eventu, w tym dokumentacja zdjęciowa,
- 2) po 2 egzemplarze wykonanych ulotek i plakatów, wycinki prasowe, print screeny reklam w serwisach internetowych, po 2 egzemplarze każdego z gadżetów, dokumentacja fotograficzna i inna potwierdzająca dystrybucję ulotek i rozwieszenie plakatów, po 2 egzemplarze tytułów prasowych, w których zostały opublikowane materiały prasowe
- 3) opis przebiegu każdej z imprez,
- 4) liczba osób, która wzięła udział w ewencie, ich ogólna charakterystyka,
- 5) wykazanie osiągnięcia celów i rezultatów zadania, w tym m.in. informowanie o postępach w pracach i uzgodnieniach z poszczególnymi partnerami, zgodności z przyjętym harmonogramem lub o opóźnieniach w stosunku do jego założeń.

4. **Raport końcowy** dostarczony nie później niż 14 dni po ostatnim ewencie, a w nim:

- 1) podsumowanie wszystkich wydarzeń: osiągnięte cele, rezultaty, wskaźniki, liczba imprez, ich przebieg, zrealizowane działania marketingowe i promocyjne
- 2) dane liczbowe o wszystkich pracach prowadzonych w obszarze jakości

5. **Obligatoryjne elementy raportów:**

- 1) **Ogólny opis wydarzenia.**
 - a) data, miejsce i czas trwania eventu,
 - b) liczba i profil uczestników wydarzenia (w tym liczba przedsiębiorców ubiegająca się o skorzystanie),
 - c) wymagania organizacyjne imprezy (m.in. pozwolenia, niezbędna dokumentacja),
 - d) plan imprezy z podziałem na poszczególne strefy eventu (Truck, strefa atrakcji dla dzieci, strefa atrakcji dla dorosłych),
 - e) narzędzia promocji wydarzenia,
 - f) główna atrakcja wydarzenia,
 - g) zaproszeni goście z podaniem imion i nazwisk oraz reprezentowanej funkcji,
 - h) liczba wykorzystanych gadżetów z uwzględnieniem rodzaju artykułu promocyjnego oraz profilu odbiorcy, do którego trafił,
 - i) napotkane problemy podczas realizacji eventu,
 - j) bezpośredni rezultaty zorganizowanego wydarzenia zgodnie z wytycznymi Regulaminu projektu
 - k) liczba potencjalnych inwestorów, do których Wykonawca dotarł z ofertą inwestycyjną regionu
 - l) liczba wypromowanych ofert inwestycyjnych
 - m) ostateczna liczba eventów
 - n) liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie niefinansowe

6. Dokumentacja fotograficzna

- 1) Dokumentacja powinna zawierać co najmniej **50 zdjęć z każdego eventu**. Zdjęcia mają przedstawiać zarówno całościowy obraz wydarzenia, jak też jego wszystkie, kluczowe elementy. Ich zadaniem jest w sposób optymalny odzwierciedlić charakter i cel wydarzenia. Zdjęcia muszą zostać dostarczone w wersji elektronicznej w rozdzielczości co najmniej 300 dpi i wymiarach nie mniej niż 4000x2667.

VIII. POZOSTAŁE INFORMACJE

1. W przypadku zaistnienia okoliczności powodujących konieczność dokonania **zmian w terminach realizacji poszczególnych elementów zamówienia**, Zamawiający na uzasadniony wniosek Wykonawcy dopuszcza możliwość ich dokonania. Wniesienie powyższych zmian nie może jednak powodować negatywnych skutków w osiągnięciu celów niniejszego zamówienia i każdorazowo wymaga uzyskania zgody Zamawiającego.