

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

**Opracowanie strategii działań komunikacyjno-wizerunkowych w ramach projektu 1.14 pn.  
Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje – etap II**

**Zamawiający:**

**Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego**

Spis treści:

1. Przedmiot zamówienia .....	3
2. Termin realizacji zamówienia .....	3
3. Brief .....	3
1) Charakterystyka projektu .....	3
2) Cele zamówienia .....	4
3) Grupa docelowa odbiorców zamówienia.....	4
4. Elementy zamówienia .....	4
1) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:.....	4
2) Pozostałe wymagania względem przygotowywanych propozycji działań strategiczno- komunikacyjnych.....	5
3) Dodatkowe zobowiązania wykonawcy .....	6

## 1. Przedmiot zamówienia

- 1) Opracowanie strategii działań komunikacyjno-wizerunkowych w ramach projektu 1.14 *Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje – etap II* oraz wsparcie przy wdrażaniu jej elementów.
- 2) W ramach przedmiotu zamówienia wykonawca:
  - a) opracuje strategię działań komunikacyjno-wizerunkowych w ramach projektu 1.14 *Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje – etap II*, mającą na celu ujednoczenie oraz ukierunkowanie działań wizerunkowo-informacyjno-promocyjnych realizowanych w ramach projektu, by jak najefektywniej docierać do odbiorców bezpośrednich (MMŚP z regionu) oraz pośrednich projektu.
  - b) będzie wspierać Zamawiającego przy wdrażaniu elementów strategii, o której mowa w lit. a) przez okres od dnia zawarcia umowy do 30.11.2023 r., szczególnie w zakresie dbania o spójność wizerunkową oraz koncepcyjną realizowanych pozostałych działań projektowych.

## 2. Termin realizacji zamówienia

- 1) Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie: **od dnia zawarcia umowy do dnia 30.11.2023 r.**, z zastrzeżeniem obowiązywania wszelkich terminów wskazanych w umowie i niniejszym OPZ.
- 2) Zmiany terminów realizacji określonych elementów zamówienia, są możliwe wyłącznie po uzyskaniu zgody zamawiającego.

## 3. Brief

### 1) Charakterystyka projektu

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".

Główną grupą odbiorców projektu są MMŚP z województwa zachodniopomorskiego, w tym w szczególności firmy świadczące usługi przyszłości wspierające zrównoważony rozwój, obejmujące m.in. branżę kreatywną. Pośrednią grupą odbiorców projektu są mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, kraju oraz zagranicy (ze szczególnym targetowaniem na Berlin). Wszystkie działania projektowe realizowane są w latach 2021-2023.

**Cel projektu:** wsparcie aktywności generujących wzrost pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym, podkreślenie wizerunku regionu jako przyjaznego innowacjom i działaniom kreatywnym oraz promocja nowoczesności działań regionalnych MMŚP. Główne zadania projektu to:

**ZADANIE 1:** Wsparcie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w wymiarze regionalnym, cel: m.in. diagnoza stanu potrzeb i problemów MMŚP oraz realizacja działań stanowiących odpowiedź na te potrzeby;

**ZADANIE 2:** Stworzenie warunków do współpracy i wymiany know-how w wymiarze regionalnym i krajowym, cel: m.in. poprawa konkurencyjności gospodarki regionu;

**ZADANIE 3:** Prezentacja potencjału gospodarczego PZ na arenie międzynarodowej, cel: m.in. zwiększenie rozpoznawalności marki Pomorza Zachodniego w kraju i zagranicą;

**ZADANIE 4:** Organizacja cennych inicjatyw gospodarczych o charakterze międzynarodowym, cel: ukazanie regionu jako innowacyjnego i otwartego na współpracę. W każdym etapie będzie

odpowiednio dobierany zasięg działań promocyjnych związanych z realizowanymi zadaniami. Przy realizacji kampanii promocyjnych planowane jest wykorzystanie dostępnych kanałów i narzędzi promocji, m.in. Internetu, prasy, telewizji, outdooru, organizacji wydarzeń na różną skalę itd. Założeniem działań jest rozwinięcie kompetencji kierunkowych regionalnych przedsiębiorców, umożliwiając im spotkania i korzystanie z doświadczeń profesjonalistów.

## 2) Cele zamówienia

- a) Stworzenie jednolitej formy komunikacyjnej związanej z prowadzonymi działaniami informacyjno-promocyjnymi w ramach ww. projektu,
- b) Zbudowanie wizerunku Pomorza Zachodniego jako regionu nowoczesnego, kreatywnego, innowacyjnego, zwracającego uwagę na OZE i rozwiązania ekologiczne oraz ludzi, którzy tworzą potencjał gospodarczy regionu silnego gospodarczo i otwartego na nowe pomysły biznesowe,
- c) Prezentacja potencjału i walorów gospodarczych Pomorza Zachodniego, szczególnie skupiając się na przedsiębiorstwach działających w zakresie przemysłów przyszłości w tym branży kreatywnej,
- d) Wzmocnienie pozytywnego wizerunku Pomorza Zachodniego wśród mieszkańców regionu oraz kraju, a także wśród potencjalnych inwestorów.

## 3) Grupa docelowa odbiorców zamówienia

Głównymi odbiorcami realizowanych działań oraz komunikatów zaproponowanych w ramach opracowanej strategii wizerunkowo- komunikacyjnej będą MMŚP w tym w szczególności firmy świadczące usługi przyszłości wspierające zrównoważony rozwój, obejmujące m.in. branżę kreatywną . Grupą pośrednią odbiorców będą mieszkańcy z Pomorza Zachodniego, kraju i zagranicy (ze szczególnym targetowaniem na Berlin), a także osoby chcące założyć swoją działalność gospodarczą oraz potencjalni inwestorzy chcący rozwinąć swoją działalność na terenie Pomorza Zachodniego.

## 4. Elementy zamówienia

Elementy zamówienia do realizacji których zobowiązany jest wykonawca w ramach wykonania przedmiotu zamówienia. Wskazany przedmiot zamówienia musi obejmować min. trzy główne obszary tematyczne wskazane w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia od a) do c) wraz z zawartymi w nich podpunktami.

### 1) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:

- a) Działania strategiczne i komunikacyjne w tym:
  - Określenie kierunków oraz sposobów komunikacji z potencjalnymi odbiorcami projektu na podstawie wypracowanej z Zamawiającym spójnej drogi komunikacyjnej, spełniającej główne cele projektu, a także odwołującej się do 3 haseł przewodnich tj. innowacyjne, kreatywne, nowoczesne; Powinna zawierać również propozycję partnera medialnego projektu (min. 3 propozycje wraz z proponowanymi działaniami na okres trwania projektu. Spójnymi z przyjętymi założeniami komunikacyjnymi) o zasięgu krajowym i/lub międzynarodowym. Partner medialny projektu ma za zadanie systematycznie, w innowacyjny sposób informować o atrakcyjnych działaniach projektowych, relacjonować je, a także prezentować sylwetki przedsiębiorców, ekspertów oraz bezpośrednich i pośrednich odbiorców projektu w sposób

wyznaczony i zaakceptowany przez Zamawiającego. Ww. media powinny mieć zasięg krajowy i/lub międzynarodowy, a także posiadać swoją wersję online i profile w najpopularniejszych mediach społecznościowych, co umożliwi realizację działań komunikacyjnych i wizerunkowych również w wersji digitalowej. Oprócz ww. Partnera Medialnego istotnym jest zawarcie w strategii przykładów realizacji zadań komunikacyjnych w mediach zgodnych z kierunkami komunikacyjnymi zawartymi w przygotowanej strategii.

- Wyznaczenie celów/kamieni milowych planowanych działań wizerunkowo-komunikacyjnych na czas trwania projektu (lata 2021-2023);
  - Określenie motywów przewodnich planowanych działań oraz komunikatów pozwalających stworzyć jednolitą i bezpośrednią formę komunikacyjną, budzącą jednoznaczne skojarzenia z Pomorzem Zachodnim jako regionem innowacyjnym, kreatywnym i nowoczesnym.
- b) Propozycje działań/aktywności popularyzujących innowacyjny wizerunek Pomorza Zachodniego wśród odbiorców bezpośrednich tj. MMŚP z regionu oraz odbiorców pośrednich- mieszkańców regionu, kraju, zagranicy w tym:
- Wykonawca zaproponuje 10 pomysłów/idei na instalacje/ inicjatywy/ eventy/ działania punktowe/"pr stunt", które zrealizowane, poprzez swoją innowacyjną i niespotykaną dotychczas formę pozwolą na rozpropagowanie celowego wizerunku Pomorza Zachodniego, zarówno w kraju, jak i zagranicą. Pomysły/idee powinny być spójne komunikacyjnie i wizerunkowo z wypracowaną wraz z Zamawiającym koncepcją wymienioną w pkt. 4 ppkt. 1) lit. a).
  - Przygotowanie koncepcji oraz scenariusza konkursu realizowanego w ramach projektu dla MMŚP z Pomorza Zachodniego, ze szczególnym uwzględnieniem branży przemysłów przyszłości w tym branży kreatywnej, spójną z opracowanymi kierunkami działań wizerunkowo-komunikacyjnych. Wykonawca ma za zadanie zaprezentować koncepcję atrakcyjnej formy konkursu, sposób oceny i wyłonienia laureatów spośród otrzymanych zgłoszeń/projektów/firm/kolaboracji (zgodnie z zaproponowaną formą konkursu), pamiętając o 3 głównych hasłach projektowych - innowacyjne, kreatywne, nowoczesne.
  - Przygotowanie koncepcji pakietów medialno-promocyjnych realizowanych w ramach projektu dla MMŚP będących laureatami ww. konkursu. Koncepcja powinna zawierać propozycje w jaki sposób promować regionalnych przedsiębiorców, jakie narzędzia marketingowe użyć oraz propozycje mediów wykorzystywanych do ww. promocji. Dodatkowym walorem będzie propozycja działań innowacyjnych, kreatywnych, pr stuntów.

Wszelkie działania komunikacyjne, wizerunkowe i promocyjne muszą być zgodne z zasadami zawartymi w regulaminie projektu oraz jego założeniami koncepcyjnymi.

2) Pozostałe wymagania względem przygotowywanych propozycji działań strategiczno-komunikacyjnych

- a) Określone liczby pomysłów/koncepcji proponowanych w ramach przygotowywanego dokumentu są jedynie liczbą minimalną wskazaną przez zamawiającego i dopuszcza się od

nich odstępstwa, które wpłyną pozytywnie na walory oraz uatrakcyjnienie przedmiotu zamówienia.

- b) Zamawiający w ramach przygotowywanego dokumentu wymaga konsultacji na każdym etapie przygotowywania dokumentu oraz wzięcia pod uwagę wszelkich przesłanych wskazań i komentarzy.
- c) Wykonawca, ostatecznie zaakceptowany dokument, przekaże zamawiającemu wraz propozycjami, wycenami oraz pozostałymi informacjami w formie elektronicznej.
- d) Dokument oraz wszelkie jego załączniki muszą zostać oznaczone zgodnie z wytycznymi ujętymi w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”. Musi zostać umieszczona plansza ze znakiem Unii Europejskiej, znakiem Funduszy Europejskich i logiem promocyjnym Pomorza Zachodniego (logotypy przekazane przez Zamawiającego).

### 3) Dodatkowe zobowiązania wykonawcy

Wykonawca będzie zobowiązany do przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych do wszystkich koncepcji oraz pomysłów zawartych w przekazanym dokumencie.



**Fundusze Europejskie**  
Program Regionalny



**Rzeczpospolita  
Polska**



**Pomorze  
Zachodnie**

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego

