

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

**Organizacja 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

22462000-6 Materiały reklamowe

39294100-0 Artykuły informacyjne i promocyjne

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

Spis treści

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA	3
II. WSTĘP	3
III. CEL ZAMÓWIENIA.....	3
IV. SŁOWNICZEK.....	4
V. GRUPA DOCELOWA	5
VI. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ	5
VII. KONKURS GOSPODACZY	5
A. Ogólne założenia Konkursu Gospodarczego:	5
B. Działania do wykonania przez Wykonawcę w ramach Konkursu Gospodarczego:.....	6
C. Pakiet świadczeń*	10
D. Głosowanie - wybór zwycięzców Konkursu Gospodarczego.....	18
VIII. KAMPANIA PROMOCYJNA KONKURSU GOSPODARCZEGO	18
A. Ogólne założenia kampanii:.....	18
B. Kampania promocyjna w prasie o zasięgu krajowym wspierająca Konkurs Gospodarczy i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego.....	19
C. Kampania promocyjna w Internecie wspierająca Konkurs Gospodarczy.....	20
IX. PROMOCJA WALORÓW I POTENCJAŁU GOSPODARCZEGO POMORZA ZACHODNIEGO	28
X. GALA FINAŁOWA.....	31

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie 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 Konkursu Gospodarczego.
2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie gali finałowej, podsumowującej Konkurs Gospodarczy.
3. Kampania promująca Konkurs Gospodarczy 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.

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 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 Konkursu będzie zorganizowanie gali finałowej, podczas której zostaną wyłonieni zwycięzcy oraz nagrodzeni laureaci. Ważnym elementem tego eventu będzie pokazanie Pomorza Zachodniego jako regionu silnego gospodarczo.

III. CEL ZAMÓWIENIA

1. Przeprowadzenie 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 Rozdziale IX niniejszego SOPZ.

Głosowanie – proces, podczas którego zostaną wybrani zwycięzcy Konkursu Gospodarczego. System budujący relację między głosującymi oraz przedsiębiorcami a Zamawiającym, wzmacniający zaangażowanie oraz motywację biorących w nim udział. Nagradzający interakcje, 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 Konkursu Gospodarczego – organizacja Konkursu Gospodarczego będzie wymagać również zaplanowania i przeprowadzenia przez Wykonawcę kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu i zmiennej intensywności. Szczegółowe informacje na temat kampanii promocyjnej Konkursu opisane zostały w Rozdziale VIII niniejszego SOPZ.

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 edycji weźmie udział maksymalnie 25 finalistów. Pierwsza edycja odbyła się w 2018 roku, druga w 2019 roku trzecia na początku 2023 roku. Niniejsza, czwarta edycja rozpocznie się w pierwszym kwartale 2023 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. Warunki udziału w Konkursie Gospodarczym osób planujących założyć działalność gospodarczą opisane zostały w Rozdziale VII pkt C niniejszego SOPZ.

Pakiet świadczeń – zbiór świadczeń wspierających dedykowany finalistom Konkursu Gospodarczego. Wykorzystane przez finalistów, poszczególne świadczenia wchodzące w zakres pakietu będą stanowiły pomoc de minimis. Informacje dotyczące pakietu świadczeń zostały opisane w Rozdziale VII pkt. C niniejszego SOPZ.

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 terminie: 9 miesięcy od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą, z zastrzeżeniem, że umowa musi zostać zrealizowana do dnia 30 listopada 2023 r., według opracowanego we współpracy z Wykonawcą harmonogramu.
2. Zamawiający przewiduje następujące orientacyjne etapy realizacji zamówienia:
 - 1) Kwiecień - maj 2023 r.: wybór finalistów do udziału w IV edycji Konkursu Gospodarczego;
 - 2) maj – listopad 2023 r.: realizacja przez finalistów Konkursu Gospodarczego pakietu świadczeń;
 - 3) wrzesień – I połowa października 2023 r.: przeprowadzenie głosowania na podstawie, którego spośród finalistów zostaną wybrani zwycięzcy Konkursu Gospodarczego;
 - 4) II połowa października 2023 roku/ I połowa listopada 2023 r.: Gala Finałowa IV edycji Konkursu Gospodarczego.
3. Zakończenie prac nad niniejszym zamówieniem wiąże się z podpisaniem przez strony protokołu zdawczo-odbiorczego.
4. Wykonawca opracuje i uzgodni z Zamawiającym harmonogram realizacji działań w terminie do 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.

VII. KONKURS GOSPODACZY

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 Konkursu Gospodarczego:

- a) Zamawiający wymaga, aby Wykonawca zaplanował, zorganizował i przeprowadził IV edycję Konkursu Gospodarczego: „*TWÓJ BIZNES POD BANDERĄ SUKCESU*”.
- b) Konkurs skierowany jest 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**.
- c) **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).
- d) W Konkursie, spośród wszystkich zgłoszonych Wykonawca - w uzgodnieniu z powołaną przez Zamawiającego Kapitułą - wyłoni maksymalnie **25 finalistów IV edycji Konkursu**, spośród których

zostanie wybranych **3 zwycięzców**. Zwycięzcy zostaną wyłonieni w ramach przeprowadzonego ogólnodostępnego głosowania. Dodatkowo przewidziano przyznanie w trakcie gali **nagrody publiczności**, przyznanej w ramach przeprowadzonego w czasie rzeczywistym głosowania oraz nagrody specjalnej: „młodzi w garażu”.

e) IV edycja Konkursu powinna uwzględniać przyjętą ogólną **koncepcję** kampanii promocyjnej, a wszelkie działania w ramach tej kampanii powinny być **spójne** koncepcyjnie, informacyjnie i wizerunkowo z innymi działaniami kampanii.

f) Zamawiający wymaga opracowania i przygotowania przez Wykonawcę prostego systemu zgłoszeń elektronicznych/formularza internetowego, w którym zgłaszające się przedsiębiorstwa/osoby będą mogły zgłosić się do Konkursu oraz wstępnie zadeklarować zainteresowanie skorzystaniem z poszczególnych elementów Pakietu świadczeń – opisanego w Rozdziale VII pkt. D niniejszego SOPZ, a osoby planujące założyć działalność gospodarczą będą mogły zadeklarować dopełnienie wszelkich formalności z tym związanych, w czasie określonym w regulaminie Konkursu. W Systemie będzie można umieścić kryteria wyboru finalistów i zwycięzców Konkursu, zasad głosowania oraz wszelkich pozostałych warunków niezbędnych do realizacji Konkursu (regulamin Konkursu) oraz niezbędne załączniki. Szczegółowe informacje na temat sposobu opracowania regulaminu Konkursu określone zostały w Rozdziale VII pkt. B ppkt 1.2. niniejszego SOPZ. Podgląd do zgłoszeń zostanie udostępniony Zamawiającemu celem weryfikacji zgłoszeń.

g) Wykonawca zobowiązany jest do zagwarantowania udziału **minimum 3 tysięcy osób w głosowaniu** z województwa zachodniopomorskiego na finalistów Konkursu - łącznie na wszystkich 25 finalistów oraz do zagwarantowania **udziału w Konkursie co najmniej 25 przedsiębiorstw** z sektora MMŚP z województwa zachodniopomorskiego (co najmniej po 4 przedsiębiorców z każdego sektora), przy czym osiągnięcie powyższych wskaźników powinno być wynikiem przeprowadzonych przez Wykonawcę kreatywnych działań angażujących i promocyjnych.

B. Działania do wykonania przez Wykonawcę w ramach Konkursu Gospodarczego:

a) Koncepcja kreatywna Konkursu Gospodarczego

Wykonawca opracuje całkowitą koncepcję kreatywną Konkursu - spójny pomysł, kreację/formułę dotyczącą realizacji Konkursu. 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 zaspokajał potrzeb Zamawiającego w dostateczny sposób z zastrzeżeniem, że zmiany w ww. koncepcji nie mogą naruszać jej głównych założeń i elementów, które Wykonawca złożył w ramach oferty, a na zmiany musi wyrazić zgodę Wykonawca i Zamawiający.

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 szczegółowym 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 być tożsama z kreatywną koncepcją Konkursu Gospodarczego wskazaną przez Wykonawcę w ofercie, na podstawie których Wykonawca został wybrany do realizacji zamówienia.

b) Pozostałe elementy koncepcji kreatywnej Konkursu Gospodarczego

1. Koncepcja kreatywna musi zawierać co najmniej:

1.1. Wskazanie **kreatywnych, angażujących działań (a na późniejszym etapie ich wdrożenie)**, których celem będzie efektywne zachęcenie przedsiębiorców do wzięcia udziału w Konkursie.

1.2. Opracowanie **regulaminu Konkursu** - w tym m.in. zasad uczestnictwa w Konkursie, zasad Konkursu, kryteriów wyboru finalistów i zwycięzców Konkursu, reklamacje, zasad głosowania oraz regulaminu głosowania, sposób doboru dodatkowych finalistów w przypadku niedopełnienia formalności przez osoby planujące założyć działalność gospodarczą oraz wszelkich pozostałych warunków dot. przeprowadzenia Konkursu. Warunki 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.

1.3. Opracowanie **mechaniki głosowania w Konkursie** oraz sposoby jej 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 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 (wzorem może być strona <https://www.konferencjapomorzachodnie.pl/>), do której będzie odnośnik w zakładce na stronie <http://biznes.wzp.pl>. Po ustaleniu z Zamawiającym wszystkich szczegółów Wykonawca rozpocznie głosowanie i obsługę systemu. Wykonawca musi

zapropionować sposób przeprowadzenia głosowania w trakcie Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego na zwycięzcę w kategorii „Nagroda publiczności”. Głosowanie musi odbyć się w czasie rzeczywistym a wyniki muszą być znane od razu. Nagroda publiczności zostanie wręczona w trakcie Gali Finałowej. Możliwość głosowania musi zostać zapewniona wszystkim uczestnikom Gali Finałowej. Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustali po zawarciu umowy, sposób rozszerzenia głosowania o widzów, którzy będą oglądali Galę Finałową w Internecie.

1.4. Ostateczną propozycję **nagród** dla wybranej przez Wykonawcę liczby uczestników głosowania oraz **określenie kryteriów ich przyznawania** Wykonawca ustali z Zamawiającym przed rozpoczęciem głosowania. 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 Konkursie Gospodarczym wynosiła łącznie 20 tysięcy złotych brutto. Wybrane nagrody Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć zwycięzcom w **terminie 14 dni kalendarzowych** od dnia ich wyłonienia.

1.5. Wykonawca w ramach kampanii promocyjnej musi zaproponować pozyskanie **partnera** 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.

1.6. Wykonawca zaplanuje i sfinansuje **nagrody dla zwycięzców** (w tym nagrody publiczności i nagrody dla „Młodych w garażu”). 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 – I miejsce: 30 000,00 zł (słownie: czterdzieści tysięcy złotych) brutto, II miejsce: 25 000,00 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych) brutto, III miejsce: 20 000,00 zł (słownie: piętnaście tysięcy złotych) brutto,**
- **nagroda publiczności w wysokości po 10 000,00 zł (słownie piętnaście tysięcy złotych) brutto,**
- **nagroda dla „Młodych w garażu” w wysokości 10 000,00 zł (słownie: piętnaście tysięcy złotych) brutto.**

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

c) Foldery reklamowe

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

1. W materiałach będą zamieszczone sylwetki finalistów Konkursu z **sylwetkami 25 finalistów** w liczbie maksymalnie 1000 sztuk - objętość 25/30 stron, rozmiar ok. 20x20 cm, papier 250-300 gr., z miękką okładką. W folderze reklamowym powinny znaleźć się także informacje o głosowaniu i Gali Finałowej.
2. 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.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do ostatecznej akceptacji folderu reklamowego, którą Wykonawca zobowiązany jest uzyskać **najpóźniej 7 dni kalendarzowych** przed rozpoczęciem etapu głosowania na wybranych finalistów Konkursu.
4. Wykonawca zobowiązany jest w projekcie folderu reklamowego wykorzystać dodatkowe materiały graficzne dostarczone przez Zamawiającego.
5. Miejsce dostarczenia folderów reklamowych zostanie wskazane przez Zamawiającego po podpisaniu umowy, z zastrzeżeniem, że dostawa będzie miała miejsce na terenie miasta Szczecin.

d) Pakiet materiałów promocyjnych

Wykonawca w ramach działań związanych z promocją potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego dostarczy Zamawiającemu różnorodne materiały promocyjne o charakterze biznesowym o łącznej wartości **ok. 20 000,00 zł brutto**.

1. Przygotowane materiały promocyjne zostaną wykorzystane przez Zamawiającego do przeprowadzenia szerokiej kampanii promocyjnej potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego oraz Konkursu Gospodarczego.
2. Wykonawca prześle do akceptacji Zamawiającemu prototypy materiałów promocyjnych wraz z opakowaniem najpóźniej **40 dni kalendarzowe** od podpisania umowy. W przypadku, gdy materiały podczas testów ujawnią wady produktu uniemożliwiające ich dalsze, prawidłowe użytkowanie Zamawiający wezwie Wykonawcę do przedstawienia kolejnych prototypów, które będą spełniały wszystkie wymagania funkcjonalności.
3. Wszystkie materiały wykonane (po uzyskaniu akceptacji projektu oraz egzemplarzy próbnych przez Zamawiającego) przez Wykonawcę zostaną dostarczone do siedziby Zamawiającego **najpóźniej do 30 czerwca 2023 roku**.
4. Ostateczna kolorystyka i rozmiary oznakowania niezbędnymi logami zostaną ustalone wraz z zatwierdzeniem wizualizacji. Oznakowanie na produktach musi być zgodne z System Identyfikacji Wizualnej. Zamawiający wymaga dostosowania wielkości powierzchni logotypów do rozmiarów produktów. Wszystkie projekty graficzne muszą być zatwierdzone przez Zamawiającego przed ich produkcją.
5. Zamawiający wymaga dostosowania wielkości opakowań do rozmiarów produktów.

e) Przyjmowanie i weryfikacja zgłoszeń

Wykonawca zobowiązany jest do **bieżącego przyjmowania zgłoszeń uczestników** Konkursu za pomocą opracowanego systemu/formularza oraz bieżącej aktualizacji strony internetowej poprzez m.in. dodawanie newsów i aktualności związanych z Konkursem. Wykonawca umożliwi Zamawiającemu bieżący dostęp do zgłoszeń.

C. Pakiet świadczeń*

Wykonawca w ramach działań związanych z organizacją Konkursu odpowiedzialny będzie za zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie pakietu świadczeń wspierających - obejmujących maksymalnie 25 finalistów. Poszczególne świadczenia wchodzące w zakres pakietu zostaną 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, 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 Zamawiający (w porozumieniu z Kapitułą Konkursową) - na miejsce takiego finalisty – wskaże osobę lub przedsiębiorstwo, które wejdzie na jego miejsce.

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

Zamawiający zastrzeżę, że finaliści obligatoryjnie muszą skorzystać z wykonania materiału filmowego oraz sesji zdjęciowej. Pozostałe świadczenia są fakultatywne, a ostateczne wynagrodzenie Wykonawcy zostanie pomniejszone o niewykorzystane przez finalistów świadczenia. Wynagrodzenie Wykonawcy zostanie pomniejszone o wartość niewykorzystanych środków przeznaczonych na pakiety świadczeń przeznaczone dla finalistów Konkursu oraz niewykorzystanych nagród przeznaczonych dla zwycięzców Konkursu Gospodarczego.

Elementy składowe pakietu świadczeń:	
Doradca biznesowy	CEL: Do zadań doradcy 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.
	SPECYFIKACJA: a) Wykonawca zrekrutuje w porozumieniu z Zamawiającym co najmniej dwóch doradców biznesowych do współpracy z 25 firmami kompatybilnych z obszarem działalności finalistów. Spójność między specjalizacjami, obszarami działania, branżą przedsiębiorców oraz ich doradców jest konieczna dla stworzenia przyjaznego zmianom środowiska. 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

	<p>podstawie przeprowadzonego z przedsiębiorcą wywiadu oraz nawiązanej relacji. Doradcę powinny wyróżniać następujące atrybuty: charyzma i pozycja wybitnego specjalisty - lider w swojej dziedzinie; kreatywny strateg, którego celem jest wprowadzanie innowacji, jak i kompleksowej komunikacji; odpowiedzialny za zarządzanie firmą; podejmujący się kierowania strategicznymi projektami; inicjator i wdrożeniowiec programów służących rozwojowi gospodarstwu i polepszaniu jakości życia. Kluczowym elementem zamówienia jest kompatybilność doradcy pod względem obszaru posiadanego doświadczenia z zakresem działalności przedsiębiorstwa oraz elastyczność i zaangażowanie doradcy biznesowego w procesie zmian.</p> <p>c) Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego propozycję minimum dwóch doradców w terminie do 14 dni kalendarzowych po wyłonieniu finalistów.</p> <p>d) Po stronie Wykonawcy leży zaaranżowanie oraz przeprowadzenie co najmniej dwóch spotkań jednego 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 21 dni kalendarzowych po wyłonieniu finalistów. Spotkania muszą zakończyć się najpóźniej do dnia poprzedzającego przeprowadzenie Gali Finałowej.</p> <p>f) Wykonawca zagwarantuje osobiste uczestnictwo doradców w spotkaniach z 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>
<p>Spersonalizowana wizytówka</p>	<p>CEL: W kontaktach biznesowych, jak i z klientami prywatnymi, niezwykle ważne jest przekazywanie zapadającej w pamięć informacji na temat działalności przedsiębiorstwa oraz 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 z wykorzystaniem np. technik sketchnotingu, w wersji cyfrowej w formatach jpg, PDF, tiff, psd, png. (po jednej dla każdego</p>

	<p>finalisty). Stałym elementem wszystkich wizytówek musi być umieszczone logo Pomorza Zachodniego i innych wskazanych przez Zamawiającego.</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 Rozdziale VII pkt. B ppkt c niniejszego SOPZ).</p> <p>e) Po stronie Wykonawcy leży stworzenie harmonogramu prac nad wizytówkami finalistów i przedstawienie go Zamawiającemu najpóźniej 20 dni kalendarzowych po wyłonieniu finalistów. Nerozłącznym 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>
<p>Materiały graficzne</p>	<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 umieszczone 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. Stałym elementem wszystkich materiałów musi być umieszczone logo Pomorza Zachodniego i innych wskazanych przez Zamawiającego.</p> <p>c) Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie 25 paczek materiałów graficznych. 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 przesłanych 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 do dnia 10 listopada 2023 roku.</p> <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 (z uwzględnieniem możliwości wykonania materiału na terenie województwa zachodniopomorskiego), muzyki i referencyjne filmy video. W każdym materiale filmowym zostanie przedstawiony inny finalista Konkursu Gospodarczego (25 materiałów).</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 (np. Facebook, LinkedIn, Instagram) wskazane materiały filmowe. Wykonanie materiałów filmowych obejmuje: zaplanowanie koncepcji szczegółowej, 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 Konkursu.</p>

- f) Materiały filmowe muszą być spójne z założeniami zawartymi w koncepcji kreatywnej i działaniami prowadzonymi w ramach kampanii w Internecie i prasie.
- g) Wykonawca do produkcji spotów może zaangażować kilka ekip realizacyjnych tak, aby wszystkie materiały filmowe zostały wykonane w terminach zgodnych z przyjętym harmonogramem.
- h) Materiały filmowe prezentujące Finalistów Konkursu powinny trwać ok. 45 sekund – w zależności od zaproponowanego scenariusza.
- i) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania dla każdego z powstałych materiałów filmowych **napisów/transkrypcji** przedstawiających wersję tekstową tego, co słyhać na filmie (tj. dialogi).
- j) Wykonawca przekaże Zamawiającemu spoty w **dwóch wersjach** - wersja bez napisów oraz wersja z napisami.
- k) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania **transkrypcji** w oddzielnym pliku tekstowym (opis tekstowy dźwięku i obrazu materiału filmowego).
- 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)**.
- 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 materiałach filmowych z wyjątkiem materiałów filmowych, gdzie jest uzasadnione ich nieużywanie (np. brak organizacyjnych możliwości wykonania ujęć z drona), w takich przypadkach konieczne jest uzyskanie zgody Zamawiającego na odstąpienie od użycia drona,
- 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)**.
- 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) 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 (Zamawiający dopuszcza również możliwość zaangażowania w powstanie materiałów filmowych aktorów/statystów – koszt ich zaangażowania leży po stronie Wykonawcy).
- q) Scenariusze (co najmniej w formie opisowej) zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji **14 dni kalendarzowych po wyłonieniu Finalistów**. Akceptację ostatecznej wersji scenariuszy spotów Wykonawca

	<p>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 przesyłanie materiałów), ale najpóźniej do 7 dni przed rozpoczęciem głosowania. 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>s) Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu zaakceptowanych materiałów filmowych ze wszystkimi prawami autorskimi i możliwością ich wykorzystania przez Zamawiającego i Finalistów zgodnie z przyjętymi przez Zamawiającego zasadami.</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 (w ramach tworzenia materiału filmowego opisanego powyżej) 25 dedykowanych sesji zdjęciowych, w siedzibie przedsiębiorcy.</p> <p>b) Wykonawca zobowiązany jest do wykonania i dostarczenia Zamawiającemu niepoddanego obróbce materiału zdjęciowego, z zastrzeżeniem, że zawsze przekaze 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 25 pakietów zdjęć. Spośród całego, nieobrobionego materiału zdjęciowego, o którym mowa w pkt. b w ramach</p>

	<p>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 750 obrobionych zdjęć (25 pakietów po 30 zdjęć = 750 zdjęć).</p> <p>i) Ostateczna praca nad materiałami fotograficznymi musi zakończyć się najpóźniej 10 dni kalendarzowych przez rozpoczęciem się głosowania.</p> <p>j) Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu obrobionych zdjęć ze wszystkimi prawami autorskimi i możliwością wykorzystania ich przez Zamawiającego i Finalistów zgodnie z przyjętymi przez Zamawiającego zasadami.</p>
<p>Warsztat z zakresu prezentacji produktu</p>	<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) 25 zindywidualizowanych, praktycznych warsztatów dla Finalistów Konkursów (w tym dla jego przedstawicieli).</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</p>

	<p>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), trzy rodzaje ciastek, kanapki, paluszki.</p> <p>h) Na potrzeby przeprowadzenia warsztatów Wykonawca każdorazowo przygotuje 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, najważniejsze zagadnienia). Ostateczna akceptacja materiału nastąpi najpóźniej 7 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem się poszczególnych warsztatów.</p> <p>i) Wykonawca zobowiązany jest do przekazania Zamawiającemu listy obecności niezwłocznie po zakończonym spotkaniu. Lista obecności musi zawierać stosowne logotypy.</p> <p>j) Warsztaty dla Finalistów Konkursu Gospodarczego muszą odbyć się najpóźniej do dnia poprzedzającego 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>
--	---

Ogólne założenia:

- a)** Wykonawca w terminie do 14 dni kalendarzowych od wyboru finalistów 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, w tym do uzyskania zgody na publikację ich wizerunku.
- 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.

D. Głosowanie - wybór zwycięzców Konkursu Gospodarczego

W Konkursie Gospodarczym, spośród finalistów w wyniku głosowania przed Galą Finałową zostanie wybranych trzech zwycięzców (miejsca I-III) oraz zostanie przyznana nagroda specjalna dla „Młodych w garażu” (w trakcie Gali zostanie przyznana również nagroda publiczności).

Wykonawca w koncepcji kreatywnej Konkursu zaplanuje sposób efektywnego zaangażowania podmiotów do głosowania na zwycięzców Konkursu. Wykonawca do koncepcji głosowania może wykorzystać nieskomplikowaną formę grywalizacji.

a) 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.

b) 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.).

c) Wykonawca stworzy **system do głosowania** zaproponowany w koncepcji kreatywnej Konkursu i będzie go utrzymywał, prowadził aż do zakończenia trwania umowy.

d) 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.

e) Dodatkowo Wykonawca zaplanuje (wraz z przygotowaniem regulaminu tego głosowania) i przeprowadzi głosowanie podczas Gali Finałowej umożliwiające **wyłonienie laureata nagrody publiczności**. Głosowanie odbywać się będzie w czasie rzeczywistym. Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustalą szczegóły sposobu głosowania, przedstawionego przez Wykonawcę w ofercie.

VIII. KAMPANIA PROMOCYJNA KONKURSU GOSPODARCZEGO

A. Ogólne założenia kampanii:

Konkurs Gospodarczy musi być wsparty kampanią promocyjną, której celem będzie dotarcie do jak najszerszego grona przedsiębiorców z Pomorza Zachodniego, jako bezpośrednich uczestników Konkursu. Istotne jest wdrożenie działań, mających na celu:

- efektywne zachęcenie do wzięcia udziału w Konkursie oraz

- 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 oraz 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 **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** o charakterze społecznym, 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 **5 emisji** artykułów, publikacji, materiałów dot. wydarzeń związanych Konkursem Gospodarczego i Gali Finałowej.

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:

- 1.** Kampania w prasie o zasięgu krajowym dotycząca Konkursu Gospodarczego i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego odbędzie się w terminie **kwiecień 2023 r. - listopad 2023 r.**
- 2.** 5 emisji artykułów w co najmniej jednym wybranym tytule prasowym o zasięgu krajowym.
- 3.** Zamawiający wymaga, aby artykuły miały wymiar stronicowy (full page), full color i były umieszczone na trzeciej (prawej) stronie tytułu prasowego.
- 4.** 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.
- 5.** Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie i graficzne artykułów oraz zlecenie emisji materiałów w wybranym tytule prasowym.

6. Artykuły powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie publikacji, tak by swoim wyglądem przypominały artykuły prasowe stosowane w tytule prasowym, w którym zostanie zamieszczona publikacja.

7. 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 Konkursu Gospodarczego w Internecie. Do realizacji działań promocyjnych w Internecie Wykonawca wykorzysta **media społecznościowe - Facebook, Instagram, YouTube** oraz inne **serwisy i portale internetowe**. Materiały reklamowe powstające na potrzeby kampanii promocyjnej Konkursu Gospodarczego w Internecie uwzględnią zaangażowanie wybranych przez Zamawiającego 3 influencerów. W ramach tego działania zostanie również zaplanowana i zrealizowana **kampania odsłonowa**.

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 jego opisem. 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 przyszłości.

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:

1. W trakcie trwania Konkursu Gospodarczego Zamawiający wymaga zaplanowania i zrealizowania przez Wykonawcę kompleksowej kampanii promocyjnej w Internecie.

2. Wykonawca zaplanuje i przeprowadzi działania w mediach społecznościowych, portalach i serwisach internetowych.
3. Wykonawca będzie odpowiedzialny za stworzenie wszystkich kreacji, materiałów, tekstów, zdjęć, które zostaną wykorzystane na potrzeby realizacji kampanii.
4. Realizacja 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

1. 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**.
2. Kampania promocyjną przeprowadzona zostanie w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej** lub **materiałów sponsorowanych** powstających we współpracy z Zamawiającym.
3. Kampania będzie polegać na zaplanowaniu i zrealizowaniu łącznie **5 emisji** artykułów, publikacji, materiałów dot. wydarzeń związanych Konkursem Gospodarczym i Galą Finałową.
4. Materiały będą zawierać maksymalnie 10 000 znaków ze spacjami oraz zdjęcia, grafiki (maksymalnie 3 na artykuł) lub materiały filmowe.
5. Materiały będą dotyczyć Konkursu Gospodarczego oraz promocji walorów i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego.
6. 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.
7. 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.
8. 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 (w tym Gali Finałowej).

Influencer, to osoba rozpoznawalna na arenie krajowej, budząca powszechne zaufanie społeczne ma być swoistym promotorem marki jaką jest potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego oraz przedsiębiorstw- promując dany produkt/usługę finalistów mediach społecznościowych. Możliwość jakie dają media społecznościowe ww. osób pozwoli na zaznajomienie z produktem/usługą, przedsiębiorstwem oraz potencjałem gospodarczym Pomorza Zachodniego 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.

Influencerzy nie muszą być związani z Pomorzem Zachodnim, ani pochodzić z tego regionu.

a) Zakres wymagań względem realizacji działania:

1. Wykonawca w koncepcji kampanii promocyjnej Konkursu Gospodarczego wskaże:

- Imiennie influencerów, którzy wezmą udział w kampanii promocyjnej konkursu oraz przygotuje biogram każdej ze wskazanych osób, w tym dane świadczące o spełnianiu przez influencerów niżej opisanych wymogów Zamawiającego.

- 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.

2. Każdy z wybranych influencerów musi posiadać konto w serwisie społecznościowym Youtube (minimum 100 tys. subskrybentów na kanale) oraz konto w co najmniej jednym serwisie społecznościowym spośród serwisów takich jak Facebook, Instagram lub Tik Tok.

3. 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. Treści prezentowane na kanale przez influencerów nie mogą naruszać dóbr osobistych takich jak: godność (także narodowa) czy będąca jednym z jej elementów wolność od bycia dyskryminowanym m.in. z uwagi na wyznanie, światopogląd czy przekonania polityczne. Treści prezentowane na kanale nie mogą szerzyć mowy nienawiści, w tym otwartych ataków na ludzi ze względu na rasę, przynależność etniczną lub narodową, poglądy religijne, orientację seksualną, płeć czy tożsamość płciową, a także niepełnosprawność lub chorobę.

4. 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 wraz z biogramem zaproponowanego influencerów dane i wskaże ich obiektywne źródła - przy użyciu statystyk z wykorzystywanego przez danego influencerów systemu analitycznego, świadczące o tym, że każdy z influencerów spełnia ten warunek.

5. Wykonawca zapewni udział 3 influencerów zaangażowanych do działań promocyjnych Konkursu Gospodarczego, zgodnie z poniższymi wytycznymi:

- Influencerzy zobowiązani będą do **osobistego wzięcia udziału w Galach Finałowych** oraz będą prowadzili relację z tej gali na swoich kontaktach w mediach społecznościowych.

- Każdy influencer w czasie trwania Gali opublikuje **minimum 2 materiały filmowe, w tzw. Youtube Shorts oraz co najmniej w jeszcze jednym portalu społecznościowym, np. na Facebook Stories, Instagram Stories lub na Tik Tok'u,**

- 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,**

- Każdy z nich 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 finalistów Konkursu Gospodarczego. Finalistów tych wskaże Wykonawca.

- 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 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.

6. Wykonawca zapewni, aby influencer aktywnie reagował na **komentarze, pytania** i zachowania użytkowników mediów społecznościowych na treści zamieszczane w ramach relacji z wizyt.

7. 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.

8. 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 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 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:

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

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

1. Wykonawca w trakcie Konkursu Gospodarczego opublikuje w sumie **35 postów na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Facebook**.
2. 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 powstanie 25 postów z materiałami filmowymi o finalistach). Posty muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, spójne wizualnie i merytorycznie z przyjętą ogólną koncepcją promocyjną.
3. Posty będą posiadać hashtagi, które Zamawiający przekaże Wykonawcy po zawarciu umowy.
4. Wykonawca zobowiązany będzie przygotować **dotatkowo** (oprócz wspomnianych 25 materiałów filmowych o finalistach) **jeden 30-sekundowy materiał** filmowy zachęcający do udziału w głosowaniu w Konkursie Gospodarczym), **jeden materiał filmowy** (nie dłuższy niż 180 sekund) wyemitowany w trakcie Gali Finałowej Konkursu zachęcający do udziału w głosowaniu na nagrodę publiczności (do montażu materiału filmowego posłużą ujęcia z filmów nagranych o firmach lub materiały z sesji zdjęciowej) oraz **jeden materiał filmowy** (nie dłuższy niż 180 sekund) **podsumowujący** Galę Finałową Konkursu Gospodarczego. Publikowane materiały filmowe będą w ramach 35 postów publikowanych na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Facebook.
5. Na publikowanych przez Wykonawcę zdjęciach/filmach musi znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu lub w postaci product placementu).
6. 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.
7. 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**.

1. 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.

2. 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 kwiecień-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:

1. Suma płatnego zasięgu wszystkich wpisów stworzonych w IV edycji Konkursu Gospodarczego, w okresie **kwiecień-listopad 2023 r.** wyniesie **co najmniej 4 mln wyświetleń**.

2. Reklama będzie targetowana na odbiorców z województwa zachodniopomorskiego w wieku 16+ i będzie umiejscowiona na **urządzeniach mobilnych i komputerach**.

3. **Płatna liczba wyświetleń** poszczególnego posta sponsorowanego będzie wynosiła od **25 do 150 tys. wyświetleń**.

4. **Każdy materiał filmowy** prezentujący finalistów Konkursu Gospodarczego osiągnie **co najmniej 25 płatnych tys. wyświetleń**.

5. **Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustalą poszczególne widełki zasięgów płatnych dla pozostałych postów**.

6. 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.

7. 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 trzech godzin, po godzinie 20 w ciągu 13 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz musi być udzielona w ciągu 24 godzin.

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

1. Wykonawca w trakcie Konkursu Gospodarczego opublikuje w sumie **35 postów na kanale Pomorza Zachodniego na portalu Instagram**.

2. 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).

3. 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 trzech godzin, po godzinie 20 w ciągu 13 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz musi być udzielona w ciągu 24 godzin.

4. W publikowanych przez Wykonawcę postach powinno znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu lub w postaci **product placementu**). Posty będą posiadać hashtagi, które Zamawiający przekaże Wykonawcy po zawarciu umowy.

5. 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:

1. Kampania promocyjna dotycząca Konkursu Gospodarczego prowadzona w serwisie YouTube będzie miała na celu wyemitowanie wyprodukowanych przez Wykonawcę materiałów filmowych przedstawiających finalistów 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;

2. Suma płatnych wyświetleń wszystkich materiałów filmowych opublikowanych IV edycji Konkursu Gospodarczego, w okresie **kwiecień-listopad 2023 r.** wyniesie **co najmniej 1 mln**;

3. **Każdy materiał filmowy** prezentujący finalistów Konkursu Gospodarczego osiągnie co najmniej **35 tys. płatnych wyświetleń**;

4. Zamawiający, w porozumieniu z Wykonawcą ustalą poszczególne widełki zasięgów płatnych dla pozostałych materiałów filmowych opublikowanych na portalu społecznościowym Youtube.

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

1. 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;

2. Wykonawca będzie systematycznie emitował kolejne materiały filmowe na kanale Pomorza Zachodniego w serwisie YouTube;

3. Materiały filmowe będą publikowane od pierwszego dnia umożliwiającego głosowanie na finalistów Konkursu Gospodarczego.

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

Wykonawca przeprowadzi **kampanię odsłonową 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:

1. dotarcie do przedsiębiorców z sektora MMŚP z informacją o Konkursie,
2. dotarcie do start-up'ów, młodych firm z informacją o Konkursie,
3. zachęcenie mieszkańców Pomorza Zachodniego do wzięcia udziału w głosowaniu,
4. promocja potencjału i walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego.

b) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

- Wykonawca przeprowadzi kampanię odsłonową, rotacyjną na stronie głównej wybranego portalu oraz w działach tematycznych takich jak biznes, lifestyle, news. **Wykonawca zapewni, że CTR kampanii odsłonowej wyniesie docelowo co najmniej 0,13 %;**
- 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 Konkursu Wykonawca przygotowuje i dostarczy projekty graficzne 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 16+;
- Reklama powinna być medium budującym zasięg, wciągającym odbiorcę w interakcję, interaktywną i angażującą formą ma zachęcić użytkownika do dalszej reakcji i zaangażowania;
- Kampania odsłonowa musi być spójna z kampanią w mediach społecznościowych i prasie oraz z ogólnym kreatywną koncepcją kampanii w ramach zamówienia;
- W ramach zamówienia Wykonawca w czasie Konkursu zaplanuje i zrealizuje w okresie **kwiecień-listopad 2023 r.** kampanię odsłonową 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 odsłon** 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 organizacją Konkursu

Gospodarczego. Np. reklama zachęcająca do zgłaszania się firm do udziału w Konkursie Gospodarczym.

c) Wskaźniki i efekty do osiągnięcia:

- CTR kampanii odsłonowej wyniesie minimum **0,13 %**;
- Kampania uzyska minimum **2 mln odsłon łącznie**.

IX. PROMOCJA WALORÓW I POTENCJAŁU GOSPODARCZEGO POMORZA ZACHODNIEGO

A. Ogólne założenia promocji walorów i potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego

W ramach zamówienia Wykonawca będzie promował działania realizowane przez Zamawiającego, które ukazującą potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego w ramach projektu "Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje – etap II".

Zadanie składać się będzie zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych o zasięgu regionalnym i krajowym. Celem zadania będzie dotarcie do jak najszerszego grona mieszkańców województwa i kraju poprzez ukazanie potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego, jako regionu atrakcyjnego pod kątem inwestycyjnym, wspierającego branżę kreatywną oraz innowacyjne i nowoczesne rozwiązania oraz działań realizowanych przez Zamawiającego w tym kierunku.

Zakres działań będzie obejmował prasę oraz działania w Internecie. Prowadzone działania muszą być targetowane regionalnie i krajowo oraz zróżnicowane ze względu na specyfikę odbiorców - przedsiębiorcy z sektora MMŚP, osoby chcące założyć swój własny biznes, instytucje otoczenia biznesu, potencjalni inwestorzy, jak i mieszkańcy kraju i regionu.

B. Promocja w prasie o zasięgu krajowym wspierająca działania Zamawiającego ukazujące potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego:

Wykonawca zrealizuje cykl **7** artykułów prasowych promujących realizowane przez Zamawiającego działania oraz potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego w co najmniej **jednym, wybranym prestiżowym magazynie biznesowym (tytuł prasowym) wydawanym w kraju**, który ukazuje się minimum raz w miesiącu i którego **średni miesięczny nakład wynosi min. 40 tysięcy egzemplarzy**.

Artykuły prasowe będące materiałami sponsorowanymi (powstającymi we współpracy z Zamawiającym) będą przyjmować formę wzmianki, relacji jak również wywiadu ze wskazanymi przez Zamawiającego rozmówcami. Za przygotowanie treści artykułów odpowiedzialny będzie Wykonawca (redakcją wydawcy magazynu biznesowego [tytułu prasowego]) przy współpracy z Zamawiającym.

Każdy z artykułów obejmował będzie jedną rozkładówkę, tj. dwie sąsiadujące obok siebie strony, opatrzone zdjęciem lub zdjęciami oraz odpowiednio oznakowane ciągiem logotypów wskazanym przez Zamawiającego.

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 przed wymaganym terminem dostarczenia materiału wskazanym przez wydawcę tytułu prasowego.

b) Założenia ogólne:

1. Publikacje w prasie o zasięgu krajowym odbędą się w okresie **1 kwietnia 2023 - 30 listopad 2023 r.**
 - Zamawiający wymaga, aby artykuły prasowe miały objętość 2 stron (każda full page), full color i były umieszczone na czwartej i piątej stronie tytułu prasowego (rozkładówka).
 - 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 oraz z wytycznymi „Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” **wyłącznie** w odniesieniu do ciągu logotypów RPO. 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.
 - Treści artykułów muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, utrzymujące wysoki poziom merytoryczny.
 - Artykuły powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przekazanymi przez Zamawiającego. 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) Działania w Internecie:

Wraz z publikacją artykułu prasowego w prasie papierowej, artykuł musi zostać również opublikowany na portalu / serwisie internetowym magazynu biznesowego (informacja musi być umieszczona na stronie głównej portalu/strony przez co najmniej trzy dni, następnie pozostać widoczna w dziale tematycznym takim jak np. biznes, lifestyle, news przez kolejnych 5 dni), jak również w jego social mediach (**min. 200 tys. obserwujących konto na portalu społecznościowym**) w postaci postu promującego materiał.

Do realizacji działań promocyjnych w Internecie Wykonawca wykorzysta **media społecznościowe - Facebook, Instagram.**

- Wszystkie posty muszą uzyskać co najmniej 140 tysięcy płatnych wyświetleń na portalu Facebook. Płatny zasięg musi być targetowany na mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wieku 18+.
- Wykonawca będzie odpowiadał na komentarze i wpisy internautów pod postami promującymi artykuły prasowe. Wykonawca będzie utrzymywał dialog z internautami, pobudzał ich do dyskusji, angażował do pożądaných reakcji.

- Wykonawca będzie odpowiadał na komentarze internautów w dni robocze od godziny 8 do godziny 20 w ciągu dwóch godzin od przesłania komentarza, po godzinie 20 w ciągu 14 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz musi być udzielona w ciągu 24 godzin. Obowiązek odpowiadania na komentarze określa się na 5 dni kalendarzowych od dnia opublikowania danego postu.

C. Promocja w Internecie:

Wykonawca przeprowadzi 4 **kampanie odsłonowe w krajowym serwisie / portalu internetowym** 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 pierwszym półroczu 2022 r. korzystało średnio minimum **7 000 000 unikalnych użytkowników**.

a) Ogólny cel działania:

Promocja potencjału i walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego oraz działań realizowanych przez Zamawiającego.

b) Założenia ogólne:

Promocja w Internecie odbędzie się w okresie **1 kwietnia 2023 - 30 listopad 2023 r.**

c) Terminy dostarczenia materiałów reklamowych do akceptacji Zamawiającego:

Opracowane materiały muszą każdorazowo przed emisją 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 przed wymaganym terminem dostarczenia materiału wskazanym przez serwis / portal internetowy.

c) Zakres wymagań względem realizacji działania przez Wykonawcę:

- Wykonawca przeprowadzi kampanie odsłonowe, rotacyjne na stronie głównej wybranego portalu / serwisu internetowego oraz w działach tematycznych takich jak np. biznes, lifestyle, news. **Wykonawca zapewni, że CTR kampanii odsłonowej wyniesie docelowo co najmniej 0,13 %.**
- Wykonawca zapewni, że reklama będzie **pozycjonowana** zawsze w górnym miejscu serwisu / portalu internetowego. Format reklamy to billboard w rozmiarze wideboard (nie mniejszy niż 700x200 pixeli), w formule on top i/lub screening.
- Do zadań Wykonawcy należy stworzenie projektów graficznych kampanii reklamowych.
- W ramach zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do dostosowania wykonanych projektów do emisji na zaproponowanym przez siebie serwisie / portalu internetowym.

- Kampania na krajowym portalu internetowym musi być **geotargetowana** na mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wieku 18+.
- Reklama powinna być medium budującym zasięg, wciągającym odbiorcę w interakcję i angażującą formą ma zachęcić użytkownika do dalszej reakcji i zaangażowania.
- Każda z kampanii odstonowych osiągnie minimum **1 mln odston** łącznie na **urządzeniach mobilnych i desktopach**.
- Natężenie emisji kolejnych kampanii będzie uzależnione od realizacji konkretnych działań Zamawiającego.
- Kampanie reklamowe muszą zostać opracowane graficznie z uwzględnieniem identyfikacji wizualnej Pomorza Zachodniego wyłącznie w odniesieniu do logo Pomorza Zachodniego oraz z wytycznymi „Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” wyłącznie w odniesieniu do ciągu logotypów RPO. Pozostałe elementy oprawy graficznej nie muszą być zgodne z przyjętym przez Urząd Systemem Identyfikacji Wizualnej.

c) Wskaźniki i efekty do osiągnięcia:

- **CTR** każdej kampanii odstonowej wyniesie minimum **0,13 %**.
- Każda kampania uzyska minimum **1 mln odston, w sumie 4 mln odston**.

X. GALA FINAŁOWA

Do zadań Wykonawcy będzie należało opracowanie, przygotowanie oraz kompleksowa realizacja wydarzenia jakim jest Gala Finałowa podsumowująca Konkurs Gospodarczy. Gala finałowa ma być wydarzeniem o charakterze specjalnym z uwzględnieniem elementów eventu biznesowego m.in. strefa networkingowa.

1) W ramach przedmiotu zamówienia Wykonawca

a) Opracuje **scenariusz wydarzenia**, jakim jest Gala Finałowa Konkursu Gospodarczego, której głównym celem komunikacyjnym jest zaprezentowanie sylwetek oraz działalności wszystkich Finalistów Konkursu 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/ zespołu muzycznego) 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, w tym MMŚP 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) Przygotuje i wyeksponuje w przestrzeni obiektu, w którym będzie odbywać się Gala, 25 plansz w formie fotoboard (z pianki polistyrenowej o grubości 10 mm) w formacie nie mniejszym niż format ok. A1. Każda plansza będzie dedykowanej konkretnej firmie. Na planszy będzie nazwa firmy, numer w Konkursie, zdjęcie przedstawiające firmę oraz jej opis (przygotowany materiał będzie spójny z przygotowaną treścią w folderach).

d) Zrealizuje Galę Finałową Konkursu Gospodarczego uwzględniając charakter specjalny i biznesowy wydarzenia, zgodnie z opracowanym przez Wykonawcę 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 (MMŚP z regionu) oraz pośrednich projektu.

2) Termin realizacji wydarzeń

a) Gala Finałowa Konkursu Gospodarczego zostanie zrealizowana w drugiej połowie października 2023 roku lub w pierwszej połowie listopada 2023 r. w godzinach popołudniowych

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

3) Rodzaj wydarzenia

Przy organizacji Gali Finałowej 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 Gali Finałowej

Liczba uczestników powinna wynosić nie mniej niż 400 osób.

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) Gala Finałowa zostanie zrealizowana 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 bezpłatne miejsca postojowe dla uczestników wydarzenia.

c) Wynajęcie lokalizacji dającej możliwość realizacji wszystkich założeń zawartych w SOPZ 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, jednak warunkiem jest dopuszczenie do użytku zaproponowanej lokalizacji min. 60 dni kalendarzowych przed realizowanym wydarzeniem.

Wykonawca musi wskazać propozycje miejsca w terminie 21 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy. Gala Finałowa musi być zrealizowana w budynku/budynkach, które będą wolne od poziomych i pionowych komunikacyjnych barier architektonicznych. Zastosowane w budynku przeznaczonym do realizacji wydarzenia rozwiązania techniczne będą umożliwiały dostęp do niezbędnych pomieszczeń, w tym zapewniona będzie możliwość ewakuacji.

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 SOPZ);
- 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 uatrakcyjnających 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 SOPZ);
- 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 Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego.

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

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, przestrzeń wspólna, 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 osoby pełniącej funkcję **konferansjera, która poprowadzi** wydarzenie, oraz posiada doświadczenie polegające na tym, że w ostatnich trzech latach przed upływem terminu składania ofert co najmniej dwa razy poprowadziła wydarzenie, w którym udział wzięło co najmniej 750 osób. Wydarzenie związane było 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 zaproponuje na etapie składania ofert katalog minimum 3 osób pełniących funkcję konferansjera wraz z opisem ich dotychczasowego doświadczenia, spośród których Zamawiający wybierze osobę pełniącą funkcję konferansjera Gali Finałowej w terminie najpóźniej 2 miesiące przed wydarzeniem.

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

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

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

e) Zamawiający zastrzega możliwość wprowadzania zmian do przygotowanego scenariusza przez Wykonawcę. Wykonawca musi je uwzględnić.

f) Wykonawca zapewni profesjonalnego fotografa do wykonania relacji zdjęciowej z wydarzenia który wykona min. 400 zdjęć, dostarczonych w formie elektronicznej, w wersji surowej w ciągu 1 dnia kalendarzowego od wydarzenia. Zamawiający z przestanych zdjęć, wskaże 150, które w ciągu 3 dni roboczych mają zostać przekazane w formie ostatecznej, po pełnej obróbce graficznej.

g) 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 zainstalowania sprzętu niezbędnego do przeprowadzenia transmisji, a także jego demontaż i odebrania po przeprowadzonej transmisji;
- przeprowadzenie próby technicznej sprzętu przed rozpoczęciem wydarzenia (min. 2h wcześniej);
- emisji na profilach należących do Zamawiającego w mediach społecznościowych Facebook i YouTube;
- zapewnienie kopii elektronicznej materiałów, w celu ich ponownego odtworzenia lub modyfikowania (oraz przekazania do niego pełni praw autorskich);
- 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.

h) Wykonawca zapewni koncert zespołu muzycznego/artysty, który wystąpi w trakcie Gali Finałowej Konkursu Gospodarczego, 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 musi być przynajmniej 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.

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

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

j) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania projektu graficznego zaproszeń elektronicznych oraz papierowych na Galę. Projekt musi zostać ostatecznie zaakceptowany przez Zamawiającego. Wykonawca ma obowiązek wydrukować min. 150 szt. zaproszeń, zgodnie z zaakceptowanym projektem oraz wymaganiami Zamawiającego.

9) Harmonogram realizacji Gali Finałowej:

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 2 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) Projekt zaproszenia elektronicznego zostanie przesłany Zamawiającemu w celu akceptacji najpóźniej miesiąc przed realizacją wydarzenia.