

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

Organizacja dwóch edycji Konkursu Gospodarczego z kampanią promującą potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego

Kod CPV:

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

79342200-5 Usługi w zakresie promocji

72400000-4 Usługi internetowe

79822500-7 Usługi projektów graficznych

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

Spis treści

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA	3
II. WSTĘP	3
III. CEL ZAMÓWIENIA	3
IV. SŁOWNICZEK	4
V. GRUPA DOCELOWA	4
VI. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ	5
VII. KONKURS GOSPODARCZY	5
A. Ogólne założenia obu edycji Konkursu Gospodarczego:	5
B. Elementy, do których zapewnienia zobowiązany jest Wykonawca względem obu edycji Konkursu Gospodarczego:	6
C. Działania do wykonania przez Wykonawcę w ramach obu edycji Konkursu Gospodarczego:	6
D. Pakiet świadczeń*	9
VIII. KAMPANIA PROMOCYJNA KONKURSU GOSPODARCZEGO	18
IX. GALA FINAŁOWA	26
Załącznik nr 1: Przykłady aranżacji wydarzenia	32
Załącznik nr 2: Przykładowa wizualizacja projektu statuetki	34
Załącznik nr 3: Przykładowe rozwiązanie dotyczące wykorzystania ekranów	35
Załącznik nr 4: Przykładowa aranżacja przestrzeni networkingowej	36

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie dwóch edycji Konkursu Gospodarczego wraz z kampanią promującą potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.

Zamówienie zostanie zrealizowane w ramach projektu pn. „Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje - etap II” finansowanego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020, Działanie 1.14 "Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym".

Na przedmiot zamówienia składają się:

1. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie dwóch edycji Konkursu Gospodarczego.
2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie dwóch gal finałowych, podsumowujących poszczególne edycje Konkursu Gospodarczego.
3. Kampania promująca dwie edycje Konkursów Gospodarczych oraz potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.

II. WSTĘP

Województwo Zachodniopomorskie bezpośrednio wspiera gospodarkę regionalną oraz kreuje jej kierunki rozwoju m.in. poprzez ciągły monitoring stanu lokalnej gospodarki oraz cykliczne przygotowywanie przedsięwzięć zmieniających postrzeganie lokalnej gospodarki na arenie krajowej i międzynarodowej. Istotnym czynnikiem służącym wdrażaniu innowacji i kreatywności jest wspieranie działań na rzecz rozwoju gospodarczego wynikających ze współpracy indywidualnej z różnymi 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 (dalej MMŚP)**, w tym wspierających zrównoważony rozwój Pomorza Zachodniego.

Niniejsze zadanie polega na zaplanowaniu, przygotowaniu oraz przeprowadzeniu dwóch edycji Konkursu Gospodarczego dla przedsiębiorców z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw mającego na celu wyłonienie i zaprezentowanie działających, najbardziej innowacyjnych, kreatywnych, proekologicznych firm Pomorza Zachodniego oraz takich firm, które są na początku swojej biznesowej drogi.

Podsumowaniem obu edycji Konkursu będzie zorganizowanie dwóch gal finałowych (po każdej z edycji Konkursu), podczas których zostaną wyłonieni zwycięzcy oraz nagrodzeni laureaci. Ważnym elementem tych eventów będzie pokazanie Pomorza Zachodniego jako regionu silnego gospodarczo.

III. CEL ZAMÓWIENIA

1. Przeprowadzenie dwóch edycji Konkursu Gospodarczego wspierającego rozwój gospodarczy regionu poprzez zapewnienie m.in.: przestrzeni do wymiany doświadczeń.
2. Budowa i wzmacnianie wizerunku nowoczesnego regionu - otwartego na innowacje oraz kreatywne rozwiązania, ekologicznego.

3. Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym poprzez podniesienie poziomu konkurencyjności i innowacyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów świadczących usługi przyszłości i wspierające zrównoważony rozwój.

IV. SŁOWNICZEK

Finalista Konkursu Gospodarczego – uczestnik wybrany przez Kapitułę spośród zgłoszonych do Konkursu Gospodarczego mikro, małych i średnich przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego.

Gala Finałowa – przedsięwzięcie o charakterze eventu: podsumowujące proces głosowania mające na celu uhonorowanie zwycięzców Konkursu Gospodarczego; pokazujące zastosowane rozwiązania wspierające codzienną działalność firm; inspirujące do działania i rozwoju jego uczestników. Wydarzenie, podczas którego wręczone zostaną nagrody dla zwycięzców oraz odbędzie się ich prezentacja. Szczegółowe wymagania względem organizacji Gali określone zostały w odrębnym punkcie niniejszego OPZ.

Głosowanie – proces, podczas którego zostaną wybrani zwycięzcy obu edycji Konkursu Gospodarczego. System budujący platformę relacji między głosującymi, przedsiębiorcami a Zamawiającym, wzmacniająca zaangażowanie oraz motywację biorących w nim udział. Nagradzający reakcje, zachowania uczestników zaangażowanych w głosowanie. Do koncepcji głosowania może być wykorzystana przez Wykonawcę nieskomplikowana forma grywalizacji.

Influencer – osoba, która w świecie mediów społecznościowych oddziałuje na ludzi za pomocą osiągniętych zasięgów jednocześnie nawiązująca z nimi trwałe relacje. Osoba, którą obserwujący użytkownicy darzą zaufaniem. Potrafiąca wyrażonym przez siebie zdaniem umiejętnie oddziaływać na opinie skupionej wokół siebie społeczności. Lider opinii.

Kampania promocyjna Konkursów Gospodarczych - Konkursy Gospodarcze wymagać będą zaplanowania i przeprowadzenia przez Wykonawcę kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu i zmiennej intensywności. Szczegółowe informacje na temat kampanii promocyjnej Konkursu opisane zostały w dalszej części OPZ

Konkurs Gospodarczy – przedsięwzięcie skupiające się na wyłonieniu (za pomocą głosowania) spośród zgłoszonych finalistów najbardziej innowacyjnych, kreatywnych, proekologicznych firm mikro, małych i średnich przedsiębiorców (w tym firmy w początkowej fazie rozwoju) Pomorza Zachodniego oraz zaprezentowaniu ich działalności. Spośród uczestniczących w Konkursie przedsiębiorstw zostanie wybranych trzech zwycięzców. W każdej edycji weźmie udział maksymalnie 25 finalistów. *W 2022 roku odbędzie się III edycja a w 2023 roku IV edycja Konkursu.* Pierwsza edycja odbyła się w 2018 roku a druga w 2019 roku.

„Młodzi w garażu” – wyodrębniona kategoria Konkursu Gospodarczego. To osoby, planujące założyć działalność gospodarczą na etapie zgłoszeń do Konkursu Gospodarczego, które w ramach przystąpienia do niego dopełniły formalności związanych z założeniem działalności gospodarczej.

V. GRUPA DOCELOWA

1. Głównymi odbiorcami wszystkich działań objętych zamówieniem są **mikro, mali i średni przedsiębiorcy z Pomorza Zachodniego** (w tym firmy w początkowej fazie rozwoju).
2. Grupa odbiorców wszystkich elementów zamówienia powinna być adekwatna do zakładanych celów i planowanych rezultatów.

VI. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

1. Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie: od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą, przez okres 16 miesięcy, lecz nie później niż do dnia 30 listopada 2023 r., według opracowanego we współpracy z Zamawiającym harmonogramu.
2. Zamawiający przewiduje następujące orientacyjne etapy realizacji zamówienia:
 - I. Sierpień – wrzesień 2022 r.: wybór finalistów do udziału w III edycji Konkursu Gospodarczego
 - II. II połowa listopada 2022 r.: przeprowadzenie głosowania na podstawie, której spośród finalistów zostaną wybrani zwycięzcy Konkursu Gospodarczego
 - III. I połowa grudnia 2022 r.: Gala Finałowa III edycji Konkursu Gospodarczego
 - IV. Maj 2023 r.: wybór finalistów do udziału w IV edycji Konkursu Gospodarczego
 - V. I połowa września 2023 r.: przeprowadzenie głosowania na podstawie, której spośród finalistów zostaną wybrani zwycięzcy Konkursu Gospodarczego
 - VI. I połowa października 2023 r.: Gala Finałowa IV edycji Konkursu Gospodarczego.
3. Zakończenie prac nad niniejszym zamówieniem wiąże się z podpisaniem przez strony protokołu zdawczo-odbiorczego.

VII. KONKURS GOSPODARCZY

Do zadań Wykonawcy należy zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie Konkursu, którego celem będzie wyłonienie podmiotów gospodarczych z sektora MMŚP, których działania/produkty/usługi charakteryzują się największą innowacyjnością, kreatywnością i oryginalnością, i mają szansę stać się reprezentatywnymi dla gospodarki województwa zachodniopomorskiego.

A. Ogólne założenia obu edycji Konkursu Gospodarczego:

- Zamawiający wymaga, aby Wykonawca zaplanował, zorganizował i przeprowadził dwie niezależne edycje (III i IV) Konkursu Gospodarczego: „*TWÓJ BIZNES POD BANDERĄ SUKCESU*”, przy czym trzecia edycja konkursu odbędzie się w roku 2022, a czwarta w roku 2023 zgodnie z przyjętym harmonogramem.
- Obie edycje będą skierowane do sektora **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw** z Pomorza Zachodniego, z uwzględnieniem firm w **początkowej fazie rozwoju, start-upów, młodych kreatywnych przedsiębiorców, innowatorów z regionu oraz osób planujących założyć działalność gospodarczą**.
- **Zgłoszenia** do konkursu dokonywane będą:
 - bezpośrednio przez przedsiębiorstwa zainteresowane wzięciem udziału w Konkursie,
 - osoby planujące założyć działalność gospodarczą,
 - przez osoby niezwiązane z przedsiębiorstwem (potwierdzenie zgłoszenia w tym wypadku nastąpi po uzyskaniu przez Wykonawcę zgody wytypowanego do udziału w Konkursie przedsiębiorstwa).
- W obu edycjach Konkursu, spośród wszystkich zgłoszonych Wykonawca - w uzgodnieniu z powołaną przez Zamawiającego Kapitułą - wyłoni łącznie **45 finalistów Konkursu** (20 podczas III edycji i 25 podczas IV edycji) spośród których, każdorazowo wybranych zostanie **3 zwycięzców**. Zwycięzcy zostaną wyłonieni w ramach prowadzonej głosowania. Podczas obu edycji Konkursu przewidziano przyznanie (podczas Gal Finałowych) łącznie **dwóch nagród publiczności**, przyznanych w ramach przeprowadzonego w czasie rzeczywistym głosowania.

- Każda edycja Konkursu powinna uwzględniać przyjętą ogólną **koncepcję kreatywną** kampanii promocyjnej, a wszelkie działania w ramach tej kampanii powinny być **spójne** koncepcyjnie, informacyjnie i wizerunkowo z innymi działaniami kampanii.
- Zamawiający wymaga opracowania przez Wykonawcę zasad udziału i zgłoszeń (w tym przygotowania przez Wykonawcę prostego systemu zgłoszeń elektronicznych, w których zgłaszające się przedsiębiorstwa/osoby będą mogły wstępnie zadeklarować zainteresowanie skorzystaniem z poszczególnych elementów Pakietu świadczeń – opisanego w dalszej części OPZ, a osoby planujące założyć działalność gospodarczą będą mogły zadeklarować dopełnienie wszelkich formalności z tym związanych w czasie określonym w regulaminie Konkursu), kryteriów wyboru finalistów i zwycięzców konkursu, zasad głosowania oraz wszelkich pozostałych warunków niezbędnych do realizacji Konkursu (regulamin konkursu). Szczegółowe informacje na temat sposobu opracowania regulaminu Konkursu określone zostały w dalszej części OPZ.
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla Zamawiającego podstawowych informacji o zgłoszonych do Konkursu firmach i osobach. Informacja ta będzie zawierała (poza danymi rejestrowymi) krótki opis profilu działalności. Informacje te zostaną przekazane Zamawiającemu w **terminie 7 dni kalendarzowych** od zakończenia naboru firm do Konkursu. Termin ten może zostać wydłużony w porozumieniu z Zamawiającym.

B. Elementy, do których zapewnienia zobowiązany jest Wykonawca względem obu edycji Konkursu

Gospodarczego:

III edycja konkursu:

- zagwarantowanie udziału minimum **3 tysięcy osób w głosowaniu** z województwa zachodniopomorskiego na finalistów Konkursu - łącznie na wszystkich 20 finalistów,
- zagwarantowanie **udziału co najmniej 20 przedsiębiorstw** z sektora MMŚP z województwa zachodniopomorskiego (co najmniej po 5 przedsiębiorców z każdego sektora), przy czym osiągnięcie powyższych wskaźników powinno być wynikiem przeprowadzonych przez Wykonawcę kreatywnych działań angażujących i promocyjnych.

IV edycja konkursu:

- zagwarantowanie udziału **minimum 3 tysięcy osób w głosowaniu** z województwa zachodniopomorskiego na finalistów Konkursu - łącznie na wszystkich 25 finalistów,
- zagwarantowanie **udziału co najmniej 25 przedsiębiorstw** z sektora MMŚP z województwa zachodniopomorskiego (co najmniej po 5 przedsiębiorców z każdego sektora), przy czym osiągnięcie powyższych wskaźników powinno być wynikiem przeprowadzonych przez Wykonawcę kreatywnych działań angażujących i promocyjnych.

C. Działania do wykonania przez Wykonawcę w ramach obu edycji Konkursu Gospodarczego:

a) Koncepcja kreatywna Konkursu Gospodarczego

Wykonawca opracuje całkowitą kreatywną koncepcję kreatywną Konkursu - spójny pomysł, kreację/formułę dotyczącą realizacji III i IV edycji. Stworzona koncepcja musi być przede wszystkim kreatywna, angażująca odbiorców w ciekawy, nieinwazyjny 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 zaspakał potrzeb Zamawiającego w dostateczny sposób.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca dostarczył Zamawiającemu koncepcję w formie elektronicznej, a także uzyskał ostateczną akceptację Zamawiającego w przedmiotowej sprawie **najpóźniej 21 dni kalendarzowych** od zawarcia umowy.

Wykonawca zobowiązany jest do kompleksowej realizacji Konkursu Gospodarczego zgodnie z zaakceptowaną przez Zamawiającego ostateczną wersją koncepcji w terminach określonych w niniejszym opisie przedmiotu zamówienia (propozycje 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 ściśle nawiązywać (m.in. poprzez jakość i spójność) do kluczowych elementów kreatywnej koncepcji kampanii wskazanych przez Wykonawcę w ofercie, na podstawie których Wykonawca został wybrany do realizacji zamówienia.

b) Pozostałe elementy koncepcji kreatywnej Konkursu Gospodarczego

Strategia musi zawierać co najmniej:

- Wskazanie **kreatywnych, angażujących działań**, których celem będzie efektywne zachęcenie przedsiębiorców do wzięcia udziału w konkursie. Działania angażujące muszą zostać wdrożone w obu edycjach konkursu.

- Opracowanie **regulaminu Konkursu** dla obu edycji - w tym m.in. zasady uczestnictwa w konkursie, zasady Konkursu, kryteria wyboru finalistów i zwycięzców konkursu, reklamacje, zasady głosowania oraz regulaminu głosowania, sposobu doboru dodatkowych finalistów w przypadku niedopełnienia formalności przez osoby planujące założyć działalność gospodarczą oraz wszelkie pozostałe warunki dot. przeprowadzenia Konkursu nieokreślone przez Zamawiającego zostaną opisane przez Wykonawcę w przygotowanym przez Niego regulaminie. Regulamin musi zostać opracowany zgodnie z regulującymi tę kwestię aktami prawa polskiego i być prawidłowy pod kątem formalno-prawnym.

Regulamin musi również regulować kwestie związane z koniecznością odprowadzenia 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 nagrody, jakie nagrody są przewidziane do wręczenia oraz jaka jest ich wartość, jakie warunki i kryteria należy spełnić, aby otrzymać nagrodę - dotyczy zarówno zwycięzców Konkursu, jak i uczestników głosowania.

- Opracowanie **mechaniki głosowania w Konkursie** oraz sposobu jego realizacji i wdrożenia.

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.

Mechanizm głosowania, którego celem będzie zaangażowanie odbiorców do wzięcia udziału w głosowaniu na laureatów Konkursu, przy czym jego zasady muszą być transparentne, równe dla wszystkich uczestników, proste i intuicyjne. System do głosowania musi być autorskim systemem Wykonawcy lub systemem wykupionym przez Wykonawcę na potrzeby realizacji usługi, dopasowanym na potrzeby Konkursu Gospodarczego (np. oparty np. o możliwość rozłożenia przez głosujących określonej puli punktów na wybranych finalistów). Wykonawca opracuje i przedstawi Zamawiającemu strategię głosowania, zasady, formę i obszary wykorzystania głosowania w wybranych przez siebie kanałach i narzędziach promocji, zaproponuje narzędzia nagradzania uczestników, będzie odpowiedzialny za zarządzanie projektem głosowania oraz raportowanie. Wszelkie informacje o jego zasadach będą umieszczone na stworzonej przez Wykonawcę stronie internetowej, do której będzie odnośnik w zakładce na stronie <http://biznes.wzp.pl>. Głosowanie musi zostać wdrożone w obu edycjach konkursu.

- **Rozpoczęcie Konkursu** III edycji (nabór przedsiębiorstw) powinno nastąpić **najpóźniej 30 dni kalendarzowych** od podpisania umowy. Rozpoczęcie Konkursu IV edycji (nabór przedsiębiorstw) powinno nastąpić najpóźniej **do dnia 30 kwietnia 2023 roku**.

- Ostateczną propozycją **nagród** dla wybranej przez Wykonawcę liczby uczestników głosowania **oraz określenie kryteriów ich przyznawania** - dla każdej edycji konkursu. Nagrody mają zachęcić do wzięcia udziału w głosowaniu i przyczynić się do realizacji zamierzonych celów. **Zamawiający wymaga, aby wartość nagród dla zwycięzców (głosujących)** podczas głosowania w obu edycjach Konkursu Gospodarczego wynosiła łącznie 40 tysięcy złotych brutto (po 20 tysięcy złotych brutto na jeden Konkurs). Wybrane nagrody Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć zwycięzcom w **terminie 14 dni kalendarzowych** od ich wyłonienia.

- Wskazanie łącznie **dziesięciu influencerów** (po pięciu na edycję) zaangażowanych do realizacji kampanii promocyjnej wraz z uzasadnieniem ich wyboru względem efektywności działań promocyjnych - opis wymagań względem influencerów zawarty został w dalszej części OPZ.

- Wykonawca w koncepcji kreatywnej kampanii może zaproponować pozyskanie **partnera/partnerów** w postaci podmiotów, które mają uznaną markę na rynku i ustalić zasady współpracy oraz wzajemne świadczenia i realizację aktywności mających na celu zwiększenie prestiżu Konkursu oraz jego medialny zasięg. W ogólnej koncepcji kampanii Wykonawca przedstawi biznesowych partnerów oraz świadczenia jakie partner wykona w ramach współpracy.

- Wykonawca zaplanuje i sfinansuje **nagrody dla zwycięzców** (w tym nagrody publiczności i nagrody dla „Młodych w garażu”) obu edycji konkursu. Nagrody muszą być atrakcyjne i maksymalnie zachęcające przedsiębiorców do udziału w konkursie, np. ufundowanie szkolenia/kursu podnoszącego kwalifikacje przedsiębiorcy; udział w ciekawej i cennej inicjatywie, dającej realne szanse rozwoju przedsiębiorstwa. Zamawiający nie dopuszcza jako nagród jedynie statuetek i pucharów w klasycznych formach dostępnych do nabycia w sklepach. Nagrodami nie mogą być standardowe statuetki, puchary, książki gadżety sprzęt AGD i RTV. Nagrody dla zwycięzców będą stanowiły pomoc de minimis dla przedsiębiorców i muszą spełniać wymogi związane z jej udzielaniem. **Przy czym Zamawiający wymaga, aby wartość nagród dla zwycięzców Konkursu wynosiła:**

- **3 zwycięzców obu edycji Konkursu – I miejsce: 40 000,00 zł brutto, II miejsce: 30 000,00 zł brutto, III miejsce: 15 000,00 zł brutto,**
- **nagroda publiczności w każdej edycji Konkursu w wysokości po 15 000,00 zł brutto,**
- **nagroda dla „Młodych w garażu” w każdej edycji Konkursu w wysokości 15 000,00 zł brutto.**

- Wykonawca wykona statuetki dla zwycięzców oraz dla laureata nagrody publiczności i nagrody dla „Młodych w garażu” wg projektu przekazanego przez Zamawiającego (Załącznik nr 2) 7 dni kalendarzowych przed III Galą Finałową oraz 7 dni kalendarzowych przed IV Galą Finałową.

b.1) Opracowana kreatywna koncepcja konkursu po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego musi zostać w całości wdrożona przez Wykonawcę do działań w ramach kampanii promocyjnej.

c) Foldery/broszury reklamowe

Wykonawca opracuje merytorycznie i graficznie **koncepcję folderów** reklamowych Konkursu Gospodarczego oraz wydrukuje i dostarczy Zamawiającemu.

- W materiałach będą zamieszczone sylwetki finalistów konkursu (po jednym folderze reklamowej z sylwetkami **20 finalistów III edycji oraz 25 finalistów IV edycji** w liczbie po 1000 sztuk na edycję - objętość 25/30 stron, rozmiar 20x20 cm, papier 250-300 gr). W folderze reklamowym powinny znaleźć się także informacje o głosowaniu i Gali Finałowej.

- Folder reklamowy musi być spójny z wizerunkiem marki Pomorza Zachodniego i innymi działaniami związanymi z Konkursem pod kątem wizerunkowym. Projekt graficzny musi mieć nowoczesny charakter.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do ostatecznej akceptacji folderów reklamowych, którą Wykonawca zobowiązany jest uzyskać **najpóźniej 7 dni kalendarzowych** przed rozpoczęciem etapu głosowania na wybranych finalistów konkursu każdej z edycji.
- Wykonawca zobowiązany jest w projekcie folderu reklamowego wykorzystać dodatkowe materiały graficzne dostarczone przez Zamawiającego.
- Miejsce dostarczenia folderów reklamowych zostanie wskazane przez Zamawiającego po podpisaniu umowy, z zastrzeżeniem, że dostawa będzie miała miejsce na terenie miasta Szczecin.

d) Strona internetowa i platforma do głosowania na zwycięzców Konkursu

Wykonawca, w ramach pracy nad Konkursem będzie opracowywał informacje o działaniach realizowanych w ramach niniejszego zamówienia oraz umieszczał je w zakładce dotyczącej Konkursu na stronie <http://biznes.wzp.pl> (otrzyma stosowne uprawnienia w zakresie edycji). W ramach pracy nad powyższą zakładką musi m.in.: zostać utworzona **platforma do głosowania w Konkursie**, muszą pojawić się informacje (wcześniej przygotowane i opracowane przez Zamawiającego) dot. Finalistów wzbogacone o materiały graficzne, foto oraz filmowe.

e) Przyjmowanie i weryfikacja zgłoszeń

Wykonawca zobowiązany jest do **bieżącego przyjmowania i weryfikacji zgłoszeń uczestników** Konkursu, w tym sprawdzania zgodności zgłoszeń z regulaminem, udzielania dodatkowych informacji zainteresowanym podmiotom, bieżącej aktualizacji strony internetowej poprzez m.in. dodawanie newsów i aktualności związanych z Konkursem.

D. Pakiet świadczeń*

Wykonawca w ramach działań związanych z organizacją Konkursu odpowiedzialny będzie za zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie dwóch pakietów świadczeń (po jednym dla każdej z edycji) wspierających - obejmujących łącznie 45 finalistów. Poszczególne elementy wchodzące w zakres świadczeń pakietu mogą zostać uznane za pomoc publiczną de minimis. Przedsiębiorca będzie zobowiązany do przedstawienia wszystkich wymaganych dokumentów związanych z udzielaną pomocą de minimis. Zamawiający wykona wszelkie formalności związane z rozliczeniem pomocy de minimis..

*Osoby planujące założyć działalność gospodarczą na etapie zgłoszeń do Konkursu Gospodarczego (obu edycji), by skorzystać z elementów Pakietu muszą dopełnić formalności związanych z założeniem działalności gospodarczej przed rozpoczęciem korzystania z niniejszego Pakietu. W przypadku niezłożenia działalności gospodarczej w wyznaczonym terminie Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu - na miejsce takiego finalisty – osobę lub przedsiębiorstwo, które wejdzie na jego miejsce.

Materiały wypracowane przez firmy w ramach Pakietu mogą stanowić element w współzawodnictwa podczas konkursu i będą podstawą do wyłonienia zwycięzców.

Zamawiający zastrzega, że finaliści obligatoryjnie muszą skorzystać z wykonania materiału filmowego, sesji zdjęciowej oraz promocji influencera. Pozostałe świadczenia są fakultatywne, a ostateczne wynagrodzenie Wykonawcy zostanie pomniejszone o niewykorzystane przez finalistów świadczenia.

Elementy składowe programu:	
Doradca biznesowy	<p>CEL: Do zadań Wykonawcy będzie należało zapewnienie doradcy dla firm. Do jego zadań będzie należało min.: zbadanie podstawowych procesów zachodzących w przedsiębiorstwie we współpracy z przedstawicielami firmy. W ramach bezpośredniej współpracy będzie on mógł usystematyzować pracę finalisty, oraz wypracować harmonogram działania. W partnerskiej atmosferze będzie dokonana analiza stosownych kierunków biznesowych, wskazane zostaną potencjalne rozwiązania problemów wykraczających poza obecne kompetencje finalistów. Celem spotkań będzie przyspieszenie tempa rozwoju, polepszenie efektów działania oraz podniesienie jakości funkcjonowania przedsiębiorstw finalistów.</p> <p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Wykonawca zrekrutuje w porozumieniu z Zamawiającym co najmniej dwóch doradców biznesowych do współpracy z 45 firmami (w III edycji – 20 finalistami, w IV edycji – 25 finalistami) kompatybilnych z obszarem działalności finalistów. Spójność między specjalizacjami, obszarami działania, branżą przedsiębiorców oraz ich doradców jest konieczna dla stworzenia przyjaznego zmianom środowiska.</p> <p>b) Doradcami biznesowymi powinny być osoby z wieloletnim doświadczeniem w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem lub zawodowo zajmującymi się wsparciem biznesu, analizą biznesową, analizą sprzedażową. Powinny to być osoby, które posiadają wszelkie kompetencje do poprowadzenia spotkań na podstawie przeprowadzonego z przedsiębiorcą wywiadu oraz nawiązanej relacji. Doradcę 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 gospodarczemu i polepszaniu jakości życia; autor publikacji; entuzjasta rozwiązań proekologicznych. Kluczowym elementem zamówienia jest kompatybilność doradcy pod względem obszaru posiadanego doświadczenia z zakresem działalności przedsiębiorstwa oraz elastyczność i zaangażowanie doradcy biznesowego w proces zmian.</p> <p>c) Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego propozycję doradców.</p> <p>d) Po stronie Wykonawcy leży zaaranżowanie oraz przeprowadzenie co najmniej dwóch spotkań doradcy z przedsiębiorcą w miejscach uzgodnionych z uczestnikami (w siedzibach przedsiębiorców, w miejscu wykonywania przez nich pracy lub w innym uzgodnionym miejscu lub online- za zgodą Zamawiającego) realizowanych zgodnie z programem spotkań. Terminy spotkań zostaną ustalone między stronami (uczestnikami, doradcą, Wykonawcą, Zamawiającym) po zawarciu umowy.</p> <p>e) Zakres spotkań musi być dostosowany do potrzeb oraz charakteru prowadzonej działalności finalistów biorących w nich udział oraz być uzgodniony z Zamawiającym. Program spotkań zostanie przekazany Zamawiającemu 14 dni kalendarzowych po wyłonieniu finalistów. Spotkania muszą zakończyć się najpóźniej do dnia poprzedzającego przeprowadzenie IV Gali Finałowej.</p> <p>f) Wykonawca zagwarantuje osobiste uczestnictwo doradców w spotkaniach z</p>

	<p>przedsiębiorcami (w tym m.in. zapewni wynagrodzenie, wyżywienie, koszty związane z dojazdem itd.).</p> <p>g) W przypadku rezygnacji finalisty z udziału w spotkaniach z doradcą Wykonawca przedstawi Zamawiającemu rezygnację finalisty (pisemną, e-mail itp.).</p>
Spersonalizowana wizytówka	<p>CEL: W kontaktach biznesowych, jak i z klientami prywatnymi, niezwykle ważne jest przekazywanie zapadającej w pamięć informacji na temat działalności przedsiębiorstwa jak i danych kontaktowych. Od kilku lat typowa wizytówka traci na wartości, ale dzięki zastosowaniu nowoczesnych zabiegów będzie potrafiła intrygować i zachęcać do kontaktu. Wizytówka ma być dodatkiem do profesjonalnej strony internetowej finalistów oraz ich portfolio.</p>
	<p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie spersonalizowanych wizytówek graficznych firm np. z wykorzystaniem np. technik sketchnotingu, w wersji cyfrowej w formatach jpg, PDF, tiff, psd, png. (po jednej dla każdego finalisty).</p> <p>b) Stworzone wizytówki w pewnym sensie mają przekazywać charakter firmy. Mają świadczyć o tym, że biorący udział w Konkursie Gospodarczym finaliści są profesjonalistami w swojej branży. Dobrze przygotowana wizytówka firm ma budzić zaufanie.</p> <p>c) Informacje, które mają być na nich umieszczone Wykonawca każdorazowo uzgodni z finalistami oraz Zamawiającym przed rozpoczęciem prac nad wizytówkami.</p> <p>d) Spersonalizowane wizytówki każdorazowo muszą zostać wykonane (po zaakceptowaniu przez strony) przed wydrukiem folderów (opisanych w punkcie C.c niniejszego OPZ).</p> <p>e) Po stronie Wykonawcy leży stworzenie harmonogramu prac nad wizytówkami finalistów i przedstawienie go Zamawiającemu najpóźniej 20 dni kalendarzowych po wyłonieniu finalistów (každorazowo dla obu edycji). Nierozłącznym elementem harmonogramu będzie data zaakceptowania projektów oraz przekazania ich finalistom.</p> <p>f) W przypadku rezygnacji finalisty z możliwości skorzystania z przygotowania spersonalizowanej wizytówki Wykonawca przedstawi Zamawiającemu rezygnację finalisty (pisemną, e-mail itp.).</p>
Materiały graficzne	<p>CEL: Nowoczesna i kreatywna oprawa graficzna publikowanych materiałów, buduje wizerunek przedsiębiorcy w przestrzeni rynkowej i wpływa na pozytywny odbiór zarówno samego przedsiębiorcy jak i prezentowanego produktu/usługi - jednocześnie odpowiadając za jego sprzedaż.</p>
	<p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Finaliści będą mogli skorzystać w trakcie trwania Konkursu z usług graficznych poprzez zlecenie wykonania m.in. Banerów reklamowych, które umieszczane będą w przestrzeni online, grafik reklamowych w formatach dopasowanych do mediów społecznościowych finalisty (Facebook, Instagram, LinkedIn) zgodnych z identyfikacją wizualną lub wytycznymi finalistów.</p>

	<p>b) Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie materiałów graficznych promujących każdego z finalistów Konkursu.</p> <p>c) Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie 45 paczek materiałów graficznych (20 w III Konkursie oraz 25 w IV Konkursie). Paczka będzie obejmowała nie więcej niż 15 projektów graficznych zgodnych z powyższymi wymogami. Finaliści, według swojego zapotrzebowania wskażą konkretną liczbę materiałów graficznych do wykonania. Jednocześnie Wykonawca ma obowiązek uwzględnić maksymalnie 3 sesje poprawkowe przestanych materiałów graficznych do akceptacji.</p> <p>d) Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Finalistom (oraz Zamawiającemu do wiadomości) materiałów graficznych ze wszystkimi prawami autorskimi i możliwością wykorzystania na wszystkich polach eksploatacji w terminach ustalonych z Zamawiającym oraz Finalistami, dla których paczka jest dedykowana. W celu prawidłowego wykonania tej części zadania Wykonawca umożliwi bezpośredni kontakt Finalisty z osobami przygotowującymi materiały graficzne.</p> <p>e) Praca nad materiałami graficznymi musi zakończyć się :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dla III edycji Konkursu Gospodarczego do 31 marca 2023 roku - dla IV edycji Konkursu Gospodarczego do dnia 10 listopada 2023 roku. <p>f) W przypadku rezygnacji finalisty z możliwości skorzystania z przygotowania materiałów graficznych Wykonawca przedstawi Zamawiającemu rezygnację finalisty (pisemną, e-mail itp.).</p>
Materiał filmowy	<p>CEL: W ramach kampanii promocyjnej Pomorza Zachodniego stworzone zostaną materiały filmowe promujące dobre praktyki gospodarcze w regionie. Wszystkie materiały muszą być wykonane w oryginalnej narracji np. storytellingowej lub fabularyzowanej – opowiadać ciekawe historie bohaterów z punktu widzenia prowadzonego przez nich biznesu w oparciu o walory i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.</p> <p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Wykonawca opracuje do każdego materiału filmowego oryginalny scenariusz zawierający m.in. pomysł na realizację, jego zarys, propozycje obsady, lokalizacji, muzyki i referencyjne filmy video. W każdym materiale filmowym zostanie przedstawiony inny finalista Konkursu Gospodarczego (20 materiałów filmowych w III edycji i 25 materiałów w IV edycji).</p> <p>b) W materiałach filmowych powinny znaleźć się takie elementy jak m.in.: prezentacja sylwetki bohatera, prezentacja produktów lub usług wykonywanych przez bohatera, sukcesy które osiągnął, prezentacja siedziby. Stałym elementem wszystkich spotów musi być umieszczone logo Pomorza Zachodniego i innych wskazanych przez Zamawiającego.</p> <p>c) Wykonany materiał filmowy musi korespondować również pod względem estetycznym, scenariuszowym z prowadzonym przez Zamawiającego cyklem „Pomorze Zachodnie: Innowacyjne/Kreatywne/Nowoczesne”</p> <p>d) Wykonawca wyprodukuje i wyemituje w wybranych mediach materiały filmowe. Wykonanie materiałów filmowych obejmuje: zaplanowanie koncepcji szczegółowej,</p>

	<p>stworzenie scenariusza, kompleksową realizację produkcji filmowej, montaż.</p> <p>e) Emisja materiałów filmowych będzie odbywać się w mediach społecznościowych (Facebook) na kanałach należących do Zamawiającego. Emisja wszystkich materiałów w formie dark postów nastąpi najpóźniej w dniu rozpoczęcia etapu głosowania na finalistów w obu edycjach Konkursów Gospodarczych.</p> <p>f) Materiały filmowe muszą być spójne z założeniami zawartymi w koncepcji kreatywnej i działaniami prowadzonymi w ramach kampanii w Internecie i prasie.</p> <p>g) Wykonawca do produkcji spotów może zaangażować kilka ekip realizacyjnych tak, aby wszystkie materiały filmowe zostały wykonane w terminach zgodnych z przyjętym harmonogramem.</p> <p>h) Materiały filmowe prezentujące Finalistów obu edycji Konkursu powinny trwać 30 sekund lub 45 sekund lub 90 sekund – w zależności od zaproponowanego scenariusza.</p> <p>i) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania dla każdego z powstałych materiałów filmowych napisów/ transkrypcji przedstawiających wersję tekstową tego, co słychać na filmie (tj. dialogi)</p> <p>j) Wykonawca prześle Zamawiającemu spoty w dwóch wersjach - wersja bez napisów oraz wersja z napisami.</p> <p>k) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania transkrypcji w oddzielnym pliku tekstowym (opis tekstowy dźwięku i obrazu materiału filmowego).</p> <p>l) Rejestracja materiałów filmowych będzie dokonywana na kamerach z przetwornikiem co najmniej Super 35mm z możliwością zapisu w rozdzielczości 4k lub co najmniej 100 kl./s. w rozdzielczości HD (1920x1080).</p> <p>m) Wykonawca zastosuje wybrane elementy techniki zdjęciowej takie jak: dron, wózek kamerowy, slider, szyny, stabilizatory typu steadycam lub typu gimball, przy czym Zamawiający zastrzega konieczność użycia drona we wszystkich 45 materiałach filmowych z wyjątkiem materiałów filmowych, gdzie jest uzasadnione ich nieużywanie (np. brak organizacyjnych możliwości wykonania ujęć z drona).</p> <p>n) Zamawiający wymaga wykorzystania drona obsługiwanego przez profesjonalnego pilota. Kamera na dronie musi mieć możliwość rejestracji materiału w rozdzielczości 4k lub co najmniej 100 kl./s. w rozdzielczości HD (1920x1080).</p> <p>o) Na potrzeby rejestrowania dźwięku należy przygotować minimum 2 mikrofony bezprzewodowe oraz minimum jeden mikrofon kierunkowy typu shotgun, rejestrator dźwięku oraz inny niezbędny do produkcji sprzęt.</p> <p>p) W realizacji każdego ze spotów musi wziąć udział m.in. reżyser, dwóch operatorów kamery, osoby odpowiedzialne za oświetlenie, nagłośnienie, charakteryzację, montaż oraz inne osoby niezbędne do realizacji produkcji.</p> <p>q) Scenariusze (co najmniej w formie opisowej) zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji 14 dni kalendarzowych po wyłonieniu Finalistów. Akceptację</p>
--	---

	<p>ostatecznej wersji scenariuszy spotów Wykonawca zobowiązany jest uzyskać najpóźniej 21 dni kalendarzowych od dnia wyłonienia Finalistów.</p> <p>r) Gotowe materiały filmowe muszą zostać wykonane i przedstawione Zamawiającemu zgodnie z ustalonym harmonogramem (tak, by umożliwić systematyczne przysyłanie materiałów), ale najpóźniej do 7 dni przed rozpoczęciem głosowania – dla obu edycji Konkursu Gospodarczego. Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag do materiałów, a Wykonawca ma obowiązek dokonać wszystkich poprawek i uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego, tak, by materiał był ostatecznie gotowy 7 dni przed rozpoczęciem głosowania..</p>
<p>Sesja zdjęciowa produktu/usługi</p>	<p>CEL: Przeprowadzenie kreatywnej sesji zdjęciowej produktu lub usługi, a także przedstawicieli Finalisty Konkursu. Sesja zdjęciowa ma na celu wzbogacenie portfolio przedsiębiorstwa o profesjonalne fotografie, pozwalające na ich publikację w różnych środkach przekazu m.in. w mediach społecznościowych, prasie, Internecie, publikacjach. Sesja musi być spójna z koncepcją kreatywną Konkursu.</p> <p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania 45 dedykowanych sesji zdjęciowych (20 w III edycji konkursu oraz 25 w IV edycji konkursu)</p> <p>b) Wykonawca zobowiązany jest do wykonania i dostarczenia Zamawiającemu niepoddanego obróbce materiału zdjęciowego, z zastrzeżeniem, że zawsze przekaże Finalistom minimum 100 zdjęć w jednym pakiecie. Zdjęcia przekazane Finalistom, powinny zostać poddane wstępnej selekcji przez Wykonawcę, aby wykluczyć zdjęcia, które nie spełniają podstawowych wymagań Zamawiającego (zdjęcia nieostre, prześwietlone, niedoświetlone, z zamkniętymi oczami u osób fotografowanych).</p> <p>c) Zdjęcia muszą zostać wykonane i przekazane w formatach raw oraz jpg, z zastrzeżeniem, że wszystkie zdjęcia w formacie raw.</p> <p>d) Zdjęcia muszą zostać wykonane w parametrach o rozdzielczości nie mniejszej niż 300 dpi.</p> <p>e) Rozmiar zdjęć nie może być mniejszy niż 5000 x 3333 pikseli.</p> <p>f) Zdjęcia muszą zostać wykonane w formatach przygotowanych do druku, do wykorzystania na komputerach, stronach internetowych oraz w serwisach społecznościowych.</p> <p>g) Wykonawca zrealizuje tym samym łącznie 45 pakietów zdjęć. Spośród całego, nieobrobionego materiału zdjęciowego, o którym mowa w pkt. b w ramach jednego pakietu w konsultacji z Finalistami wybierze 30 zdjęć, które Wykonawca podda ostatecznej obróbce.</p> <p>h) łączna liczba zdjęć wchodzących w skład pakietów wyniesie maksymalnie 1350 obrobionych zdjęć (45 pakietów po 30 zdjęć = 1350 zdjęć).</p> <p>i) Ostateczna praca nad materiałami fotograficznymi musi zakończyć się najpóźniej 10 dni kalendarzowych przez rozpoczęciem się głosowania – dotyczy obu edycji Konkursu</p>

	Gospodarczego.
Warsztat z zakresu prezentacji produktu	<p>CEL: Udział przedsiębiorców w indywidualnych warsztatach dla przedstawicieli finalisty pogłębiających wiedzę i umiejętności z zakresu prezentacji i sprzedaży produktu/usługi oraz w kontaktach B2B oraz B2C.</p> <p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Wykonawca jest zobowiązany do zrealizowania łącznie maksymalnie 6 godzinnych (6x45 min) 45 zindywidualizowanych, praktycznych warsztatów dla Finalistów konkursów (w tym dla jego przedstawicieli) - 20 w III edycji konkursu oraz 25 w IV edycji konkursu.</p> <p>b) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Wykonawcy harmonogramu przeprowadzanych warsztatów najpóźniej 20 dni kalendarzowych od dnia wyboru finalistów. W przypadku odmowy finalisty w udziale w warsztatach Wykonawca przedstawi Zamawiającemu rezygnację finalisty (pisemną, e-mail itp.).</p> <p>c) Temat warsztatów obejmować będzie nowoczesne i kreatywne techniki oraz możliwości prezentacji produktów oraz usług w kontaktach B2B oraz B2C, zarówno „na żywo” jak i w przestrzeni online. Wykonawca będzie odpowiadać za techniczny i merytoryczny przebieg warsztatów. Zamawiający wymaga, by część wprowadzająca – wykładowa obejmowała nie więcej niż 30 % czasu warsztatów, natomiast część warsztatowa – odpowiednio nie mniej niż 70 % czasu szkolenia. W trakcie warsztatów trener jest zobowiązany do stosowania form aktywizujących uczestników warsztatów, polegających na np. wykonywaniu ćwiczeń typu case study (analiza przypadku, studium przypadku), zadań w grupach, symulacji, analiz przykładowych dokumentów – zadania te muszą być dopasowane do uczestników warsztatów.</p> <p>d) Wykonawca będzie odpowiadał za dopasowanie tematyki i możliwości prowadzonych zajęć do specyfiki działalności finalisty – w tym celu uwzględni informacje pozyskane w trakcie przeprowadzonej diagnozy.</p> <p>e) Zamawiający zastrzega, że również może wziąć udział w wybranych warsztatach. W celu prowadzenia nadzoru nad poprawnością wykonania tego elementu zamówienia.</p> <p>f) W prowadzonych zajęciach może wziąć udział maksymalnie 10 osób z ramienia jednego finalisty.</p> <p>g) Na potrzeby warsztatów Wykonawca każdorazowo zapewni przestrzeń umożliwiającą ich przeprowadzenie (dopuszcza się przeprowadzenie warsztatów w siedzibie finalisty), poczęstunek dla uczestników szkolenia w ramach przerw kawowych. W ramach poczęstunku Wykonawca zapewni serwis kawowy (kawa, herbata, woda, cukier, śmietanka, cytryna), ciastka, paluszki.</p> <p>h) Na potrzeby przeprowadzenia warsztatów Wykonawca każdorazowo przygotowuje materiały warsztatowe (w porozumieniu z prowadzącym) na podstawie zaakceptowanego przez Zamawiającego programu warsztatów (program będzie zawierał: szczegółowy opis treści, datę oraz czas trwania, cele, plan warsztatów, opis efektów). Ostateczna akceptacja materiału nastąpi najpóźniej 7 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem się poszczególnych warsztatów.</p> <p>i) Wykonawca zobowiązany jest do przekazania Zamawiającemu listy obecności</p>

	<p>niezwłocznie po zakończonym spotkaniu.</p> <p>j) Warsztaty dla Finalistów obu edycji Konkursu Gospodarczego muszą odbyć się najpóźniej do dnia poprzedzającego IV Galę Finałową.</p> <p>k) W przypadku rezygnacji finalisty z możliwości skorzystania z warsztatów z zakresu prezentacji produktu Wykonawca przedstawi Zamawiającemu rezygnację finalisty (pisemną, e-mail itp.).</p>
Influencer	<p>CEL: Influencer, osoba rozpoznawalna na arenie krajowej, budząca powszechne zaufanie społeczne ma być swoistym promotorem marki przedsiębiorstwa promując dany produkt/usługę każdego z finalistów mediach społecznościowych. Znany wszystkim „efekt aureoli” oraz możliwości jakie dają media społecznościowe ww. osób pozwoli na zaznajomienie z produktem/usługą, przedsiębiorstwem szerokiej grupie odbiorców w różnych grupach targetowych. Dzięki temu informacja ta dotrze zarówno do potencjalnych klientów jak i inwestorów pojawiających się na rynku lokalnym, krajowym i międzynarodowym</p> <p>SPECYFIKACJA:</p> <p>a) Wykonawca zapewni udział po 5 influencerów do działań w ramach Pakietu świadczeń w trakcie III i IV edycji Konkursu Gospodarczego.</p> <p>b) Influencerzy nie muszą być związani z Pomorzem Zachodnim, ani pochodzić z tego regionu.</p> <p>c) Każdy z influencerów opublikuje na portalu Youtube oraz w co najmniej w jeszcze jednym portalu społecznościowym materiały filmowe o przedsiębiorstwach (w III edycji każdy influencer opublikuje materiały o 4 przedsiębiorstwach, w IV edycji o 5 przedsiębiorstwach) będących finalistami Konkursów. Materiały filmowe o finalistach mogą stanowić fragment innych materiałów filmowych tworzonych przez influencerów w ramach swojej działalności (np. informacja o sponsorowaniu odcinka przez Pomorze Zachodnie – organizatora konkursu, którego finalistą jest dane przedsiębiorstwo) lub być jednym materiałem opowiadającym o pięciu finalistach. Influencer w trakcie realizacji materiałów dotyczących finalistów musi m.in. wskazać nazwę firmy, jej podstawową działalność, nazwę konkursu gospodarczego, wskazać „Pomorze Zachodnie”, jako organizatora konkursu. Informacja o konkursie i jednym przedsiębiorstwie nie powinna być krótsza niż 60 sekund.</p> <p>d) Posty, nagrania, zdjęcia publikowane przez influencerów powinny w różnej formie przedstawiać historie biznesowe i sylwetki wyłonionych laureatów konkursu oraz w oparciu o walory i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego, które w pozytywny sposób przyczyniają się do ich biznesowego sukcesu, zachęcać do wzięcia udziału w głosowaniu w konkursie gospodarczym.</p> <p>e) Wykonawca zapewni, aby influencer aktywnie reagował na komentarze, pytania i zachowania użytkowników mediów społecznościowych na treści zamieszczane w ramach realizacji Pakietu świadczeń.</p> <p>f) Wszystkie materiały stworzone i opublikowane przez influencerów muszą być wykonane w konwencji i stylistyce charakterystycznej dla jego działalności.</p> <p>Opisany powyżej zakres świadczeń Influencerów dotyczy osób wskazanych w rozdziale</p>

Ogólne założenia:

- a) Wykonawca w terminie do 12 dni kalendarzowych od wyboru finalistów (III oraz IV edycji) przeprowadzi diagnozę oczekiwań finalistów (np. w formie elektronicznej ankiety) względem poszczególnych elementów Pakietu (z uwzględnieniem potrzeb dotyczących zagadnień, które mają być poruszone podczas warsztatów z zakresu prezentacji produktu). Wyniki przeprowadzonej diagnozy zostaną przekazane Zamawiającemu 2 dni kalendarzowe po zakończeniu diagnozy.
- b) Wykonawca zobowiązany jest do ochrony danych osobowych uczestników, w tym celu uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji programu. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych.
- c) Wykonawca jest zobowiązany do uzyskania od uczestników zgody na skorzystanie z elementów Pakietu świadczeń.
- d) Wykonawca w ramach realizacji zamówienia zobowiązany jest do uwzględnienia uwag Zamawiającego.
- e) Zamawiający nie przewiduje wynagrodzeń za udział finalistów w poszczególnych elementach programu.
- f) W uzasadnionych przypadkach Zamawiający dopuszcza zmianę w terminach realizacji poszczególnych elementów Pakietu.

E. Głosowanie - wybór zwycięzców Konkursu Gospodarczego

W obu edycjach Konkursu Gospodarczego, spośród finalistów w wyniku głosowania przed Galą Finałową zostanie wybranych po trzech zwycięzców (miejsca I-III) oraz zostanie przyznana nagroda specjalna dla „Młodych w garażu” (w trakcie Gal zostaną przyznane również nagrody publiczności).

Wykonawca w koncepcji kreatywnej zaplanuje sposób efektywnego zaangażowania podmiotów głosujących na zwycięzców Konkursu. Do koncepcji głosowania może być wykorzystana przez Wykonawcę nieskomplikowana forma grywalizacji.

- Stworzony przez Wykonawcę system głosowania (np. oparty np. o możliwość rozłożenia przez głosujących określonej puli punktów na wybranych finalistów) powinien uniemożliwiać potencjalne oszustwa i manipulacje oraz zapewniać bezpieczeństwo przechowywanych danych osobowych uczestników konkursu.
- Opracowany i wdrożony **mechanizm głosowania** powinien być prosty, intuicyjny, zachęcający głosującego do wykonania jak największej liczby akcji (np. do zagłosowania, opublikowania w mediach społecznościowych określonych treści (zdjęcia, spotu, tekstu), obejrzenia spotu, udziału w innych wydarzeniach Zamawiającego realizowanych w ramach projektu itp.).
- Wykonawca stworzy **system do głosowania** zaproponowany w koncepcji kreatywnej Konkursu i będzie go utrzymywał, prowadził aż do zakończenia trwania umowy.
- Wykonawca przedstawi Zamawiającemu kompletny, szczegółowy opis mechanizmu głosowania do zaakceptowania najpóźniej 21 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem głosowania. Zamawiający może zgłosić swoje uwagi, poprawki i propozycje, a Wykonawca ma obowiązek wdrożyć je najpóźniej w ciągu 3 dni od dnia ich dostarczenia. Gotową, ostateczną, przetestowaną i sprawnie działającą mechanikę głosowania. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu nie później niż **10 dni kalendarzowych** przed rozpoczęciem głosowania. Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu wykonania mechanizmu w szczególnie uzasadnionych przypadkach.
- Wykonawca zaplanuje (wraz z przygotowaniem regulaminu tego głosowania) i przeprowadzi głosowanie podczas Gal Finałowych umożliwiające **wyłonienie laureatów nagrody publiczności**.

VIII. KAMPANIA PROMOCYJNA KONKURSU GOSPODARCZEGO

A. Ogólne założenia kampanii:

Każda edycja konkursu musi być wsparta kampanią promocyjną, której celem będzie dotarcie do jak najszerszego grona przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego, jako bezpośrednich uczestników Konkursu oraz wdrożenie działań mających na celu efektywne zachęcenie do wzięcia udziału w Konkursie, a także dotarcie do szerokiego grona mieszkańców województwa i kraju z działaniami promującymi Konkurs i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego, jako regionu atrakcyjnego pod kątem inwestycyjnym, wspierającego branżę kreatywną oraz innowacyjne i nowoczesne rozwiązania.

Kampania promocyjna będzie składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych. Będzie obejmować prasę oraz Internet. Prowadzone działania muszą być targetowane regionalnie i krajowo i zróżnicowane ze względu na specyfikę odbiorców - przedsiębiorcy z sektora MMŚP (potencjalni uczestnicy konkursu), osoby chcące założyć swój własny biznes, instytucje otoczenia biznesu, potencjalni inwestorzy, jak i mieszkańcy regionu.

Kampania regionalna będzie odbywała się zgodnie z harmonogramem działań.

Wszystkie elementy kampanii muszą być ze sobą **spójne** ze wszystkimi działaniami realizowanymi w ramach zamówienia przez Wykonawcę.

B. Kampania promocyjna w prasie o zasięgu krajowym wspierająca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.

Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi kampanię w co najmniej **jednym, wybranym opiniotwórczym krajowym tytule prasowym**, który ukazuje się minimum pięć razy w tygodniu, i którego **średnia dzienna sprzedaż w roku 2021 wynosiła minimum 30 tysięcy egzemplarzy**.

Kampania będzie polegać na zaplanowaniu i zrealizowaniu łącznie **10 emisji** artykułów, publikacji, materiałów dot. wydarzeń związanych z III i IV edycją Konkursu Gospodarczego i Gali Finałowej (4 artykułów w trakcie III edycji oraz 6 w trakcie IV edycji Konkursu).

Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjną w prasie o zasięgu krajowym w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej oraz materiałów sponsorowanych** powstających we współpracy z Zamawiającym.

a) Terminy dostarczenia materiałów prasowych do akceptacji Zamawiającego:

- opracowane materiały muszą każdorazowo przed publikacją uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego. W przypadku braku akceptacji danego materiału przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest do naniesienia poprawek, usunięcia nieprawidłowości i uzyskania akceptacji materiału przez Zamawiającego w terminie nie późniejszym niż 3 dni kalendarzowych przed terminem dostarczenia materiału wymaganym przez wydawcę tytułu prasowego.

b) Założenia ogólne:

- Kampania w prasie o zasięgu krajowym dotycząca Konkursów Gospodarczych i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego odbędzie się w terminie **lipiec 2022 r. - listopad 2023 r.** (jeśli umowa zostanie zawarta później to kampania promocyjna powinna ruszyć jak najszybciej).
- 10 emisji artykułów w co najmniej jednym wybranym tytule prasowym o zasięgu krajowym, w tym 4 emisji w 2022 r. i 6 emisji w 2023 r.
- Zamawiający wymaga, aby artykuły miały wymiar stronicowy (full page), full color i były umieszczone na trzeciej (prawej) stronie tytułu prasowego.

- Artykuły będą zaprojektowane tak, aby dobrze integrowały się z user experience czytelnika wybranego tytułu prasowego a ich opracowanie graficzne musi być zgodnie z identyfikacją wizualną Pomorza Zachodniego **wyłącznie** w odniesieniu do logotypu Pomorza Zachodniego. Pozostałe elementy oprawy graficznej nie muszą być zgodne z przyjętym przez Urząd Systemem Identyfikacji Wizualnej.
- Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie i graficzne artykułów oraz zlecenie emisji materiałów w wybranym tytule prasowym.
- Artykuły 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 zostanie zamieszczona publikacja.
- Zamawiający zastrzega, że treść każdego materiału prasowego publikowanego w wybranym tytule prasowym musi być inna przy każdej emisji.

C. Kampania promocyjna w Internecie wspierająca Konkurs Gospodarczy

Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi spójną kampanię dwóch edycji Konkursu Gospodarczego w Internecie. Do realizacji działań promocyjnych w Internecie Wykonawca wykorzysta **media społecznościowe - Facebook, Instagram, YouTube, serwisy i portale internetowe**. Materiały reklamowe powstające na potrzeby kampanii promocyjnej Konkursu Gospodarczego w Internecie uwzględnią zaangażowanie wybranych przez Wykonawcę influencerów (po 5 influencerów w każdej edycji konkursu). W ramach tego działania zostanie również zaplanowana i zrealizowana **kampania odstonowa**.

a) Grupa docelowa kampanii promocyjnej w Internecie:

Poszczególne etapy realizacji działań w ramach kampanii promocyjnej dotyczącej Konkursu Gospodarczego muszą zostać skierowane do określonego grona odbiorców zgodnie z opisem dwóch edycji Konkursu Gospodarczego. Działania promocyjne w portalach internetowych oraz mediach społecznościowych skierowane będą do użytkowników tych serwisów (z uwzględnieniem geotargetowania na określone obszary oraz targetowania pod względem szczegółowych opcji, w tym m.in. wiekowych, zainteresowania).

Podczas etapu, w którym będą zbierane zgłoszenia do udziału w Konkursie kampania musi być skierowana głównie do przedsiębiorców z sektora MMŚP, start-upów, firm w początkowej fazie rozwoju, z uwzględnieniem branż usług przysłużności.

Kampania promocyjna trwająca podczas głosowania na wybranych finalistów Konkursu Gospodarczego musi zostać skierowana przede wszystkim do osób mogących oddawać głosy, zgodnie z przyjętym regulaminem Konkursu.

Etap podsumowujący kampanię promocyjną, jako ostatni etap działań skierowany zostanie do szerokiego grona odbiorców, w tym mieszkańców regionu i kraju.

Działania promocyjne w ramach kampanii powinny dotrzeć również do takich podmiotów jak:

- osoby planujące rozpocząć działalność gospodarczą,
- potencjalni inwestorzy,
- instytucje i podmioty wspierające przedsiębiorczość i przedsiębiorców, takie jak inkubatory przedsiębiorczości, inkubatory technologiczne, środowiska biznesowego, sektora IOB, ngo, świata nauki B+R+I, potencjalnych krajowych partnerów biznesowych,
- pozostali odbiorcy działań promocyjnych, do których dotrze informacja o potencjale i walorach gospodarczych Pomorza Zachodniego.

Zamawiający wymaga, aby działania były skierowane do osób **w wieku 16+ z wykluczeniem kontentu dziecięcego**.

b) Założenia ogólne kampanii promocyjnej w Internecie:

- W trakcie trwania III i IV edycji Konkursu Gospodarczego Zamawiający wymaga zaplanowania i zrealizowania przez Wykonawcę kompleksowej kampanii promocyjnej w Internecie.
- Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi działania w mediach społecznościowych, portalach i serwisach internetowych.
- Wykonawca będzie odpowiedzialny za stworzenie wszystkich kreacji, materiałów, tekstów, zdjęć, które zostaną wykorzystane na potrzeby realizacji kampanii.
- Każda edycja konkursu zostanie podzielona na **trzy etapy**: etap zgłoszeń przedsiębiorców, etap głosowania i etap podsumowujący działania. **Kampania musi zostać zaplanowana tak, aby uwzględniała grupy odbiorców, do których Zamawiający chce dotrzeć w ramach każdego z etapów oraz zostały osiągnięte określone cele i założenia.**

C 1. Kampania promocyjna w portalach internetowych

a) Ogólne założenia

- Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi spójną kampanię promocyjną w dwóch krajowych serwisach/portalach internetowych o charakterze informacyjno-biznesowym oraz lifestylowym i największym zasięgu ogólnopolskim. Wykonawca do realizacji kampanii może wybrać portal/serwis, z którego w styczniu i lutym 2022 r. korzystało średnio minimum po **7 mln unikalnych użytkowników**.
- Kampania promocyjną przeprowadzona zostanie w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej** lub **materiałów sponsorowanych** powstających we współpracy z Zamawiającym.
- Kampania będzie polegać na zaplanowaniu i zrealizowaniu łącznie **10 emisji** artykułów, publikacji, materiałów dot. wydarzeń związanych z III i IV edycją Konkursu Gospodarczego i Gali Finałowej (4 artykułów w trakcie III edycji oraz 6 w trakcie IV edycji Konkursu).
- Materiały będą zawierać maksymalnie 10 000 znaków ze spacjami oraz zdjęcia, grafiki (maksymalnie 3 na artykuł) lub materiały filmowe.
- Materiały będą dotyczyć Konkursu gospodarczego oraz promocji walorów i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego.
- Materiały muszą być eksponowane na stronie głównej portalu i muszą pozostawać na stronie głównej przez co najmniej 24 godziny od publikacji, następnie powinny zostać przeniesione do sekcji serwisu związanej z gospodarką.
- Wykonawca, najpóźniej na 7 dni kalendarzowych przed terminem przekazania ostatecznej wersji artykułu do serwisu społecznościowego, uzyska ostateczną akceptację Zamawiającego w zakresie treści oraz zdjęć/grafik lub materiałów filmowych. Zamawiający zastrzega, że jeśli będzie w dyspozycji zdjęć lub materiałów filmowych związanych z tematyką artykułów to przekaże je nieodpłatnie Wykonawcy.
- Harmonogram publikacji artykułów zostanie ustalony po zawarciu umowy z Zamawiającym.

C 2. Kampania promocyjna z udziałem influencerów wspierająca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.

Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi spójną kampanię promocyjną z udziałem influencerów. Influencerzy będą promowali konkurs na prowadzonych przez siebie **kanałach w mediach społecznościowych** oraz brali osobisty udział w wydarzeniach i przedsięwzięciach zaplanowanych przez Zamawiającego.

a) Zakres wymagań względem realizacji działania:

- Wykonawca w **koncepcji kreatywnej** Konkursu Gospodarczego wskaże:
 - Imiennie co najmniej 10 różnych influencerów, którzy wezmą udział w III i IV edycji konkursu (w III i IV edycji konkursu weźmie udział po 5 influencerów - łącznie 10 osób) oraz przygotuje biogram każdej ze wskazanych osób, w tym dane świadczące o spełnianiu przez influencera niżej opisanych wymogów Zamawiającego. Influencerzy nie będą się powtarzać przy obu edycjach Konkursu.
 - Media społecznościowe, na których dany influencer prowadzi swój kanał internetowy wraz z informacją o liczbie subskrybentów lub obserwujących oraz procentowy przyrost subskrybentów lub obserwujących w ostatnich 12 miesiącach.
 - Influencerzy nie muszą być związani z Pomorzem Zachodnim, ani pochodzić z tego regionu.
- Każdy z wybranych influencerów musi posiadać **konto w serwisie społecznościowym Youtube (minimum 200 tys. subskrybentów na kanale)** oraz **konto** w co najmniej jednym serwisie społecznościowym spośród serwisów takich jak **Facebook, Instagram lub Tik Tok**.
- Każdy z influencerów musi zajmować się **zakresem tematycznym nawiązującym do realizowanego zamówienia**, a jego wizerunek musi być spójny z kreatywną koncepcją konkursu stworzoną przez Wykonawcę.
- Każdy z influencerów zaproponowany przez Wykonawcę musi osiągnąć **w skali ostatnich 12 miesięcy minimum 5% przyrost subskrybentów** na swoim kanale na portalu Youtube. Wykonawca przedstawi w koncepcji dane i wskaże ich obiektywne źródła - przy użyciu statystyk z wykorzystywanego przez danego influencera systemu analitycznego, świadczące o tym, że każdy z influencerów spełnia ten warunek.
- **Wykonawca zapewni udział po 5 influencerów do działań promocyjnych w trakcie III i IV edycji Konkursu Gospodarczego, zgodnie z poniższymi wytycznymi:**
 - Influencerzy zobowiązani będą do **osobistego wzięcia udziału w Galach Finałowych (5 influencerów w Gali w 2022 r. oraz 5 influencerów w Gali w 2023 r.)** oraz będą prowadzili relację z tej gali na swoich kontach w mediach społecznościowych.

Każdy influencer opublikuje w czasie trwania Gali **minimum 2 materiały filmowe, które opublikuje w tzw. Youtube Shorts oraz co najmniej w jeszcze jednym portalu społecznościowym, np. na Facebook Stories, Instagram Stories lub na Tik Tok'u** oraz wykona **jeden materiał filmowy o długości co najmniej 120 sekund** na swoim kanale na portalu Youtube oraz **w co najmniej w jeszcze jednym portalu społecznościowym, który będzie podsumowaniem Gali Finałowej**.

 - Trzech z pośród pięciu influencerów wyprodukuje i opublikuje na swoim koncie na portalu Youtube oraz w **co najmniej w jeszcze jednym portalu społecznościowym** minimum **jeden materiał filmowy** (o długości co najmniej 180 sekund) dotyczący jednego z trzech zwycięzców (miejsca 1-3) Konkursu Gospodarczego w 2022 r. i 2023 r. Wykonawca, w porozumieniu z Zamawiającym wskaże trzech influencerów, którzy wyprodukują materiały filmowe o zwycięzcach.
 - Na portalu społecznościowym Youtube oraz w **co najmniej jeszcze jednym portalu społecznościowym** influencer musi zamieścić **minimum tzw. 3 shorts na portalu Youtube**. Wszystkie publikacje muszą być prowadzone w narracji w pierwszej osobie. W publikowanych materiałach znajdują się informacje dotyczące konkursu gospodarczego lub walorów i potencjału gospodarczego na Pomorza Zachodniego, jak np. informacja o rozpoczęciu konkursu, rozpoczęciu głosowania, zachęceniu do obecności na Gali Finałowej Konkursu, podsumowaniu Gali Finałowej lub całego Konkursu

Gospodarczego. Materiały filmowe (o ile będzie taka możliwość techniczna) powinny odsyłać do strony Konkursu.

- Posty, nagrania, zdjęcia publikowane przez influencerów powinny w różnej formie przedstawiać historie biznesowe i sylwetki wyłonionych laureatów konkursu oraz w oparciu o walory i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego, które w pozytywny sposób przyczyniają się do ich biznesowego sukcesu, zachęcać do wzięcia udziału w głosowaniu w konkursie gospodarczym.

- Wykonawca zapewni, aby influencer aktywnie reagował na **komentarze, pytania** i zachowania użytkowników mediów społecznościowych na treści zamieszczane w ramach relacji z wizyt.
- Wszystkie materiały stworzone i opublikowane przez influencera muszą być wykonane w konwencji i stylistyce charakterystycznej dla jego działalności, przy czym nie mogą być sprzeczne z założeniami briefu i kampanii.
- W materiałach influencerów muszą pojawić się: nazwa **Pomorze Zachodnie**, nazwa konkursu gospodarczego oraz inne treści zgodne z koncepcją kreatywną konkursu.

C 3. Kampania promocyjna na portalu Facebook wspierająca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego

W ramach tego zadania Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania i wdrożenia kampanii promocyjnej dotyczącej III i IV edycji Konkursu Gospodarczego oraz potencjału gospodarczego na kanałach należących do Zamawiającego na portalu Facebook.

Podczas kampanii promocyjnej w postach powinny pojawiać się takie elementy jak: informacje o zgłoszeniach do konkursu, terminach zgłoszeń i głosowania, walorach gospodarczych Pomorza Zachodniego ukazywanych za pomocą metody storytellingu w oparciu o historie biznesowe i sylwetki laureatów III i IV edycji konkursu. W trakcie kampanii na portalu Facebook Wykonawca będzie wykorzystywał wizerunek i materiały stworzone przez influencerów, wyprodukowane spoty, zdjęcia z sesji zdjęciowej laureatów konkursu, materiały montażowe oraz inne treści zawarte w koncepcji kreatywnej.

a) Cele do osiągnięcia w kampanii promocyjnej na portalu Facebook:

- w III i IV edycji konkursu dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP, start-up'ów i młodych firm z informacją o przeprowadzanym konkursie z informacją o przeprowadzanym konkursie, zachęcenie do wzięcia w nim udziału,
- zachęcenie mieszkańców województwa zachodniopomorskiego do wzięcia udziału w głosowaniu na wybranych finalistów Konkursu,
- promocja walorów gospodarczych i potencjału Pomorza Zachodniego.

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

- Wykonawca w trakcie III i IV edycji Konkursu Gospodarczego opublikuje w sumie **65 postów na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Facebook (30 postów w trakcie III edycji Konkursu oraz 35 postów w trakcie IV edycji)**.
- Posty muszą zawierać m.in. informacje o potencjale gospodarczym Pomorza Zachodniego, informacje o przeprowadzanym Konkursie, profilach przedsiębiorców, którzy mogą wziąć udział w Konkursie, terminach zgłoszeń kandydatów i głosowania na wyłonionych finalistów, nagrodach dla zwycięzców Konkursu, przeprowadzanym głosowaniu, przygotowane przez Wykonawcę materiały filmowe finalistów (w sumie, w trakcie dwóch edycji powstanie 45 postów z materiałami filmowymi

o finalistach). Posty muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, spójne wizualnie i merytorycznie z przyjętą ogólną koncepcją promocyjną.

- Posty będą posiadać specjalne hashtagi, które Zamawiający przekaże Wykonawcy po zawarciu umowy.
- Wykonawca zobowiązany będzie przygotować **dodatkowo** (oprócz wspomnianych 45 materiałów filmowych o finalistach) **dwa 30-sekundowe materiały** filmowe zachęcające do udziału w głosowaniu w III i IV edycji Konkursu Gospodarczego (po jednym materiale na edycję) oraz **dwa materiały filmowe** (nie dłuższe niż 180 sekund) **podsumowujące** obie Gale Finałowe Konkursu Gospodarczego (po jednym materiale na edycję). Publikowane materiały filmowe będą w ramach 65 postów publikowanych na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Facebook.
- Na publikowanych przez Wykonawcę zdjęciach/filmach musi znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu lub w postaci product placementu).
- Wykonawca będzie **odpowiadał na komentarze i wiadomości** internautów pod postami dotyczącymi Konkursu Gospodarczego w dni robocze od godziny 8 do godziny 20 w ciągu dwóch godzin, po godzinie 20 w ciągu 14 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz lub wiadomość dotycząca Konkursu Gospodarczego musi być udzielona w ciągu 24 godzin.
- Materiały przygotowane przez Wykonawcę muszą utrzymywać wysoki poziom merytoryczny, graficzny, muszą być zgodne z przyjętą koncepcją kreatywną i odnosić się do działań związanych z Konkursem Gospodarczym w szerokim kontekście.

C 4. Kampania marketingowa na portalu Facebook realizowana za pomocą Facebook Ads dotycząca Konkursu Gospodarczego i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego

a) W ramach kampanii marketingowej prowadzonej na portalu Facebook Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową za pomocą **Facebook Ads**.

- Każda z publikowanych reklam w postaci zdjęcia, linku czy tekstu w czasie trwania konkursu może być wyświetlana jedynie w kanałach aktualności. Materiały filmowe mogą być reklamowane w kanałach aktualności, jako wideo typu in-stream i proponowane filmy.
- Promocja każdego wpisu **nie powinna być krótsza niż 5 dni i dłuższa niż 14 dni**. Zamawiający może wyrazić zgodę na wydłużenie lub skrócenie promocji danego posta, jeśli zajdzie uzasadniona potrzeba związana z koncepcją i specyfiką kampanii.

b) W ramach zamówienia Wykonawca zaplanuje i zrealizuje w okresach **lipiec-grudzień 2022 r. oraz czerwiec-listopad 2023 r.** kampanię poprzez Facebook Ads, której celem będzie dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP z informacją o konkursie gospodarczym i potencjale gospodarczym Pomorza Zachodniego, w tym:

- Suma płatnego zasięgu wszystkich wpisów stworzonych w III edycji Konkursu Gospodarczego, w okresie **lipiec-grudzień 2022 r.** wyniesie **co najmniej 3,5 mln.**
- Suma płatnego zasięgu wszystkich wpisów stworzonych w trakcie IV edycji Konkursu Gospodarczego, w okresie **czerwiec-listopad 2023 r.** wyniesie **co najmniej 3,5 mln.**
- Reklama będzie targetowana na odbiorców z województwa zachodniopomorskiego w wieku 16+ i będzie umiejscowiona na **urządzeniach mobilnych i komputerach.**
- **Płatny zasięg** poszczególnego posta sponsorowanego będzie wynosił od **50 do 150 tys.**
- **Każdy materiał filmowy** prezentujący finalistów III i IV edycji Konkursu Gospodarczego osiągnie co najmniej **100 tys. płatnego zasięgu oraz co najmniej 35 tys. wyświetleń.**

- Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustalą poszczególne widełki zasięgów płatnych dla pozostałych postów.
- Posty sponsorowane **nie powinny** wyświetlać się użytkownikom portalu społecznościowego częściej niż **co 3 dni**. Wykonawca, w zależności od ustawianych parametrów konkretnych reklam powinien stosować tę zasadę. Jednocześnie Zamawiający może wyrazić zgodę na zwiększenie częstotliwości wyświetlania reklam.
- Przeprowadzenie kampanii za pomocą **Facebook Ads targetowanej na województwo zachodniopomorskie do mieszkańców 16+**, która zostanie wyświetlona łącznie przez cały okres trwania kampanii związanej z III i IV edycją Konkursu Gospodarczego **co najmniej 7 milionów razy**.

C 5. Kampania promocyjna na portalu Instagram wspierająca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego

- Wykonawca w trakcie III i IV edycji konkursu gospodarczego opublikuje w sumie **65 postów na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Instagram (30 postów w trakcie III edycji Konkursu oraz 35 postów w trakcie IV edycji)**.
- Posty publikowane na Instagramie mogą być tymi samymi, co na Facebooku, z zastrzeżeniem, że materiały graficzne muszą być dostosowane do wymogów portalu (proporcje kreacji graficznych - 1:1).
- Wykonawca będzie utrzymywał poprzez komentarze **dialog** z internautami, pobudzał ich do dyskusji, angażował do pożądaných we wpisie reakcji. Wykonawca będzie odpowiadał na komentarze i wiadomości internautów w dni robocze od godziny 8 do godziny 20 w ciągu dwóch godzin, po godzinie 20 w ciągu 13 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz musi być udzielona w ciągu 24 godzin.
- W publikowanych przez Wykonawcę postach powinno znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu lub w postaci **product placementu**). Posty będą posiadać specjalne hashtagi, które Zamawiający przekaże Wykonawcy po zawarciu umowy.
- Materiały przygotowane przez Wykonawcę muszą utrzymywać wysoki poziom merytoryczny, graficzny i muszą być zgodne z przyjętą koncepcją kreatywną.

C 6. Kampania promocyjna na portalu społecznościowym YouTube wspierająca Konkurs Gospodarczy

a) Szczegółowe wytyczne:

- Kampania promocyjna dotycząca konkursu gospodarczego prowadzona w serwisie YouTube będzie miała na celu wyemitowanie wyprodukowanych przez Wykonawcę materiałów filmowych przedstawiających finalistów dwóch edycji Konkursu Gospodarczego, a także ewentualnych pozostałych materiałów filmowych powstających w ramach realizacji projektu. Jej celem będzie promocja konkursu, zachęcenie do zgłaszania się do udziału w konkursie, oddawania głosów na wyłonionych finalistów konkursu, szeroko pojętej promocji walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego;
- Suma płatnych wyświetleń wszystkich materiałów filmowych opublikowanych w III edycji Konkursu gospodarczego, w okresie **lipiec-grudzień 2022 r.** wyniesie **co najmniej 1 mln**;
- Suma płatnych wyświetleń wszystkich materiałów filmowych opublikowanych w IV edycji Konkursu gospodarczego, w okresie **czerwiec-listopad 2023 r.** wyniesie **co najmniej 1 mln**;

- **Każdy materiał filmowy** prezentujący finalistów III i IV edycji Konkursu Gospodarczego osiągnie co najmniej **35 tys. płatnych wyświetleń**;
- **Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustala poszczególne widełki zasięgów płatnych dla pozostałych materiałów filmowych opublikowanych na portalu społecznościowym Youtube.**

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

- Na każdym etapie kampanii na portalu YouTube będą emitowane reklamy w trybie **in stream** z możliwością pominięcia reklamy po 5 sekundach. Wykonawca zaplanuje kampanię tak, aby przynosiła ona jak najlepsze efekty;
- Wykonawca będzie systematycznie emitował kolejne materiały filmowe na kanale Pomorza Zachodniego w serwisie YouTube;
- Materiały filmowe będą publikowane od pierwsza dnia umożliwiającego głosowanie na finalistów Konkursu Gospodarczego (wrzesień/październik 2022 r. i wrzesień 2023 r.).

C 7. Kampania odślonowa w serwisach i na portalach internetowych promująca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego

Wykonawca przeprowadzi **kampanię odślonową w dwóch krajowych serwisach/portalach internetowych** o charakterze informacyjno-biznesowym oraz lifestylowym i największym zasięgu ogólnopolskim z możliwością targetowania na województwo zachodniopomorskie. Wykonawca do realizacji kampanii może wybrać portal/serwis, z którego w styczniu i lutym 2022 r. korzystało średnio minimum **7 mln unikalnych użytkowników**.

a) Ogólny cel działania:

- dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP z informacją o trzeciej edycji konkursu,
- dotarcie do start-up'ów, młodych firm z informacją o czwartej edycji konkursu,
- zachęcenie mieszkańców Pomorza Zachodniego do wzięcia udziału w głosowaniu,
- promocja potencjału i walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego.

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

- Wykonawca przeprowadzi kampanię odślonową, rotacyjną na stronie głównej wybranego portalu oraz w działach tematycznych takich jak biznes, lifestyle, news. **Wykonawca zapewni, że CTR kampanii odślonowej wyniesie docelowo co najmniej 0,15 %;**
- Wykonawca zapewni, że reklama będzie **pozycjonowana** zawsze w górnym miejscu serwisu. Format reklamy to animowany billboard w rozmiarze wideboard (nie mniejszy niż 700x200 pixeli), w formule on top i/lub screening;
- Podczas III i IV edycji Konkursu Wykonawca przygotowuje i dostarczy projekty animowanych kreacji Zamawiającemu do akceptacji **najpóźniej na 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem konkretnego etapu Konkursu Gospodarczego, tj. rozpoczęcie zgłaszania firm do udziału w konkursie, etap głosowania w konkursach, podsumowanie Konkursu;**
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do naniesienia poprawek, a Wykonawca ma obowiązek uzyskać ostateczną akceptację materiałów przez Zamawiającego;
- Projekty wszystkich powyższych animacji muszą zostać wykonane w formie Flash i zawierać minimum 3 plansze;

- W ramach zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do **dostosowania** wykonanych projektów do emisji na zaproponowanych przez siebie dwóch portalach internetowych;
- Kampania na krajowych portalach internetowych musi być **geotargetowana** na mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wieku 18+;
- Reklama powinna być medium budującym zasięg, wciągającym odbiorcę w interakcję, interaktywną i angażującą formą ma zachęcić użytkownika do dalszej reakcji i zaangażowania;
- Kampania odstonowa musi być spójna z kampanią w mediach społecznościowych i prasie oraz z ogólnym kreatywnym konceptem kampanii w ramach zamówienia;
- W ramach zamówienia Wykonawca w czasie III edycji konkursu zaplanuje i zrealizuje w okresie **lipiec-grudzień 2022 r.** kampanię odstonową na **dwóch krajowych portalach internetowych**, której głównym celem będzie dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP z informacją o konkursie gospodarczym. Kampania osiągnie minimum **1 mln odston** na **urządzeniach mobilnych i desktopach**;
- W ramach zamówienia Wykonawca w czasie IV edycji konkursu zaplanuje i zrealizuje w okresie **czerwiec-listopad 2023 r.** kampanię odstonową na **dwóch krajowych portalach internetowych**, której głównym celem będzie dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP z informacją o konkursie gospodarczym. Kampania osiągnie minimum **1 mln odston** na **urządzeniach mobilnych i desktopach**;
- Reklama oraz powyższe wskaźniki będą rozłożone na miesiące trwania kampanii. Natężenie emisji reklam będzie uzależnione od realizacji konkretnych etapów związanych z edycjami konkursów gospodarczych. Np. reklama zachęcająca do zgłaszania się firm do udziału w konkursie gospodarczym.

c) Wskaźniki i efekty do osiągnięcia:

- **CTR** kampanii odstonowej wyniesie minimum **0,15 %**;
- Kampania uzyska minimum **2 mln odston łącznie**.

IX. GALA FINAŁOWA

Do zadań Wykonawcy będzie należało opracowanie, przygotowanie oraz realizacja dwóch Gal finałowych podsumowujących Konkursy Gospodarcze (realizowane w latach 2022-2023). Gale finałowe mają być wydarzeniami o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego m.in. strefa networkingowa.

1) W ramach przedmiotu zamówienia Wykonawca

a) Każdorazowo opracuje **scenariusz wydarzenia**, jakim jest Gala Finałowa Konkursu Gospodarczego, której głównym celem komunikacyjnym jest zaprezentowanie sylwetek oraz działalności wszystkich Finalistów Konkursu (w latach 2022-2023), a także możliwości rozwoju, jakie daje Pomorze Zachodnie wspierając ludzi kreatywnych, innowacyjnych i nowoczesnych, którzy założyli, bądź planują założyć swój unikalny biznes w regionie.

Wykonawca przy opracowywaniu scenariusza powinien uwzględnić charakter specjalny wydarzenia (w tym występ artysty - piosenkarza) oraz spójność komunikacyjno-wizerunkową z całym projektem, którego hasłami przewodnimi są: innowacyjność, kreatywność i nowoczesność.

Niezbędne jest również uwzględnienie biznesowego charakteru wydarzenia, przez co rozumiane jest przygotowanie strefy networkingowej pozwalającej na wymianę kontaktów, doświadczeń oraz tematów

merytorycznych dla uczestników gali finałowej konkursu gospodarczego (2 edycji w latach 2022-2023), w tym MŚP z regionu.

b) Przygotuje 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.

c) Zrealizuje dwie edycje Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego (w latach 2022-2023) uwzględniając charakter specjalny i biznesowy wydarzenia, zgodnie z opracowanym i zaakceptowanym przez Zamawiającego scenariuszem (lit. a), zapewniając wszystkie niezbędne elementy zgodnie z lit. b), szczególnie biorąc pod uwagę spójność wizerunkową oraz koncepcyjną realizowanych pozostałych działań projektowych, by jak najefektywniej docierać do odbiorców bezpośrednich (MŚP z regionu) oraz pośrednich projektu.

2) Termin realizacji wydarzeń

a) Pierwsza Gala Finałowa Konkursu Gospodarczego zostanie zrealizowana w pierwszej połowie grudnia 2022 r., w godzinach popołudniowych.

b) Druga Gala finałowa Konkursu Gospodarczego zostanie zrealizowana w pierwszej połowie października 2023 r. w godzinach popołudniowych

c) Zmiany terminów realizacji określonych wydarzeń oraz elementów zamówienia, są możliwe wyłącznie po uzyskaniu ostatecznej akceptacji Zamawiającego.

3) Rodzaj wydarzenia

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

4) Liczba uczestników każdej z edycji wydarzenia

Liczba uczestników powinna wynosić nie mniej niż 500 osób dla każdej z edycji.

5) Czas trwania

Gala finałowa powinna trwać ok. 3 godzin, z uwzględnieniem wystąpienia artysty. Z zastrzeżeniem, że strefa networkingowa odbywająca się po gali powinna być otwarta do czasu wyjścia ostatnich gości.

6) Miejsce

a) Wydarzenie zostanie zrealizowane w Szczecinie, w lokalizacji pozwalającej na realizację wydarzenia dla minimum 500 osób. Miejsce realizacji wydarzenia powinno mieć kaskadowy układ widowni z możliwością jej całkowitego wyciemnienia. 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 min. 100 bezpłatnych miejsc postojowych dla uczestników wydarzenia

c) Wynajęcie lokalizacji dającej możliwość realizacji wszystkich założeń zawartych w OPZ leży po stronie Wykonawcy. Jednocześnie Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przedstawił minimum 2 proponowane

lokalizacje, spełniające wyżej wymienione wymagania. Zamawiający dopuszcza możliwość złożenia propozycji lokalizacji z uwzględnieniem jeszcze nieukończonych inwestycji, dot. realizacji gali w 2023 roku, jednak warunkiem jest dopuszczenie do użytku zaproponowanej lokalizacji min. 2 miesiące przed realizowanym wydarzeniem.

d) Zamawiający zastrzega, że realizacja wydarzenia powinna odbyć się w dwóch różnych lokalizacjach spełniających ww. wymagania. Możliwość zrealizowania ww. wydarzenia w tej samej lokalizacji zachodzi jedynie w momencie braku dostępności miejsc spełniających ww. wymagania w proponowanym terminie realizacji Gali.

7) Aranżacja przestrzeni

- a) Wykonawca ma za zadanie zapewnić w przestrzeni „główniej”, 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. Innowacyjne/Kreatywne/Nowoczesne Pomorze Zachodnie; inspirowaną np. aranżacją świetlną i rzeczową przestrzeni, przedstawioną w Załączniku nr 1 do niniejszego OPZ);
 - oświetlenie sceny oraz przestrzeni wokół (wraz z obsługą);
 - mikrofony bezprzewodowe (w tym minimum pięć mikrofonów nausznych);
 - minimum jeden ekran LED o wymiarach min. 21 m2 pozwalający na przedstawienie prezentacji, emisje materiałów filmowych i innych niezbędnych animacji uatrakcyjniających wydarzenia w czasie rzeczywistym (z możliwością wykorzystania najnowszych technik realizatorskich, pozwalających na poruszanie całą, bądź częściową powierzchnią ekranu jak w Załączniku nr 3 do niniejszego OPZ);
 - zapewnienie promptera scenicznego oraz podglądu;
 - minimum 2 piloty do obsługi prezentacji ze sceny.
- b) Opisywana przestrzeń musi posiadać możliwość całkowitego zaciemnienia- zarówno scena jak i miejsce przeznaczone na widownię.
- c) Zorganizowanie **przestrzeni networkingowej** podczas przerwy wydarzenia wraz z poczęstunkiem dla min. 300 uczestników na każdej z Gal Finałowych Konkursu Gospodarczego.

Wykonawca ma za zadanie w tej przestrzeni zapewnić miejsca siedzące oraz stojące (przy stolikach koktajlowych jak np. zaprezentowane w **Załączniku nr 4** do niniejszego OPZ) dla uczestników Gali Finałowej, nagłośnienie (wraz z obsługą), scenografię (zgodną z przygotowanym i zatwierdzonym scenariuszem wydarzenia), oświetlenie (wraz z obsługą), 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. Animatorem strefy networkingowej może być konferansjer lub inna osoba wskazana, jako animator.

Wykonawca ma za zadanie przygotować strefę z poczęstunkiem (wraz z obsługą) dla maksymalnie 300 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.

d) Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania **scenografii wewnątrz obiektu** 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 Gal Finałowych Konkursów Gospodarczych; 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.

8) Dodatkowe zobowiązania Wykonawcy

a) Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia **konferansjera/ konferansjerki** na wydarzeniu, który/która posiada min. kilkuletnie doświadczenie w prowadzeniu eventów specjalnych kierowanych do min. 1000 osób, związanych z tematyką technologiczną, biznesową bądź branżą kreatywną, z dobrą znajomością języka angielskiego, a także powinna być osobą społecznego uznania w świecie biznesu, mediów, która nada wyjątkowy kształt wydarzeniu, reprezentująca rynek lokalny. Wykonawca przedstawi min. 3 propozycje osób prowadzących wraz z ich dotychczasowym doświadczeniem do akceptacji Zamawiającego najpóźniej 3 miesiące przed wydarzeniem.

b) Wykonawca zapewni obsługę oraz serwis sprzątający na czas trwania wydarzenia, a także po jego zakończeniu zgodnie 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, adekwatnej do wielkości eventu.

d) Przygotowanie i przeprowadzenie obu wydarzeń musi zostać uzgodnione i zatwierdzone przez Zamawiającego.

e) Zamawiający zastrzega możliwość wprowadzania zmian każdorazowo (przy obu wydarzeniach) do przygotowanego scenariusza przez Wykonawcę. Wykonawca musi je uwzględnić.

f) Na wszystkich materiałach muszą znaleźć się informacje z oznaczeniem zgodnym z wytycznymi ujętymi w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”. Informacje muszą zawierać znak Unii Europejskiej, znak Funduszy Europejskich, flagę Rzeczypospolitej i logo promocyjnym Pomorza Zachodniego.

g) Wykonawca zapewni profesjonalnego fotografa do wykonania relacji zdjęciowej z każdego wydarzenia w tym min. 500 zdjęć, dostarczonych w formie elektronicznej, w wersji surowej w ciągu 1 dnia kalendarzowego od wydarzenia. Zamawiający z przesłanych zdjęć, wskaże 200, które w ciągu 3 dni roboczych mają zostać przekazane w formie ostatecznej, po pełnej obróbce graficznej.

i) 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 gali z bliska jak i z daleka, w tym dynamiczna kamera zamontowana na kranie kamerowym (jego długość powinna zostać dostosowana do rozmiarów pomieszczenia) lub zamontowana na stabilizatorze;
- dostarczenie i zainstalowanie 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);

- w razie konieczności zapewnienie belek, podpisów lub elementów graficznych;
- 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 gali;
- szczegóły na temat transmisji materiałów wideo zostaną ustalone z Zamawiającym na minimum 3 tygodnie przed wydarzeniem.

j) Zapewni koncert zespołu muzycznego/artysty, który wystąpi w trakcie Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego (w latach 2022-2023, podczas każdego z wydarzeń musi to być inny artysta), przy czym rodzaj zespołu musi odpowiadać powadze i rozmiarowi eventu, a jego twórczość powinna zachęcać potencjalnych odbiorców do uczestniczenia w wydarzeniu. Koncert nie może trwać krócej niż 40 minut.

Zaproponowany zespół muzyczny/artysta powinien przynajmniej być nominowany do prestiżowych nagród muzycznych takich jak: Fryderyk, Europejska Nagroda Muzyczna MTV, Eska Music Awards, Wiktory, wystąpił na dużej scenie festiwalu takich jak np. Orange Warsaw Festival, Krajowy Festiwal Piosenki w Opolu, Męskie Granie, Pol'and'Rock Festival. Zespół muzyczny/artysta w ostatnich trzech latach minimum dwa razy wystąpił na koncercie jako gwiazda koncertu/festiwalu przed minimum 3 tysiącami osób.

Zamawiający ma prawo do dokonania zmiany zaproponowanej przez Wykonawcę gwiazdy muzycznej, w przypadku, gdy zaproponowana gwiazda nie będzie spełniała oczekiwań Zamawiającego. W takiej sytuacji Wykonawca proponuje innego artystę. Po ostatecznej akceptacji Zamawiającego gwiazdy muzycznej/artysty, Wykonawca musi zagwarantować jej uczestnictwo w Gali.

Wykonawca zobowiązany jest także do uiszczenia wszelkich opłat wynikających z praw autorskich określonych przez ZAiKS. Wykonawca zapewni (wraz z obsługą) nagłośnienie, oświetlenie, sprzętu i inne wymagania sceniczne i organizacyjne zgodne z riderem wybranego artysty.

k) Wykonawca odpowiada za całą oprawę wizualną wydarzenia tj. animacje, filmy oraz materiały realizacyjne emitowane w trakcie obu edycji Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego (w latach 2022-2023). Wykonawca zobowiązany jest przekazać wszystkie prawa autorskie do przygotowanych, dedykowanych materiałów filmowych, graficznych oraz pozostałych wizualizacji bez ograniczeń czasowych i eksploatacyjnych.

l) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania projektu graficznego zaproszeń elektronicznych oraz papierowych na każdą edycję Gali zawartej w zamówieniu. Projekt musi zostać ostatecznie zaakceptowany przez zamawiającego. Wykonawca ma obowiązek przygotować min. 200 szt. zaproszeń zgodnie z zaakceptowanym projektem oraz wymaganiami Zamawiającego.

9) Harmonogram realizacji Gal Finałowych (2 edycje w latach 2022-2023):

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

a) Scenariusz Gali Finałowej – powinien zostać przedstawiony Zamawiającemu najpóźniej 3 miesiące 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 Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego, 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) 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 najpóźniej 21 dni kalendarzowych przed wydarzeniem.

Załącznik nr 1: Przykłady aranżacji wydarzenia



Foto: <https://www.facebook.com/347415362259426/photos/pb.100064003271465.-2207520000..829898354011122/?type=3>

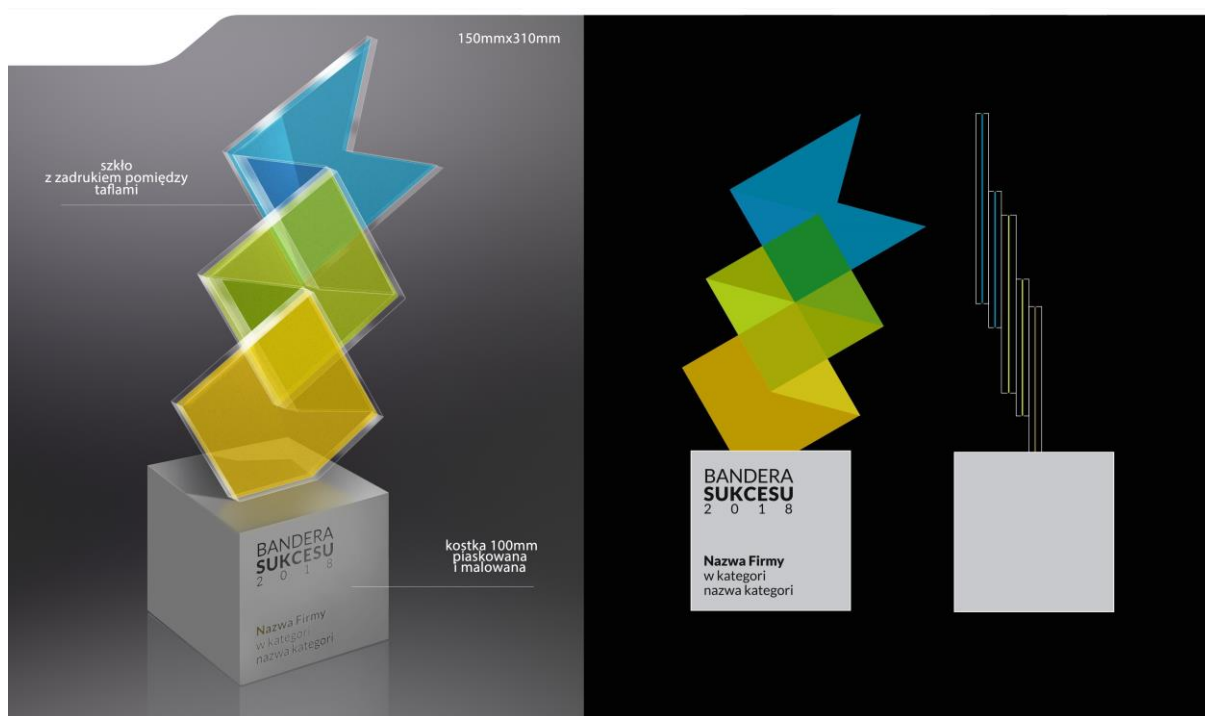


Foto: <https://liveage.pl/blog/portfolio/ringier-axel-springer-people-awards-2018/>



Foto: <https://liveage.pl/blog/portfolio/microsoft-one/>

Załącznik nr 2: Przykładowa wizualizacja projektu statuetki



front

tył



Załącznik nr 3: Przykładowe rozwiązanie dotyczące wykorzystania ekranów



Foto: <https://plej.pl/>

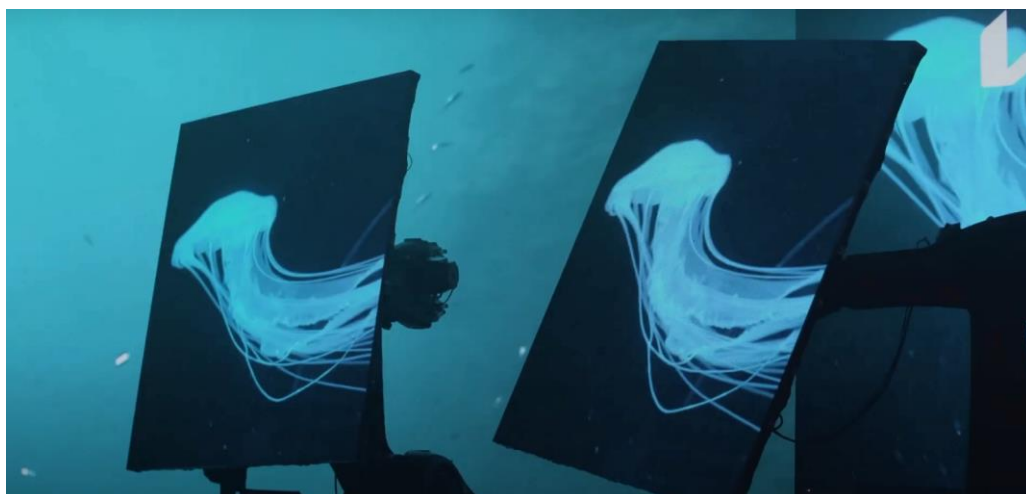


Foto: <https://plej.pl/>



Foto: <https://plej.pl/>

Załącznik nr 4: Przykładowa aranżacja przestrzeni networkingowej

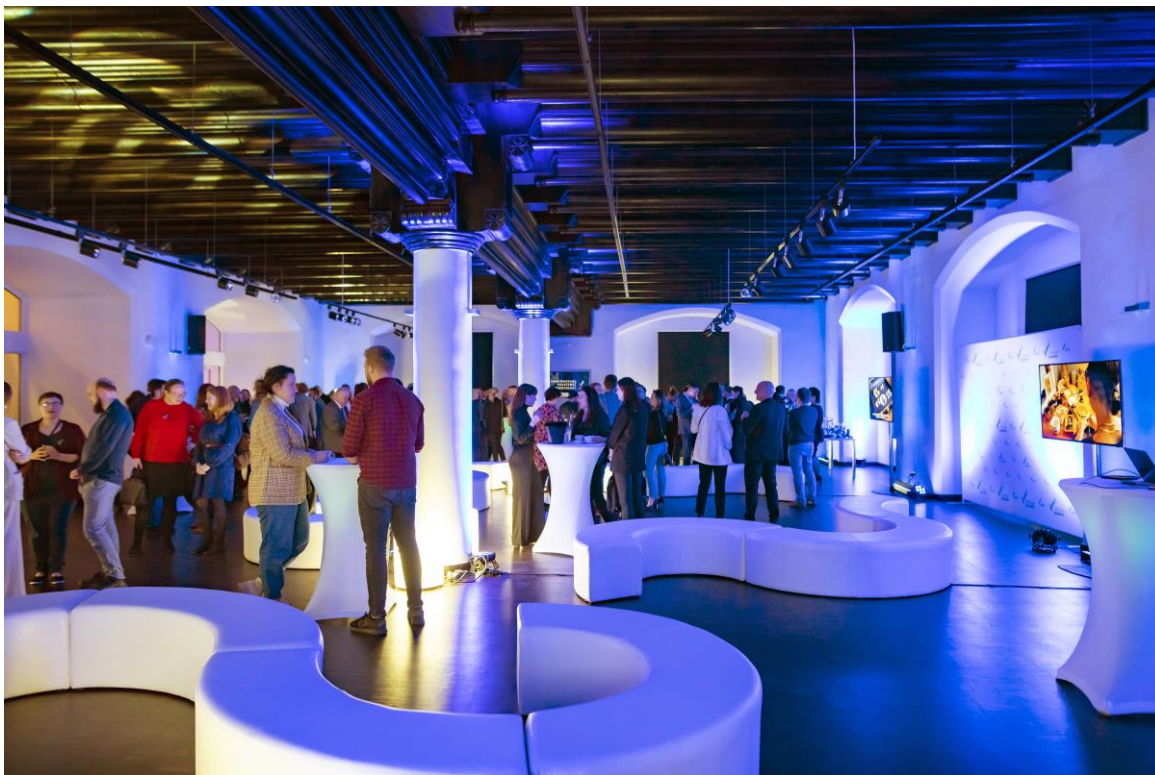


Foto: zdjęcie jest własnością Zamawiającego



Foto: zdjęcie jest własnością Zamawiającego



Foto: zdjęcie jest własnością Zamawiającego



Foto: Event Meble