

SZACOWNIE WARTOŚCI ZAMÓWIENIA

Województwo Zachodniopomorskie w związku z planowaną procedurą wszczęcia zamówienia publicznego zwraca się z uprzejmą prośbą o oszacowanie wartości zamówienia na kompleksową realizację konferencji i warsztatów towarzyszących SmartUp! High Tide Szczecin 2026.

Szacowanie wartości zamówienia nie stanowi oferty zamówienia w rozumieniu Ustawy Prawo Zamówień Publicznych z dnia 11 września 2019 r. i jest jedynie analizą rynku dokonywaną zgodnie z uchwałą nr 2211/25 Zarządu Województwa Zachodniopomorskiego z dnia 22 grudnia 2025 r.

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (Klasyfikacji CPV):

- 80.50.00.00-9 - usługi szkoleniowe,
- 79.95.20.00-2 - usługi w zakresie organizacji imprez,
- 79.95.10.00-5 - usługi w zakresie organizowania seminariów,
- 55.52.00.00-1 - usługi dostarczania posiłków,
- 79.95.00.00-8 - usługi w zakresie organizowania wystaw, targów i kongresów
- 79.82.25.00-7 - usługi projektów graficznych,
- 72.41.30.00-8 - usługi w zakresie projektowania stron WWW,
- 79.34.22.00-5 - usługi w zakresie promocji.

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Kompleksowa realizacja konferencji i warsztatów towarzyszących **SmartUp! High Tide Szczecin 2026**.

III. OKRES REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Termin realizacji zamówienia: od dnia podpisania umowy **maksymalnie do dnia 16 listopada 2026 roku**, w tym:

1. **Planowany termin konferencji „SmartUp! High Tide Szczecin 2026”** – 1 (jeden) dzień roboczy w jednym z poniższych terminów (do wyboru przez Zamawiającego):
 - **13 lub 14 października 2026 r.** (wtorek/środa),
 - **20 lub 21 października 2026 r.** (wtorek/środa).

Ostateczna data wydarzenia zostanie ustalona z Wykonawcą w ciągu 15 dni od dnia zawarcia umowy.

2. **Planowany termin warsztatów** – 1 (jeden) dzień roboczy bezpośrednio poprzedzający konferencję lub następujący bezpośrednio po niej (zgodnie z wyborem dokonany w pkt 1), w ramach wydarzenia „SmartUp! High Tide Szczecin 2026”.

IV. CEL I TEMATYKA ZAMÓWIENIA

1. **Cel główny konferencji - budowa i skalowanie ekosystemu innowacji Pomorza Zachodniego, integracja i aktywizacja zachodniopomorskiego środowiska nowoczesnych technologii poprzez:**

- **transfer wiedzy i narzędzi:** dostarczenie startupom i przedsiębiorcom gotowych rozwiązań, kontaktów oraz know-how niezbędnych do dynamicznego rozwoju,
- **networking 360°:** stworzenie nowoczesnej platformy dialogu między praktykami biznesu a światem akademickim i instytucjonalnym, efektywne łączenie

liderów biznesu, przedstawicieli nauki oraz instytucji otoczenia biznesu (IOB) w celu budowania trwałych relacji partnerskich, kreowanie przestrzeni do współpracy międzysektorowej, pozwalającej na przenikanie się innowacji z różnych branż,

- **promocję "Success Stories"**: prezentację najlepszych praktyk i modeli biznesowych, które odniosły sukces, jako inspiracji dla lokalnego rynku,
- **dostęp do kapitału i mentoringu**: umożliwienie bezpośredniego dialogu z inwestorami (VC, Aniołowie Biznesu), mentorami oraz ekspertami branżowymi.

2. Cel warsztatów - praktyczne wzmocnienie kompetencji jutra, realne podniesienie przewagi konkurencyjnej uczestników (przedsiębiorców, startupów oraz IOB) w obszarach np. takich jak:

- **strategiczne skalowanie (Scaling Up)**: metody szybkiego wzrostu i zarządzania dynamicznie rosnącą organizacją,
- **inżynieria finansowa**: skuteczne pozyskiwanie rund finansowania oraz optymalizacja wskaźników rentowności,
- **future of work**: przyciąganie talentów, budowanie zwycięskich zespołów i nowoczesne zarządzanie zasobami ludzkimi (HR),
- **digital transformation**: praktyczne wykorzystanie narzędzi **Sztucznej Inteligencji (AI)** w optymalizacji procesów biznesowych i angażowaniu klientów,
- **wizerunek i relacje**: budowanie nowoczesnych strategii PR oraz pozycji rynkowej w oparciu o trendy inwestycyjne.

V. GRUPA DOCELOWA

Wydarzenie dedykowane jest kluczowym interesariuszom zachodniopomorskiego ekosystemu innowacji. Uczestnikami konferencji oraz warsztatów są podmioty posiadające siedzibę, prowadzące działalność gospodarczą, naukową lub pobierające naukę na terenie województwa zachodniopomorskiego, w szczególności:

- **sektor enterprise & startups**:
 - innowacyjni przedsiębiorcy dążący do skalowania biznesu,
 - **startupy** na każdym etapie rozwoju (od fazy *Pre-seed* i *Seed* po *Growth*), ze szczególnym uwzględnieniem projektów technologicznych i kreatywnych,
 - potencjalni twórcy startupów poszukujący walidacji swoich pomysłów,
- **Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB) – architekci ekosystemu**:
 - podmioty kształtujące procesy innowacyjne w regionie: inkubatory technologiczne, akceleratory, parki naukowo-technologiczne,
 - instytucje propagujące nowoczesne instrumenty finansowe oraz budujące systemowe wsparcie dla młodych spółek technologicznych,
- **sektor nauki i transferu technologii**:
 - **szkolnictwo wyższe**: przedstawiciele kadry naukowej i dydaktycznej kierunków wpisujących się w **Inteligentne Specjalizacje Pomorza Zachodniego**,
 - Centra Transferu Technologii (CTT) oraz brokerzy innowacji odpowiedzialni za komercjalizację badań i tworzenie spółek typu *spin-off*,
- **talenty i przyszli liderzy**:
 - studenci zachodniopomorskich uczelni – przyszli fundatorzy, pracownicy sektora B+R oraz pasjonaci nowoczesnych technologii, planujący rozwój własnych projektów biznesowych w regionie.

VI. ELEMENTY ZAMÓWIENIA

1. KONFERENCJA

1.1. Miejsce konferencji - miasto Szczecin, siedziba Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego przy ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 40 w Szczecinie. Zamawiający zapewni i udostępni nieodpłatnie salę audytoryjną (dawne kino „Delfin”) oraz foyer wymienionej sali konferencyjnej, w których będą się odbywały wydarzenia. Wyposażenie sali konferencyjnej (audytoryjnej) ”Delfin”:

- ściana wizyjna zbudowana w oparciu o monitory bezramkowe 55” w układzie 3x3,
- projektor centralny z ekranem,
- projektor boczny z ekranem,
- 3x monitor 65” (dwa zlokalizowane na bocznej ścianie sali, jeden we foyer),
- kamera PTZ z możliwością prezentowania rejestrowanego obrazu,
- system wideokonferencyjny Yealink,
- system przesyłu bezprzewodowego Barco,
- nagłośnienie sali (stacjonarne) zrealizowane na procesorze dźwięku Nexia,
- wbudowana w podłogę pętla indukcyjna dla osób korzystających z aparatów słuchowych,
- zestaw mikrofonów (w tym 1 pojemnościowy typu „gęsia szyja” i 6 dynamicznych bezprzewodowych),
- oświetlenie sali (w tym 8 punktów świetlnych w obrębie sceny połączonych w dwóch grupach, oświetlenie główne, oświetlenie aranżacyjne),
- system zarządzania multimediami Crestron umożliwiający przewodowe (z mównicy) i bezprzewodowe w obrębie sali (tablet) sterowanie nagłośnieniem, oświetleniem i multimediami,
- krzesła z miękkimi siedziskami,
- scena wraz z mównicą oraz fotelami i stolikami kawowymi.

1.2. Czas trwania konferencji: 1 dzień, maksymalnie 6 godzin (rejestracja, część merytoryczna, przerwy, czas dodatkowy), wstępne planowane godziny konferencji 9:30 – 15:00 (mogą ulec zmianie/wydłużeniu).

1.3. Liczba osób biorących udział w konferencji

W wydarzeniu udział weźmie łącznie ok. 160 osób, w tym ok. 140 osób – uczestnicy spośród grypy docelowej wydarzenia określonej przez Zamawiającego oraz ok. 20 osób - goście (tj. osoby występujące podczas konferencji - KeyNote speakerzy, prelegenci oraz moderatorzy, prowadzący i przedstawiciele Województwa Zachodniopomorskiego).

W celu dokonania kalkulacji realizacji przedmiotu zamówienia należy przyjąć 160 osób jako liczbę osób biorących udział w konferencji.

1.4. Obowiązki Wykonawcy w zakresie merytorycznym konferencji

Program konferencji zostanie wspólnie opracowany przez Wykonawcę w ścisłej współpracy z Zamawiającym najpóźniej na 45 dni przed ustalonym terminem konferencji. Poszczególne tematy wystąpień i paneli muszą być zgodne z opisanym w OPZ celem i tematyką wydarzenia (rozdz. IV „CEL I TEMATYKA ZAMÓWIENIA”). Poszczególne tematy wystąpień powinny wpisywać się w zaproponowany poniżej program godzinowy wydarzenia. Zamawiający dopuszcza drobne zmiany, jednak nie mogą one wpływać negatywnie na wartość merytoryczną konferencji.

Lp.	Godzina	Tematyka
1	9.30-10.00	Rejestracja uczestników
2	10.00-10.15	Otwarcie / powitanie

3	10.15-10.45	Power speech
4	10.45-11.30	Panel I
6	11.30-11.45	Lightning talk
7	11.45-12.15	Przerwa kawowa
8	12.15-13.00	Panel II
9	13.00-13.30	KeyNote speech/ fireside Keynote
10	13.30-15.00	Lunch&networking

1.5. Uczestnicy merytoryczni konferencji

a) Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia uczestników merytorycznych występujących w trakcie konferencji:

- 1 prowadzącego wydarzenie,
- 1 mówcę power speech,
- 1 mówcę key note,
- 1 mówcę Lightning talk,
- 2 moderatorów (po 1 do każdego panelu),
- 4 prelegentów (po 2 do każdego z dwóch paneli).

b) Wykonawca zobowiąże wszystkich uczestników merytorycznych do bycia dostępnymi dla uczestników konferencji przed i po ich wystąpieniach (np. w przypadku chęci zadawania pytań dotyczących poruszanej w wystąpieniach/panelach tematyki), minimum 70% czasu trwania konferencji nie licząc czasu poszczególnych wystąpień.

c) Wykonawca powinien uwzględnić wszelkie koszty związane z udziałem wyżej wymienionych osób w konferencji.

d) Zamawiający zastrzega sobie możliwość uzupełnienia uczestników/rozszerzenia poszczególnych paneli przez zaproszonych przez siebie gości.

1.6. Zapewnienie udziału prowadzącego zgodnie z poniższymi kryteriami:

a) Prowadzący konferencję musi być doświadczonym konferansjerem będącym osobą społecznego uznania w świecie biznesu lub mediów na skalę krajową, który nada odpowiedni charakter i kształt wydarzeniu.

b) Prowadzący musi posiadać doświadczenie wskazujące, że w ostatnich trzech latach przed ogłoszeniem zamówienia, co najmniej trzy razy poprowadził wydarzenie, w którym wzięło udział co najmniej **150 osób**.

c) Prowadzący musi być zaakceptowany przez Zamawiającego.

d) Przykładowy katalog nazwisk prowadzących: Bartek Jędrzejak, Mateusz Hładki, Radosław Mróz, Sergiusz Ryczel, Kamila Kalińczak.

e) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem prowadzącego w konferencji.

1.7. Zapewnienie udziału mówcy power speech przez Wykonawcę zgodnie z poniższymi kryteriami:

a) Do obowiązków mówcy power speech będzie należało przygotowanie wystąpienia nawiązującego do tematyki konferencji, poprowadzonego w sposób dynamiczny i pełen energii. Wystąpienie powinno być motywujące i inspirujące. Ma sprawić, że uczestnicy wyjdą z sali z nową energią do działania, wiarą w swoje możliwości i gotowością do zmiany. Przykładowe tematy wystąpień motywacyjnych: komunikacja, wyzwania w biznesie, budowanie relacji w biznesie, nastawienie na sukces, radzenie sobie ze stresem i porażkami w biznesie.

b) Mówca power speech powinien być osobą wiarygodną i rozpoznawalną w środowisku startupowym/biznesowym/medialnym/naukowym na poziomie krajowym.



- c) Wskazana osoba powinna posiadać doświadczenie w wystąpieniach o charakterze biznesowym/naukowym.
- d) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem mówcy power speech w konferencji.
- e) Przykładowy katalog: Magdalena Ohme, Zuzanna Skalska, Michał Zawadka, założyciel startupu z Pomorza Zachodniego, który odniósł sukces np. Tytus Gołas (założyciel Tidio), Konrad Weiske (Współzałożyciel Spyrosoft), Daniel Surmacz (RTB House / Inwestor).
- f) Wskazany mówca power speech wymaga akceptacji Zamawiającego.

1.8. Zapewnienie udziału keynote speakera przez Wykonawcę zgodnie z poniższymi kryteriami:

- a) Do obowiązków keynote speakera będzie należało **przygotowanie wystąpienia (prezentacji) wpisującego się w charakter konferencji**, poprowadzonego w sposób nowoczesny, dynamiczny z zachowaniem wartości merytorycznych (tj. powinno dotyczyć trendów, przyszłości wybranej branży, globalnych wyzwań, innowacji itp.) **lub zrealizowanie punktu agendy w formie rozmowy moderowanej przez prowadzącego konferencję (wywiadu scenicznego)**.
- b) Wystąpienie/prezentacja keynote speakera ma za zadanie motywować, edukować i dostarczać wizji, która zostanie w pamięci uczestników na długo po zakończeniu wydarzenia.
- c) Wystąpienie w formule wywiadu scenicznego ma na celu odejście od sztywnej prezentacji na rzecz dynamicznego dialogu, pozwalającego na pogłębioną analizę tematu i budowanie bliskiej relacji z publicznością.
- d) Zamawiający podejmie decyzję, co do formy wystąpienia keynote speakera na etapie ustalania z Wykonawcą ostatecznej wersji programu konferencji.
- e) Key note speaker powinien być osobą wiarygodną i rozpoznawalną w środowisku startup'owym /biznesowym/związanym z AI/związanym ze światem nauki na poziomie krajowym.
- f) Wskazana osoba powinna posiadać doświadczenie w wystąpieniach z zakresu powyższej tematyki.
- g) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem keynote speakera w konferencji.
- h) Przykładowy katalog nazwisk: Maciej Makselon, Michał Marszał, Greg Albrecht, Aleksandra Przegalińska, Paweł Tkaczyk, Rafał Modrzewski, Tomasz Rożek, Rafał Brzoska, Lech Kaniuk, Wojtek Kardyś, Bartek Pucek, Dawid Myśliwiec, Adam Mirek, Miron Mironiuk, Piotr Bucki.
- i) Wskazany keynote speaker wymaga akceptacji Zamawiającego.

1.9. Zapewnienie udziału mówcy Lightning Talk zgodnie z poniższymi kryteriami:

- a) mówca musi być czynnym przedsiębiorcą i/lub founderem i/lub ekspertem technologicznym (np. w obszarze AI, eCommerce, FinTech), który zarządza własnym biznesem i wdraża w nim innowacje,
- b) wymagane jest udokumentowane doświadczenie w skalowaniu procesów (np. automatyzacja marketingu, sprzedaż wielokanałowa na rynkach zagranicznych),
- c) prelegent powinien umieć opowiedzieć o błędach i sukcesach na przykładzie konkretnych, mierzalnych danych (liczba produktów, języków, walut, wdrożonych modeli AI),
- d) wystąpienie musi być prowadzone w tempie Lightning Talk (skondensowana wiedza bez zbędnych wstępów), nastawione na szybkie przyciągnięcie uwagi,
- e) mówca powinien stawiać odważne tezy (np. wykazanie powszechnych błędów w branży), które zmuszają uczestników do krytycznego myślenia o własnych modelach biznesowych,

- f) wystąpienie musi dostarczać słuchaczom gotowych wskazówek do wdrożenia „od zaraz”, unikając ogólników na rzecz konkretnych rozwiązań technologicznych,
- g) cel wystąpienia powinien skupiać się na odczarowaniu trudnych pojęć (np. AI, automatyzacja)
- i pokazanie ich jako realnych narzędzi budowania przewagi konkurencyjnej,
- h) prezentacja powinna nawiązywać do możliwości rozwoju w regionie, pokazując, że globalny biznes można budować na Pomorzu Zachodnim,
- i) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem w konferencji zapewnionego mówcy Lightning Talk,
- j) zaproponowany mówca Lightning Talk oraz temat jego wystąpienia wymagają akceptacji Zamawiającego.

1.10. Zapewnienie udziału moderatorów:

- a) Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia **dwóch moderatorów**, do obowiązku których będzie należało:
 - moderowanie debat w ramach panelu dyskusyjnego,
 - ewentualne moderowanie dyskusji pomiędzy prelegentami a uczestnikami konferencji zasiadającymi na widowni,
 - udział w konsultacjach z prelegentami w celu przygotowania się do panelu dyskusyjnego,
 - Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem w konferencji zapewnionych przez siebie moderatorów,
 - zaproponowani moderatorzy wymagają akceptacji Zamawiającego.
- b) Wymagania względem moderatora:
 - powinien być rekrutowany spośród osób, które posiadają doświadczenie w moderowaniu dyskusji oraz wiedzę z dziedzin związanych z biznesem i/lub startupami i/lub innowacjami i/lub zarządzaniem,
 - posiadana przez niego wiedza powinna być zdobyta w ramach doświadczenia zawodowego w pracy w firmie/organizacji/instytucji wspierającej rozwój startupów lub prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej lub naukowej lub powinien być przedstawicielem startupu, spin-offu lub firmy rozpoznawalnej jako innowacyjna marka,
 - moderator powinien być osobą rozpoznawalną w środowisku startupowym/biznesowym/naukowym.

1.11. Zapewnienie udziału prelegentów

- a) Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia **czterech prelegentów**, do obowiązku każdego z nich będzie należało:
 - udział w jednej z debat prowadzonych przez moderatora (moderatorów) w ramach panelu dyskusyjnego,
 - udział w dyskusji z uczestnikami konferencji zasiadającymi na widowni,
 - udział w konsultacjach z moderatorem (moderatorami) w celu przygotowania się do panelu dyskusyjnego,
 - Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem w konferencji zapewnionych przez siebie prelegentów,
 - zaproponowani prelegenci wymagają akceptacji Zamawiającego.
- b) Wymagania względem prelegenta:
 - powinien być rekrutowany spośród osób, które posiadają praktyczną wiedzę z dziedzin związanych z biznesem lub startupami lub innowacjami lub zarządzaniem,
 - posiadana wiedza powinna być zdobyta w ramach doświadczenia zawodowego w pracy w firmie/organizacji/instytucji wspierającej rozwój startupów lub prowadzonej przez siebie

działalności gospodarczej lub naukowej lub być przedstawicielem startupu, spin-offu lub firmy rozpoznawalnej jako innowacyjna marka,

- powinien mieć wiedzę na temat poruszanych w panelu zagadnień w odniesieniu do Pomorza Zachodniego,
- prelegent powinien być osobą rozpoznawalną w środowisku startupowym lub biznesowym.

1.12. Aranżacja sal

a) Wykonawca odpowiada za:

- **właściwą, nowoczesną aranżację przestrzeni tj. sali konferencyjnej wraz z foyer oraz ich dekorację** (zgodnie z obecnie panującymi trendami podczas tego typu wydarzeń), w tym minimum dodatkowe oświetlenie przestrzeni sali audytoryjnej (dawne kino „Delfin”),
- zapewnienie oprawy muzycznej/dźwiękowej (sprzęt nagłaśniający zapewniony i udostępniony przez Zamawiającego w sali audytoryjnej),
- obsługę sprzętu audio-wizualnego zgodnie z niniejszym OPZ.

b) Ostateczna propozycja zaaranżowania przestrzeni, w których będzie się odbywać wydarzenie musi być zaakceptowana przez Zamawiającego.

c) Aranżacja powinna nawiązywać stylem do poprzednich edycji wydarzenia.

d) Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z aranżacją i dekoracją wyżej wskazanych przestrzeni wykorzystywanych w trakcie wydarzenia.

e) **Fakultatywny projekt aranżacji złożony wraz z ofertą będzie stanowił jedno z kryteriów jakościowych** (szczegółowy opis kryterium wraz z wymaganiami względem projektu aranżacji zamieszczono w załączniku „kryteria oceny”).

f) Odpowiedzialność za ewentualne uszkodzenia powstałe w trakcie montażu i demontażu elementów aranżacji spoczywa na Wykonawcy.

1.13. Oznakowanie miejsc, w których będzie odbywać się konferencja

Do obowiązków Wykonawcy należy zapewnienie estetycznego oznakowania przed budynkiem, w którym będzie się odbywać konferencja, tabliczek kierunkowych w budynku, oznakowania przed salą, w której odbędzie się konferencja oraz w przestrzeni przeznaczony na serwis kawowy. Oznakowanie powinno być przeprowadzone w sposób widoczny, zgodnie z obowiązującymi zasadami dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami.

1.14. Obowiązkiem Wykonawcy będzie zapewnienie osób niezbędnych do obsługi konferencji:

- koordynatora konferencji odpowiedzialnego za obsługę całości zamówienia,
- osób niezbędnych do obsługi odpowiednich sprzętów (w tym monitorów oraz projektorów) oraz do obsługi multimedialnej tj. wyświetlania slajdów „stałych”, zapowiadających poszczególne części konferencji oraz prezentacji/ slajdów/ filmów przygotowanych/ używanych przez gości w trakcie konferencji,
- osób niezbędnych do obsługi recepcyjnej (powitanie uczestników, lista obecności uprzednio zarejestrowanych uczestników itp.). Potwierdzenie przybycia uczestników na konferencję może być prowadzone przez Wykonawcę w formie papierowej (oznaczenie na liście obecności z zachowaniem zasad RODO) lub w formie elektronicznej, która umożliwi wydruk listy uczestników z systemu.

1.15. Catering

Wykonawca zapewni catering tj. obsługę ciągłą z serwisem kawowym oraz lunch zgodnie z przykładową agendą konferencji. Minimum, które musi zapewnić Wykonawca (z uwzględnieniem wszystkich osób biorących udział w konferencji tj. dla 160 osób) musi obejmować:

- Serwis kawowy (obsługa ciągła):**

- kawa z zaparzacza (nierozpuszczalna) bez ograniczeń przez cały czas trwania konferencji,
- herbata w saszetkach (różne rodzaje np. czarna, owocowa, zielona) bez ograniczeń przez cały czas trwania konferencji,
- dodatki do napojów gorących – mleko do kawy (z laktozą i bez laktozy), mleko roślinne, cukier, cytryna świeża pokrojona w plastry,
- napoje zimne: woda mineralna niegazowana bez ograniczeń, podawana w szklanych karafkach z dodatkami (np. ogórek, cytryna, pomarańcza), bez ograniczeń przez cały czas trwania konferencji,
- ciasto krojone w papilotkach (min 3 różne rodzaje) np. sernik, szarlotka, ciasto jogurtowe z owocami, rogaliki z nadzieniem, mini drożdżówki lub inne wyroby cukiernicze - co najmniej 200 g na osobę,
- kanapki dekoracyjne - 3 sztuki na osobę (jedna sztuka 50 - 60 g) - składniki kanapek obowiązkowe: pieczywo, posmarowane masłem (min. 82% tłuszczu) lub serkiem kanapkowym (50% na 50%), wędlina - min. 80% mięsa w masie, ser różnego rodzaju, ryba, jajko gotowane, w postaci pasty itp. i warzywa (proporcja kanapek mięsnych/rybnych w stosunku do jarskich powinna wynosić 50% na 50%).

b) Lunch składający się z co najmniej:

- zupa (2 rodzaje zup do wyboru, gramatura zup min. 250 ml/os.),
- dania głównego mięsnego (2 rodzaje mięs do wyboru: w tym wieprzowina /wołowina/drób/ cielęcina, pierogi, gramatura minimum 200 g/os.,
- dania głównego dania wegetariańskiego (np. lasagne wegetariańska, makaron ze szpinakiem, pierogi, papryka/cukinia faszerowana kaszą/ryżem i warzywami z zapieczonym serem, gramatura minimum 200 g/os.),
- 2 rodzaje dodatków typu: ziemniaki gotowane, ziemniaki blanszowane, frytki, ryż, kasza, kluski śląskie/kopytka, gramatura minimum 150 g/os.,
- surówki - 3 rodzaje do wyboru, gramatura minimum 150 g/os.,
- warzywa gotowane na parze/ z grilla, gramatura minimum 150 g/os.

c) W ramach cateringu Wykonawca zapewni sprzęt gastronomiczny niezbędny do poprawnego zrealizowania usługi tj. np. podgrzewacze, termosy itp.

d) Wykonawca zapewni stoły koktajlowe (śr. ok. 80 cm) z pokrowcami (białe lub czarne) – minimum 15 szt.

e) Catering musi być serwowany przy użyciu naczyń i sztućców wielorazowego użytku. Użyta zastawa musi być czysta i nieuszkodzona.

f) Bufet będzie obsługiwany przez profesjonalny personel, który zadba o uzupełnianie dań, utrzymanie porządku na stole oraz pomoc uczestnikom w razie potrzeby.

g) Wszystkie dania będą świeże, przygotowane z najwyższej jakości składników i starannie zaprezentowane.

h) Menu zaproponowane przez Wykonawcę podlega akceptacji Zamawiającego.

1.16. Wykonanie nagrania audio-video z przebiegu konferencji

a) Wykonawca jest zobowiązany do wykonania nagrania audio-video z przebiegu konferencji w wersji HD oraz udostępnienie tego nagrania Zamawiającemu w dwóch wersjach: w wersji normalnej oraz wersji przeznaczonej do Internetu (zoptymalizowanej względem wielkości, jakości oraz podzielonej na pliki dotyczące poszczególnych wystąpień gości).

b) Przekazanie ww. nagrania audio-video powinno nastąpić niezwłocznie po zakończeniu konferencji np. za pomocą opartego na chmurze serwisu umożliwiającego przesyłanie plików (cloud lub transfer).

c) Wykonawca musi zapewnić niezbędny sprzęt umożliwiający właściwe nagranie audio-video, obsługę techniczną, a także potrzebne okablowanie, które zostanie zamontowane w sposób estetyczny i nieutrudniający realizacji wydarzenia oraz korzystania z zajmowanej przestrzeni.

d) Wymagania dotyczące nagrania audio-video:

– po realizacji konferencji Wykonawca przygotowuje nagranie audio-video z przebiegu konferencji zgodnie z poniższymi wytycznymi (lub równoważne niewpływające negatywnie na realizację przedmiotu zamówienia):

✓ prawidłowa synchronizacja obrazu i dźwięku – opóźnienie/wyprzedzenie fonii względem sygnału wizji nie powinno przekraczać wartości $-20/+40$ ms,

✓ HD 1920x1080 25p,

✓ kontener MP4,

– wymagania dotyczące obrazu (lub równoważne niewpływające negatywnie na realizację przedmiotu zamówienia):

✓ kodek H.264,

✓ współczynnik proporcji piksela: 1.0,

✓ szybkość transmisji obrazu: min. 10 Mb/s,

✓ skanowanie progresywne,

– wymagania dotyczące dźwięku (lub równoważne niewpływające negatywnie na realizację przedmiotu zamówienia):

✓ kodek AAC,

✓ dźwięk stereo,

✓ częstotliwości próbkowania: 48 kHz,

✓ poziom referencyjny dźwięku: 18dBFS, zrównoważony dla całego materiału.

– wymagania dotyczące napisów rozszerzonych, zgodnych z zasadami dostępności cyfrowej:

✓ napisy zamknięte,

✓ zsynchronizowane,

✓ maksimum dwie linie,

✓ maksimum 42 znaki w linii,

✓ pełna interpunkcja oraz wielkie i małe litery,

✓ zgodność z WCAG 2.1 (pełna możliwość ustawienia wyświetlania napisów),

✓ język polski,

– Wykonawca zapewni implementację gotowego nagrania audio-video na kanałach Zamawiającego, tj. YouTube oraz Facebook, a także na stronie internetowej konferencji (smartup.wzp.pl), spełniającą co najmniej wymagania:

✓ responsywność - automatyczne dostosowanie wymiarów do szablonów stron,

✓ możliwość regulacji poziomu dźwięku,

✓ zastosowanie narzędzia pozwalającego na wprowadzenie paska informacyjnego zawierającego agendę konferencji,

– Wykonawca przygotowuje i zamieści na dedykowanej wydarzeniu stronie internetowej materiał z konferencji w całości oraz w podziale na: panel tematyczny oraz wykłady (każdy osobno) po ustaleniu z Zamawiającym,

– w przypadku wybrania przez Zamawiającego prelegenta/mówcy, który nie wyraża zgody na nagrywanie i odtwarzanie jego wizerunku, Zamawiający może wyrazić zgodę na nierejestrowanie części konferencji, jednak czas ten nie może przekroczyć 20% całego czasu trwania wydarzenia,

– parametry i wytyczne techniczne mogą ulec zmianie, pod warunkiem obustronnego zaakceptowania nowych parametrów.

1.17. Zapewnienie obsługi fotograficznej konferencji

Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia obsługi fotograficznej podczas konferencji oraz przekazania Zamawiającemu, niezwłocznie po jej zakończeniu, dokumentacji fotograficznej w postaci minimum 70 zdjęć (wysoka rozdzielczość minimum 300 DPI, dobrze doświetlone). Wykonawca przygotowuje dokumentację fotograficzną z przebiegu konferencji (w tym również ujęcia np. z przygotowań do konferencji, kulisów pracy podczas trwania wydarzenia, backstage).

1.18. Materiały informacyjno-promocyjne dotyczące konferencji

Wykonawca przed konferencją będzie odpowiedzialny za przygotowanie, wykonanie i dostarczenie materiałów informacyjno-promocyjnych, w tym m.in. przygotowanie projektu graficznego programu wydarzenia oraz grafik wykorzystywanych do działań promocyjnych w Internecie (zgodnie z rozdziałem VII. niniejszego OPZ „MATERIAŁY INFORMACYJNO-PROMOCYJNE” - maksymalnie 30 plików, np. zawierających wizerunek prelegentów wraz z tematem przemówienia), przygotowanie dwóch wizerunków (wyłącznie flagi bez podstawy oraz stelaży). Wszystkie projekty wymagają akceptacji Zamawiającego.

2. WARSZTATY

2.1. **Miejsce warsztatów:** Zamawiający zapewni Wykonawcy nieodpłatnie 2 sale wykładowe/konferencyjne zlokalizowane w Szczecinie. Wszystkie udostępnione sale będą wyposażone w sprzęt niezbędny do prowadzenia warsztatów, nie wymagają dodatkowego sprzętu.

2.2. **Czas trwania warsztatów:** 1 dzień, łącznie maksymalnie 12 godzin, 2 bloki warsztatowe po 4 warsztaty (każdy warsztat po 120 minut) tj. po 2 tematy równocześnie, przerwy kawowe przed rozpoczęciem warsztatów oraz pomiędzy warsztatami trwające ok. 30 minut oraz przerwa 90 minut na networking pomiędzy BLOKIEM I i BLOKIEM II (mogą ulec drobnej zmianie/wydłużeniu).

2.3. **Liczba uczestników:** Wykonawca jest zobowiązany do zrekrutowania na każdy z warsztatów 25 uczestników (+/- 5 osób na każdy warsztat).

2.4. **Wykonawca we własnym zakresie zapewni minimum czterech prowadzących warsztaty:** osoby, które będą prowadzić warsztaty, powinny posiadać wiedzę i doświadczenie praktyczne z zakresu tematyki będącej przedmiotem warsztatów. Ostateczna lista prowadzących poszczególne warsztaty musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.

Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem prowadzących warsztaty w wydarzeniu.

2.5. Tematyka warsztatów

a) Warsztaty muszą być zgodne tematycznie z tematyką konferencji.

b) Warsztaty muszą przekazywać uczestnikom wiedzę praktyczną.

c) Przykładowe tematy warsztatów:

- **Storytelling sensoryczny:** Jak budować ofertę, która angażuje emocje i zapada w pamięć.
- **Scena i ekran:** Charyzma lidera w wystąpieniach hybrydowych i przed obiektywem kamery.
- **Fundraising 2.0:** Jak przekonać inwestorów w erze selektywności i udowodnić szybką rentowność.
- **Data-Driven Leadership:** Kluczowe wskaźniki (KPI i OKR), które faktycznie skalują biznes.

- **AI-Driven Startup:** Automatyizacja 80% procesów operacyjnych przy użyciu autonomicznych agentów AI.
- **Social Commerce i Hyper-Personalization:** Jak zdominować rynek B2B, wykorzystując algorytmy i social selling.
- **Exit Strategy od pierwszego dnia:** Jak budować firmę gotową do sprzedaży lub fuzji w każdym momencie.
- **Personal Brand Foundera:** Budowanie autorytetu osobistego jako najsilniejszego magnes na klientów i inwestorów.
- **Prawo i etyka nowej technologii:** Jak bezpiecznie wdrażać innowacje bez ryzyka utraty własności intelektualnej
- **Wystąpienia przed kamerą:** Techniki prezentacji wideo dla founderów tworzących treści na LinkedIn i YouTube.
- **Kill the Bullet Points:** Warsztat z nowoczesnego designu prezentacji – minimalizm, który sprzedaje.

d) Program warsztatów zostanie opracowany przez Wykonawcę w ścisłej współpracy z Zamawiającym najpóźniej na 45 dni przed ustalonym terminem konferencji. Poszczególne tematy warsztatów muszą być zgodne z opisanym w OPZ celem i tematyką wydarzenia w rozdz. IV „CEL I TEMATYKA ZAMÓWIENIA”). Poszczególne warsztaty powinny wpisywać się w zaproponowany poniżej program godzinowy wydarzenia. Zamawiający dopuszcza drobne zmiany, jednak nie mogą one wpływać negatywnie na wartość merytoryczną konferencji.

Godzina		Program
BLOK I	9.30-10.00	Kawa powitalna i rejestracja uczestników
	10.00-12.00	Warsztat I
		Warsztat II
	12.00-12.30	Przerwa kawowa
	12.30- 14.30	Warsztat III
Warsztat IV		
14.30-16.00		Networking break – make new friends
BLOK II	16.00-18.00	Warsztat V
		Warsztat VI
	18.00-18.30	Przerwa kawowa
	18.30-20.30	Warsztat VII
		Warsztat VIII

e) Zamawiający zastrzega, że liczba warsztatów może ulec zmianie, ale w taki sposób, że nie zwiększy to kosztu ich realizacji (np. połączenie dwóch warsztatów 120 minutowych w jeden warsztat 240 minut).

2.6. Catering

a) **Serwis kawowy** (BLOK I i BLOK II) - catering należy przygotować osobno na każdy z 8 warsztatów (dla 25 osób w każdej z 2 sal równocześnie). Minimum, które musi zapewnić Wykonawca z uwzględnieniem wszystkich uczestników warsztatów tj. dla ok. 200 osób (8 warsztatów x 25 osób) musi obejmować:

- kawa z zaparzacza (nierozpuszczalna) bez ograniczeń,
- herbata w saszetkach (różne rodzaje np. czarna, owocowa, zielona) bez ograniczeń,

- dodatki do napojów gorących – mleko do kawy, śmietanka do kawy o zawartości 10% tłuszczu, cukier, cytryna świeża, pokrojona w plastry,
- napoje zimne: woda mineralna niegazowana bez ograniczeń, podawana w szklanych karafkach z dodatkami (np. ogórek, cytryna, pomarańcza), bez ograniczeń przez cały czas trwania wydarzenia,
- ciasto krojone w papilotkach np. sernik, szarlotka, ciasto jogurtowe z owocami, rogaliki z nadzieniem, mini drożdżówka - co najmniej 100 g na osobę,
- kanapki dekoracyjne - 3 sztuki na osobę (jedna sztuka 50 - 60 g) - składniki kanapek obowiązkowe: pieczywo, posmarowane masłem (min. 82% tłuszczu) lub serkiem kanapkowym (50% na 50%), wędlina - min. 80% mięsa w masie, ser różnego rodzaju, ryba, jajko gotowane, w postaci pasty itp. i warzywa (proporcja kanapek mięsnych/rybnych w stosunku do jarskich powinna wynosić 50% na 50%).

b) **Networking break (sweet&snack)** – catering należy przygotować osobno dla 25 osób w każdej z 2 sal równocześnie. **Poczęstunek należy przygotować łącznie dla 50 osób.** Menu musi obejmować minimum:

- kawa z zaparzacza (nierozpuszczalna) bez ograniczeń,
- herbata w saszetkach (różne rodzaje np. czarna, owocowa, zielona) bez ograniczeń,
- dodatki do napojów gorących – mleko do kawy, śmietanka do kawy o zawartości 10% tłuszczu, cukier, cytryna świeża, pokrojona w plastry,
- napoje zimne: woda mineralna niegazowana bez ograniczeń, podawana w szklanych karafkach z dodatkami (np. ogórek, cytryna, pomarańcza), bez ograniczeń przez cały czas trwania wydarzenia,
- ciasto krojone w papilotkach (min 3 różne rodzaje) np. sernik, szarlotka, ciasto jogurtowe z owocami, rogaliki z nadzieniem, mini drożdżówki - co najmniej 200 g na osobę,
- finger food - 300 g na osobę; co najmniej 5 rodzajów na zimno i/lub na ciepło, np.: mini hamburgery, roladki warzywne/rybne/mięsne z farszami, roladki z tortilli, faszerowane warzywa, nadziewane cannelloni, wytrawne ptysie, empanadas, warzywa z dipami, mini papryczki, bakłażany zapiekane, faszerowane oliwki, mini caprese i papryki zawijane, miseczki z ciasta filo z sałatkami itp., proporcja dań obejmujących potrawy mięsne/rybne w stosunku do dań jarskich powinna wynosić 50% na 50%.

c) W ramach cateringu Wykonawca zapewni sprzęt gastronomiczny niezbędny do poprawnego zrealizowania usługi tj. np. podgrzewacze, termosy itp.

d) Catering musi być serwowany przy użyciu naczyń i sztućców wielorazowego użytku. Użyta zastawa musi być czysta i nieuszkodzona.

e) Menu zaproponowane przez Wykonawcę podlega akceptacji Zamawiającego.

2.7. Oznakowanie miejsc, w których będą odbywać się warsztaty

Do obowiązków Wykonawcy należy zapewnienie estetycznego oznakowania przed budynkiem, w którym będą się odbywać warsztaty, tabliczek kierunkowych w budynku, oznakowania przed salami oraz w przestrzeni przeznaczonej na serwis kawowy. Oznakowanie powinno być przeprowadzone w sposób widoczny, zgodnie z obowiązującymi zasadami dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami.

2.8. Obsługa recepcyjna

Za obsługę recepcyjną tj. powitanie uczestników, listę uczestników (uprzednio zarejestrowanych) itp. w dniu warsztatów odpowiada Wykonawca. Potwierdzenie przybycia uczestników na warsztaty może być prowadzone przez Wykonawcę w formie papierowej (oznaczenie na liście obecności z zachowaniem zasad RODO) lub w formie elektronicznej, która umożliwi wydruk listy uczestników.



2.9. Zapewnienie obsługi fotograficznej warsztatów

Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia obsługi fotograficznej podczas warsztatów oraz przekazania Zamawiającemu, niezwłocznie po ich zakończeniu, dokumentacji fotograficznej w postaci minimum 30 zdjęć (wysoka rozdzielczość minimum 300 DPI, dobrze doświetlone zdjęcia).

3. KOORDYNATOR ODPOWIEDZIALNY ZA OBSŁUGĘ CAŁOŚCI ZAMÓWIENIA

3.1. Wykonawca jest zobowiązany wskazać Zamawiającemu jedną osobę odpowiedzialną za obsługę całości zamówienia (w tym w szczególności za: koordynację prac związanych z realizacją i obsługą zamówienia, obsługę administracyjną, działania promocyjne oraz koordynację działań Podwykonawcy/ów przed i w trakcie konferencji oraz warsztatów).

3.2. Zamawiający będzie uzgadniał z tą osobą najważniejsze kwestie związane z zamówieniem, zgłaszał jej wszystkie uwagi, w tym dotyczące osób i ewentualnych Podwykonawców realizujących zamówienie.

3.3. Osoba wyznaczona przez Wykonawcę musi znać warunki zawarte w niniejszym OPZ, umowie.

4. STRONA INTERNETOWA KONFERENCJI I WARSZTATÓW WRAZ Z SYSTEMEM REJESTRACJI ON-LINE ORAZ REKRUTACJA UCZESTNIKÓW, POZOSTAŁE WYMAGANIA WZGLĘDEM PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

4.1. Aktualizacja i obsługa strony internetowej dedykowanej przedmiotowej Konferencji (<https://smartup.wzp.pl/>), w tym:

- c) Aktualizacja treści i projektu graficznego strony w języku polskim.
- d) Integracja strony internetowej z systemem rejestracji uczestników przedmiotowej konferencji oraz warsztatów.
- e) Stworzenie i publikacja na stronie internetowej minimum następujących treści:
 - program konferencji,
 - opisy wykładów i paneli (wraz z listą gości i moderatorów),
 - fotografie wraz z krótkim biogramem dla osób, o których mowa powyżej,
 - z odniesieniem do ich kont w mediach społecznościowych (o ile takie posiadają),
 - dane teleadresowe miejsca, w którym będzie odbywać się konferencja wraz z informacją o dojeździe,
 - media (np. film video, zdjęcia).
- f) Przeredagowanie zamieszczonych na stronie treści opisujących poprzednie trzy konferencje (z 2021 oraz dwie z 2023 roku) w sposób pokazujący te wydarzenia, jako archiwalne.
- g) Zapewnienie wymaganych prawem informacji o Cookies oraz klauzule RODO.
- h) Pozycjonowanie strony.
- i) Zintegrowanie strony z kontami w social mediach.

Uwaga! Wykonawca będzie odpowiedzialny za umieszczanie wszystkich dostarczonych/przekazywanych przez Zamawiającego materiałów na stronie internetowej oraz wprowadzanie poprawek.

- j) Pozostałe wymagania wobec Wykonawcy:
 - strona internetowa wraz z formularzem rejestracyjnym będzie umieszczona na serwerze Województwa Zachodniopomorskiego oraz w domenie Województwa Zachodniopomorskiego,
 - Wykonawca wskaże osobę odpowiedzialną za aktualizację i obsługę strony,
 - Zamawiający przekaze wskazanej osobie dostęp do administrowania stroną,
 - strona serwisu musi zawierać Deklarację dostępności, dokument o dostępności strony, którego umieszczanie w Internecie wymaga ustawa o dostępności cyfrowej. Deklaracja musi być sporządzona wg wzoru Ministerstwa Cyfryzacji i widoczna na każdej stronie portalu,

- wszystkie treści przeznaczone na stronę wymagają akceptacji Zamawiającego,
- aktualizacja treści zamieszczonych na dedykowanej konferencji stronie powinna zostać przedstawiona Zamawiającemu niezwłocznie przed rozpoczęciem działań promujących konferencję.

k) Wykonawca może zaproponować Zamawiającemu inne rozwiązania techniczne dotyczące aktualizacji/utworzenia strony internetowej, niż w poprzednich edycjach wydarzenia, jednak strona musi zawierać wszystkie funkcjonalności wymienione w literach a)-h) oraz mieścić się pod adresem <https://smartup.wzp.pl/> (np. ewentualne przygotowanie nowego funkcjonalnego landing page konferencji).

4.2. Stworzenie i obsługa systemu rejestracji uczestników konferencji oraz warsztatów, w tym:

a) Stworzenie formularzy rejestracyjnych on-line osobno na potrzeby konferencji oraz osobno na potrzeby warsztatów, które umieszczone zostaną na stronie internetowej konferencji, o której mowa w ppkt. 4.1. (w tym projektu graficznego formularza) w języku polskim, który obejmował będzie następujące etapy rejestracji:

- podanie danych, tj.:
 - (i) imienia,
 - (ii) nazwiska,
 - (iii) nazwy reprezentowanej instytucji/organizacji,
 - (iv) adresu e-mail,
 - (v) numeru telefonu,
 - (vi) informacji nt. specjalnych potrzeb wynikających z niepełnosprawności w celu zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami,
- wyrażenie zgody na przetwarzanie i rozpowszechnianie wizerunku, wyrażenie zgody na otrzymywanie treści handlowych,
- podsumowanie rejestracji poprzez wysyłkę potwierdzenia zarejestrowania się przez użytkownika na wskazany przez niego adres e-mail. Potwierdzenie rejestracji powinno zawierać elementy podsumowujące rejestrację, w formie zachęcającej do udziału w konferencji.

b) Stworzenie bazy danych osób zarejestrowanych, w celu realizacji przedmiotu zamówienia, która ma obejmować:

- podane przez rejestrujących się dane, tj.:
 - (i) imię,
 - (ii) nazwisko,
 - (iii) nazwa reprezentowanej instytucji/organizacji,
 - (iv) adres e-mail,
 - (v) numer telefonu,
- kolejność rejestracji, datę i godzinę rejestracji.

c) Dostarczenie bazy danych osób zarejestrowanych przy zachowaniu bezpieczeństwa danych osobowych w niej zawartych.

d) Wykonawca będzie przysyłał zarejestrowanym uczestnikom informacje za pośrednictwem poczty elektronicznej przypominające o konferencji, na co najmniej 5 dni kalendarzowych oraz 24h przed jej zaplanowaną realizacją, a także w miarę możliwości wyśle wiadomość tekstową na wskazany przez uczestnika numer na 24h przed planowanym rozpoczęciem konferencji.

4.3. Rekrutacja uczestników konferencji

Wykonawca odpowiada za przeprowadzenie procesu rekrutacji uczestników, spośród grupy docelowej wydarzenia określonej przez Zamawiającego. Wymagania Zamawiającego dotyczące procesu rekrutacji:

- a) Wykonawca jest zobowiązany do zrekrutowania¹ na konferencję stacjonarną minimum 160 uczestników (poza listą ok. 20 zaproszonych gości tj. osoby występujące podczas konferencji - KeyNote speaker i mówca power speech, prelegenci, moderatorzy oraz prowadzący i przedstawiciele Województwa Zachodniopomorskiego).
- b) Rekrutacja musi się odbywać przez system zaproponowany i stworzony przez Wykonawcę, a zaakceptowany przez Zamawiającego.
- c) Rekrutacja będzie miała charakter otwarty i będzie skierowana przede wszystkim do przedsiębiorców – zwłaszcza z obszarów Inteligentnych Specjalizacji Pomorza Zachodniego (ze szczególnym uwzględnieniem startupów), instytucji otoczenia biznesu, przedstawicieli uczelni, centrów transferu technologii.
- d) W celu zwiększenia skuteczności procesu rekrutacji Wykonawca nawiąże możliwy do udokumentowania kontakt z potencjalnymi uczestnikami (mailowy lub telefoniczny).

4.4. Rekrutacja uczestników warsztatów:

- a) Wykonawca jest zobowiązany do zrekrutowania na każdy z warsztatów minimum 25 uczestników.
- b) **Nie ma ograniczeń co do ilości warsztatów, w których można wziąć udział tj. poszczególni uczestnicy warsztatów mogą wziąć udział w czterech warsztatach w ciągu całego dnia.**
- c) Rekrutacja musi się odbywać przez system zaproponowany i stworzony przez Wykonawcę, który będzie analogiczny do systemu rejestracji na konferencję.
- d) Rekrutacja będzie miała charakter otwarty i będzie skierowana przede wszystkim do przedsiębiorców – zwłaszcza z obszarów Inteligentnych Specjalizacji Pomorza Zachodniego (ze szczególnym uwzględnieniem startupów), instytucji otoczenia biznesu, przedstawicieli uczelni, centrów transferu technologii.
- e) W celu zwiększenia skuteczności procesu rekrutacji Wykonawca nawiąże możliwy do udokumentowania kontakt z potencjalnymi uczestnikami (mailowy lub telefoniczny).

4.5. Wymagania ogólne:

- a) Wszystkie projekty graficzne strony internetowej konferencji i formularzy rejestracyjnych powinny zostać oznaczone logotypem Województwa Zachodniopomorskiego, logotypami unijnymi oraz nazwą konferencji. Muszą być one zgodne z założeniami dotyczącymi oznakowania i kolorystyki zawartymi w Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta w zakresie informacji i promocji projektów realizowanych w ramach programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021-2027 (https://funduszeue.wzp.pl/lista_publicacji/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta/), Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021–2027, Kartą wizualizacji programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021 – 2027 oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego (dostępne w lokalizacji: <https://wzp.pl/marka/>).
- b) Przygotowane przez Wykonawcę materiały graficzne, w tym film, muszą być zgodne z zasadami oznakowania zawartymi w Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta w zakresie

¹ Jako zrekrutowaną osobę Zamawiający rozumie odpowiedź, rejestrację uczestnika w systemie wraz z pełnym wyrażeniem wszelkich wymaganych zgód. Liczba zrekrutowanych osób powinna być wyższa niż zakładana liczba uczestników wydarzenia ze względu na zakładany margines absencji.

informacji i promocji projektów realizowanych w ramach programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021-2027

(https://funduszeue.wzp.pl/lista_publicacji/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta/), Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021–2027, Kartą wizualizacji programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021 – 2027 oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego (dostępne w lokalizacji: <https://wzp.pl/marka/>).

c) Projekty aktualizacji treści strony internetowej i formularzy rejestracyjnych muszą zostać przedstawione Zamawiającemu do akceptacji.

d) Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia wymagań w zakresie dostępności dla wszystkich użytkowników, w tym dla osób niepełnosprawnych – zgodnie z wytycznymi WCAG.

e) Projekty graficzne strony i formularzy rejestracyjnych powinny być dostosowane do posiadanych przez stronę internetową udogodnień dla osób ze specjalnymi potrzebami takich, jak wybór wielkości czcionki i dostosowywanie tekstu do strony pod tym kątem (powiększanie i zmniejszanie tekstu), wersji z wysokim kontrastem. Materiały w wersji elektronicznej muszą być dostępne cyfrowo (np. poprzez zastosowanie czcionki bezszeryfowej, stosowanie nagłówków, zapis do formatu PDF itd.)

f) Wykonawca zobowiązany jest do skompletowania oświadczeń uczestników konferencji oraz gości (tj. osób występujących podczas konferencji - KeyNote speakerów, prelegentów, oraz moderatorów, prowadzącego oraz przedstawicieli Województwa Zachodniopomorskiego), dotyczących wyrażenia zgody na udostępnienie wizerunku i otrzymywanie treści handlowych.

g) Wykonawca zadba, aby strona konferencji była wolna od błędów i usterek, które nie pozwoliłyby na korzystanie z jej funkcjonalności w dowolnych przeglądarkach internetowych, co najmniej: Internet Explorer 10 i nowsza oraz Chrome, Firefox, Safari dla oficjalnych najnowszych wersji produktów (tzw. wersjach stabilnych) wydanych przez producentów oraz dla dwóch wersji wcześniejszych produktu.

VII. PROMOCJA WYDARZENIA – OBOWIĄZKI WYKONAWCY

1. Przygotowanie autorskiego spotu promocyjny według poniższych wymagań:

- 1.1. Spot ma mieć charakter informacyjny.
- 1.2. Długość: od 30 do 60 sekund.
- 1.3. Koncept/scenariusz spotu przygotowuje Wykonawca.
- 1.4. Spot ma zawierać informacje o konferencji, takie jak: nazwa, adres strony internetowej, kod QR, hasła, źródło finansowania wraz z logotypami.
- 1.5. Forma opracowania: dowolna technika 2D.
- 1.6. Grafika – Zamawiający dopuszcza formę rysowaną ręcznie i komputerowo.
- 1.7. Spot powinien zawierać muzykę.
- 1.8. Spot wykorzystany zostanie do promocji Konferencji w social media (minimum LinkedIn oraz Facebook).

2. Przygotowanie filmów promujących konferencję

- 2.1. Wykonawca przygotowuje wraz z keynote speakerem/power speech mówcą/prelegentami krótkie (ok. 40 s) filmy promujące konferencję, które będą udostępnione na profilu w medium społecznościowym Zamawiającego oraz moderatora i gości, o ile takie posiadają i wyrażą zgodę.
- 2.2. Liczba filmów zostanie ustalona z Zamawiającym. Filmy powinny odnosić się do wybranych elementów tematycznych konferencji.
- 2.3. Materiały filmowe zostaną przygotowane w terminie określonym w Harmonogramie Działań, o którym mowa w rozdziale IX, pkt 3.



3. Przygotowanie filmów making off

3.1. Wykonawca przygotowuje 2 krótkie (około 40 s) filmy o charakterze making off, które ukazywać będą np. przygotowania do konferencji oraz kulisy pracy podczas trwania wydarzenia.

3.2. Materiały filmowe zostaną przygotowane w terminie określonym w Harmonogramie Działań, o którym mowa w rozdziale IX, pkt 3.

4. Zebranie opinii na temat przebiegu wydarzenia

4.1. Wykonawca zobowiązany jest do zebrania min. 6 opinii (czyli wypowiedzi osób biorących udział w konferencji dotyczących zalet wydarzenia) od 6 różnych osób wraz podaniem ich imienia, nazwiska i nazwy reprezentowanej instytucji lub zdania charakteryzującego (np. pasjonat nowych technologii). Wykonawca zbierze opinie od osób biorących udział w wydarzeniu (czyli zarówno od uczestników konferencji, jak i gości rozumianych jako osoby występujące podczas konferencji - KeyNote speakerzy, prelegenci, oraz moderatorzy, prowadzący i przedstawiciele Województwa Zachodniopomorskiego).

4.2. Wykonawca zbierze opinie w formie krótkich filmów (około 20 s). Wykonawca zrealizuje nie mniej niż 3 filmy, przedstawiające wypowiedzi zebrane od uczestników konferencji, jak i gości.

4.3. Wykonawca zbierze opinie, przedstawi je w formie tekstowej (kilka zdań) i przekaże je Zamawiającemu wraz ze zdjęciem osoby wypowiadającej się, w przypadku wyrażenia zgody na upublicznienie wizerunku przez osobę tę osobę. Wykonawca zbierze nie mniej niż 3 opinie od uczestników konferencji, jak i gości.

4.4. Opinie w formie wskazanej w ppkt. 4.2 i 4.3 zostaną wykorzystane w celach marketingowych na stronie/stronach Zamawiającego.

4.5. Wykonawca jest zobowiązany do zebrania wszystkich niezbędnych zgód w zakresie cytowania/nagrania, publikacji, rozpowszechniania wypowiedzi, wizerunku oraz danych osobowych osób o których mowa w pkt 4.1.

4.6. W przypadku niezrealizowania materiałów wskazanych w podpunktach 4.1. - 4.3. (np. poprzez brak zgody wymaganej liczby uczestników wydarzenia na upublicznienie swojego wizerunku), Wykonawca jest zobowiązany udokumentować przyczynę niezrealizowania. W takim przypadku Zamawiający dopuszcza zebranie opinii uczestników w innej formie zaproponowanej przez Wykonawcę i uzgodnionej z Zamawiającym.

5. Przygotowanie i emisja grafiki reklamowej w lokalnych serwisach internetowych (np. w formie reklamy banerowej)

5.1. Wykonawca, w konsultacji z Zamawiającym, przygotowuje 1 grafikę przybliżającą szczegóły konferencji (z uwzględnieniem grupy docelowej odbiorców wydarzenia).

5.2. Grafika zostanie umieszczona przez Wykonawcę w 2 lokalnych serwisach internetowych. Wybór portali wymaga akceptacji Zamawiającego.

5.3. Data emisji grafiki zostanie ustalona w Harmonogramie Działań opracowanym przez Wykonawcę (emisja minimum 3 dni).

6. Prowadzenie działań promocyjnych w mediach społecznościowych w serwisach LinkedIn oraz Facebook

6.1. Facebook:

a) Działania promocyjne w serwisie Facebook dotyczą zaplanowania, przygotowania i publikacji min. 7 postów (w tym minimum 3 promowane) dotyczących konferencji i warsztatów w serwisie społecznościowym Facebook na koncie wskazanym przez Zamawiającego.

b) Czas trwania promocji pojedynczego postu: nie mniej niż 3 dni; każda reklama może zostać wyświetlona jednemu użytkownikowi nie więcej niż 3 razy.

c) Grupy docelowe (wiek): 20-55 lat.

- d) Grupy docelowe (katalog zainteresowań): MŚP, środowisko startupowe, przedsiębiorczość, innowacje, nowe technologie, instytucje otoczenia biznesu, szkoły wyższe, centra transferu technologii, osoby zainteresowane utworzeniem nowych, innowacyjnych firm oraz inne związane z zakresem tematycznym konferencji.
- e) Geotargetowanie: Pomorze Zachodnie.
- f) Cel promocji: w przypadku postów zawierających materiały filmowe celem promocji będzie liczba wyświetleń, w przypadku pozostałych postów – zasięg.
- g) Liczba wyświetleń podczas trwania kampanii: minimum 3 posty osiągną minimum 20 tys. zasięgu płatnego. W przypadku zamknięcia rekrutacji ze względu na wyczerpanie limitu miejsc przed ukazaniem się wszystkich postów zaplanowanych w harmonogramie, Zamawiający dopuszcza możliwość rezygnacji z płatnego zasięgu w niewyemitowanych postach.
- h) Umieszczenie reklamy: urządzenia mobilne oraz komputery.
- i) Reklama w postaci posta, zdjęcia lub linku może być wyświetlana jedynie w kanałach aktualności w serwisie Facebook.
- j) Reklama w postaci materiału filmowego może być wyświetlana jedynie w kanałach aktualności, jako wideo typu in-stream lub proponowane filmy.
- k) Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie również stworzenie wydarzenia na koncie Zamawiającego w serwisie Facebook, wraz z zawartością informacyjno-promocyjną na temat konferencji oraz promocją planowanego wydarzenia. Ponadto Wykonawca będzie zobowiązany również do aktualizacji treści zamieszczanych w utworzonym na Facebooku wydarzeniu.

6.2. LinkedIn:

- a) Działania promocyjne w serwisie LinkedIn dotyczą zaplanowania, przygotowania i publikacji min. 7 postów dotyczących konferencji i warsztatów w serwisie społecznościowym LinkedIn na koncie wskazanym przez Zamawiającego.
- b) Posty muszą być dostosowane tematycznie do serwisu LinkedIn, co oznacza, że nie mogą być identyczne z postami publikowanymi w serwisie Facebook.

6.3. Przygotowywane grafiki zostaną także wykorzystane przez Zamawiającego do własnych celów.

7. Pozostałe zagadnienia

7.1. Kampania promocyjna powinna zostać przeprowadzona poprzez precyzyjne dotarcie do odbiorców. Wykonawca powinien wykorzystać najważniejsze i najlepsze sposoby tworzenia treści i prowadzenia promocji – tzw. język korzyści, obietnicy realnego zysku, dostosowania przekazu komunikacji do wymogów tzw. prostego języka i zapewnienie dostępności treści dla osób z niepełnosprawnościami.

7.2. Kampania powinna zostać przygotowana w zgodzie z zasadami współczesnej promocji skupionej na angażowaniu do działania – poprzez odpowiednią konstrukcję treści i kreację warstwy graficznej.

7.3. Terminy realizacji poszczególnych elementów kampanii promocyjnej zostaną przedstawione w opracowanym przez Wykonawcę Harmonogramie Działań, o którym mowa w rozdziale IX, pkt 3 OPZ.

7.4. W przypadku osiągnięcia wymaganej liczby uczestników wydarzeń (mierzoną liczbą zarejestrowanych uczestników) przed zrealizowaniem wszystkich wskazanych w OPZ działań promocyjnych, Zamawiający może odstąpić od realizacji poszczególnych działań lub w porozumieniu z Wykonawcą ustalić inną alternatywną formę promocji.

VIII. MATERIAŁY INFORMACYJNO-PROMOCYJNE

1. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania, wykonania oraz dostarczenia materiałów informacyjno-promocyjnych:

- 1.1. Przygotowanie projektu graficznego agendy na wzorze graficznym Zamawiającego.
- 1.2. Przygotowanie projektu graficznego zaproszenia na konferencję na wzorze graficznym Zamawiającego, które będzie wysyłane w formie elektronicznej.
- 1.3. Przygotowanie projektu graficznego przypomnienia o konferencji na wzorze graficznym Zamawiającego, które będzie rozsyłane drogą elektroniczną.
- 1.4. Przygotowania slajdów „stałych”, które będą wyświetlać się przed konferencją oraz slajdów, które będą zapowiadać poszczególne części konferencji, w tym sylwetki KeyNote speakera, mówcy power speech, prelegentów i moderatorów oraz prowadzącego na wzorze graficznym Zamawiającego.
- 1.5. Przygotowanie projektu graficznego w formie poziomych plasz o wymiarach 1440 x 900 pikseli, promujących konferencje na wyświetlaczach w pociągach regionalnych kursujących na Pomorzu Zachodnim na wzorze graficznym Zamawiającego. Emisja będzie leżała po stronie Zamawiającego.

2. Informacje dodatkowe dot. materiałów informacyjno – promocyjnych:

- 2.1. Wszystkie materiały informacyjno-promocyjne muszą zostać oznaczone logotypem Województwa Zachodniopomorskiego oraz logotypami unijnymi, a także nazwą konferencji. Muszą być one wykonane zgodnie z założeniami dotyczącymi oznakowania i kolorystyki zawartymi w Systemie Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego (dostępnym pod adresem: <https://wzp.pl/marka/>).
- 2.2. Logotypy niezbędne do stworzenia materiałów informacyjno-promocyjnych dostarczy Zamawiający, a wszystkie opracowane przez Wykonawcę projekty graficzne materiałów muszą zostać przedstawione Zamawiającemu do akceptacji niezwłocznie po ich przygotowaniu przed ich publikacją.

IX. AUTORSKIE PRAWA MAJĄTKOWE I POKREWNE

1. Wykonawca zobowiązuje się przenieść na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe i pokrewne na wszystkich polach eksploatacji stanowiących przedmiot zamówienia:

- 1.1. Filmu – nagrania audio-video z przebiegu konferencji (w dwóch wersjach), spotu promocyjnego, filmów promujących konferencję oraz innych wskazanych materiałów filmowych.
 - 1.2. Utworów muzycznych użytych przy tworzeniu materiałów multimedialnych na potrzeby konferencji.
 - 1.3. Projektów graficznych materiałów konferencyjnych i informacyjno-promocyjnych.
 - 1.4. Strony internetowej konferencji (wprowadzonych aktualizacji).
 - 1.5. Utworzonych baz danych.
 - 1.6. Dokumentacji fotograficznej / zdjęć oraz innych treści multimedialnych.
2. Wykonawca zobowiązuje się udzielić Zamawiającemu licencji do treści rozpowszechnianych przez uczestników konferencji (moderatora, gości itp.) w celu utrwalenia w nagraniu z konferencji swobodnej eksploatacji filmu-nagrania.

X. INFORMACJE DODATKOWE

1. Przedmiot zamówienia realizowany będzie w ramach projektu „Pomorze Zachodnie - nowy wymiar innowacji”, finansowanego ze środków Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021-2027, Priorytet 1 – Fundusze Europejskie na rzecz przedsiębiorczego Pomorza Zachodniego, Działanie 1.4 Wzmocnienie procesu przedsiębiorczego odkrywania i rozwój ekosystemu innowacji.
2. Wykonawca jest odpowiedzialny za aranżację sal, rozstawienie scenografii i dekoracji, zagwarantowanie (jeśli zaistnieje taka potrzeba) dodatkowych niezbędnych sprzętów do

nagłośnienia, oświetlenia, obsługi multimedialnej oraz przeprowadzenie z odpowiednim wyprzedzeniem próby nagłośnienia, oświetlenia i obsługi multimedialnej.

3. Wykonawca niezwłocznie po podpisaniu umowy opracuje Harmonogram Działań określający dokładne terminy realizacji poszczególnych działań realizowanych w związku z/i na rzecz konferencji oraz warsztatów tj. m.in. aktualizacja strony internetowej, stworzenie systemu rejestracji, kampania promocyjna, rekrutacja, itd. Zamawiający dopuszcza przesunięcia lub nieznaczne zmiany poszczególnych jego elementów z zastrzeżeniem, iż nie będą miały one negatywnego wpływu na realizację przedmiotu zamówienia a także każdorazowo będą one wymagały akceptacji Zamawiającego. Akceptacja może być dokonywana drogą pisemną lub telefoniczną

4. Wykonawca jest odpowiedzialny za opracowanie oraz przekazanie Zamawiającemu niezwłocznie po zakończeniu konferencji raportu końcowego (podsumowującego) w formie elektronicznej z przebiegu realizacji zamówienia. Zaakceptowanie raportu przez Zamawiającego będzie jednoznaczne z zakończeniem realizacji przedmiotu zamówienia oraz będzie stanowiło podstawę do podpisania przez Wykonawcę i Zamawiającego protokołu zdawczo-odbiorczego.

5. W związku z faktem, że przedmiot zamówienia jest skierowany do szerokiej grupy odbiorców, potencjalnie może być wykorzystywany przez osoby ze szczególnymi potrzebami, w tym z niepełnosprawnościami. W przypadku zgłoszenia specjalnych potrzeb, Wykonawca uwzględni je w procesie komunikacji z Uczestnikami oraz podczas konferencji. Przykładowo, zapewnienie tłumaczenia migowego z języka polskiego na język migowy w trakcie konferencji lub warsztatów w razie takiej potrzeby, zgłoszonej przez chociażby 1 uczestnika konferencji lub warsztatów przed zamknięciem rejestracji.

6. Wykonawca będzie zobowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia z zapewnieniem, co najmniej minimalnych wymogów określonych w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U.2022.2240), w szczególności w zakresie dostępności cyfrowej, informacyjno-komunikacyjnej oraz standardów dostępności dla polityki spójności na lata 2021-2027 stanowiących załącznik nr 2 do Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027:

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/100565/Zalacznik_nr_2_do_Wytycznych_w_zakresie_rownosci_zatwiedzone_050418.pdf

7. Konferencja oraz warsztaty, o których mowa w niniejszym Opisie Przedmiotu Zamówienia będą prowadzone w języku polskim.

8. Zamawiający przewiduje udzielenie zamówień, o których mowa w art. 214 ust. 1 pkt 7 ustawy PZP w wysokości do 100% wartości szacunkowej zamówienia, polegających na zorganizowaniu wydarzenia o podobnym charakterze jak przedmiot zamówienia, tj. Kompleksowa realizacja konferencji i warsztatów towarzyszących SmartUp! High Tide Szczecin. Zamówienie to będzie udzielone na warunkach określonych w wyniku negocjacji z Wykonawcą, przy założeniu, że będzie nie mniej korzystne dla Zamawiającego niż warunki zamówienia podstawowego, chyba że w momencie prowadzenia negocjacji, zaistnieją okoliczności, których nie można było przewidzieć w czasie udzielania zamówienia podstawowego, które uniemożliwią uzgodnienie warunków nie mniej korzystnych niż określone dla realizacji zamówienia podstawowego.