

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ)

Przygotowanie i realizacja konkursu promocyjnego promującego przykłady dobrych praktyk projektów zrealizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 (RPO WP 2014-2020).

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie wstępnej koncepcji konkursu promocyjnego oraz kompleksowa realizacja konkursu promocyjnego pokazującego przykłady dobrych praktyk projektów zrealizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 w regionie.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania i zrealizowania konkursu promocyjnego w całości, w tym dokonania zakupu niezbędnych produktów i usług na potrzeby przeprowadzenia konkursu promocyjnego i zrealizowania wszystkich części składowych przedmiotu zamówienia.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

- a) stworzenia wstępnej koncepcji strategicznej i kreatywnej konkursu – wstępna koncepcja zawierać ma m.in.:
- wizualizację logotypu konkursu,
 - propozycję hasła konkursu,
 - wizualizację strony internetowej/podstrony konkursu,
 - propozycję metod promocji konkursu oraz promocji laureatów,
 - opis sposobu naboru/kontaktów z potencjalnymi uczestnikami konkursu,
 - propozycję nagród dla nominowanych projektów oraz projektów zwycięskich,
 - propozycję projektu graficznego albumu,
 - propozycję materiałów promocyjnych dotyczących nominowanych i zwycięskich projektów (szczegółowy opis)
 - propozycję dodatkowych działań, które wzmocnią działania związane z przeprowadzeniem konkursu promocyjnego,

- b) zaprojektowania i wykonania wszystkich materiałów niezbędnych do przeprowadzenia konkursu (zgodnie z przedstawioną koncepcją kreatywną),
 - c) stworzenia szczegółowego harmonogramu realizacji konkursu,
 - d) stworzenia szczegółowego planu promocji konkursu, w tym zaplanowania i zakupu mediów niezbędnych do przeprowadzenia koncepcji,
 - e) realizacji konkursu, zgodnie z założeniami SOPZ oraz przedstawioną i zaakceptowaną koncepcją kreatywną,
 - f) opracowania raportu końcowego z realizacji zadania,
 - g) przekazania Zamawiającemu na nośnikach elektronicznych wszystkich powstałych w trakcie realizacji kampanii utworów oraz majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy bez ograniczeń na wszystkich polach eksploatacji
- zgodnie z pkt. 6 Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia.

2. Cel konkursu

Celem organizacji konkursu jest pokazanie przedsięwzięć współfinansowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 dotyczących m.in. rozwoju konkurencyjności i innowacji w przedsiębiorstwach, cyfryzacji, odnawialnych źródeł energii, ochrony środowiska i dziedzictwa kulturowego, infrastruktury komunikacyjnej, rynku pracy, integracji społecznej czy edukacji.

Poprzez promocję przykładów dobrych praktyk konkurs ma pokazać pozytywny wpływ Funduszy Europejskich na rozwój regionu oraz zachodzące w nim zmiany infrastrukturalne i społeczne. Realizacja konkursu ma wpłynąć na rozwijanie pozytywnego myślenia o Funduszach Europejskich wśród mieszkańców województwa oraz zachęcenie potencjalnych beneficjentów do składania projektów w ramach ogłaszanych naborów wniosków.

Celem konkursu jest również zaangażowanie beneficjentów realizujących projekty współfinansowane z RPO WP 2014-2020 we wspólną promocję projektów.

Cele szczegółowe konkursu

- zachęcenie potencjalnych beneficjentów do sięgania po środki z Funduszy Europejskich;
- aktywizacja mieszkańców województwa w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich;
- informowanie mieszkańców, gdzie szukać informacji na temat nowych środków z Unii Europejskiej w ramach RPO WP 2014-2020;

- wzrost świadomości wśród mieszkańców regionu nt. celów i możliwości, jakie daje RPO WP 2014-2020.

3. Informacje wstępne dotyczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020

Komunikacja Funduszy Europejskich w perspektywie finansowej 2014-2020 wybiega znacznie poza klasyczne działania marketingowe, realizowane przy użyciu odpowiednich narzędzi komunikacji i kanałów dystrybucji informacji. Naczelną zasadą jest przekazywanie rzetelnej i wystarczającej informacji. Działania informacyjne i promocyjne muszą zapewnić wysoki poziom świadomości mieszkańców województwa na temat Funduszy Europejskich.

Działania prowadzone w ramach konkursu muszą być prowadzone w sposób przemyślany, profesjonalny i skuteczny. Zaplanowana przez Wykonawcę koncepcja konkursu powinna zapewnić grupom docelowym dostęp do informacji, które będą łatwe w odbiorze, zawierające odniesienia do miejsc, w których można znaleźć szczegółowe i aktualne informacje.

Kluczowym zadaniem komunikacji Funduszy Europejskich jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych województwa tj. dalszego podniesienia konkurencyjności regionu w oparciu o wewnętrzne potencjały sprzyjające zwiększeniu spójności społecznej i terytorialnej.

Komunikacja RPO WP ma za zadanie aktywizować mieszkańców regionu w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu, wspierać beneficjentów programu, zapewnić mieszkańcom informacje na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich oraz zapewnić akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych w województwie.

Punktem wyjścia są Fundusze Europejskie w województwie podkarpackim. To właśnie one są początkiem procesu zmian, jego inicjatorem i napędem; to one stwarzają nowe możliwości, pobudzają współpracę. Potencjalni i faktyczni beneficjenci mają pomysły na zmiany – są czynnikiem sprawczym zmian, a zmiany są efektem realizowanych projektów. Końcowym etapem jest wszechstronny rozwój, który jest zbiorem korzyści wszystkich mieszkańców regionu.

Aby osiągnąć maksymalną skuteczność komunikacji promowaną marką są Fundusze Europejskie. Oznacza to, że do marki tej odnoszą się wszystkie komunikaty, bądź też marka ta jest obecna w kontekście każdego komunikatu. Takie rozwiązanie nadaje komunikacji podmiotów odpowiedzialnych za promocję Funduszy Europejskich wspólne ramy i wprowadzi do niej porządek, co sprzyja skuteczniejszemu dotarciu z przekazem do szerokiego grona odbiorców.

Jednym z kluczowych elementów procesu komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 jest „zmiana” zapisana w głównym komunikacie. Zachodzące zmiany odzwierciedlają specyfikę Programu i odwołują się do zmian w dziedzinach dla niego charakterystycznych. Nie są to gotowe tematy działań informacyjno-promocyjnych, a ogólne obszary, w jakich dokonuje się zmiana dzięki Funduszom Europejskim.

Fundusze Europejskie dostępne w ramach RPO WP:

- wspomagają tworzenie warunków do rozwoju innowacyjności i gospodarki województwa podkarpackiego opartej na wiedzy;
- wzmacniają stosowanie technologii komunikacyjno-informacyjnych w usługach publicznych w regionie,
- przyczyniają się do poprawy efektywności energetycznej województwa podkarpackiego oraz zwiększenia udziału odnawialnych źródeł energii;
- pomagają chronić środowisko województwa podkarpackiego i zachowanie jego bioróżnorodności;
- pomagają chronić dziedzictwo kulturowe województwa podkarpackiego;
- wspomagają rozwój i poprawę stanu infrastruktury komunikacyjnej województwa podkarpackiego;
- pomagają w rozwiązywaniu problemów w zakresie poprawy dostępności do wysokiej jakości usług publicznych oraz działań rewitalizacyjnych;
- przyczyniają się do kompleksowej poprawy sytuacji na regionalnym rynku pracy;
- wspierają inwestycje w infrastrukturę zdrowotną i społeczną, na czym korzystają wszyscy mieszkańcy województwa podkarpackiego;
- wspierają efektywny system kształcenia na terenie województwa podkarpackiego;
- zmniejszają obszary wykluczenia społecznego;
- wspomagają integrację społeczeństwa.

W perspektywie finansowej 2014-2020 zgodnie ze Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 głównym punktem odniesienia dla wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych są Fundusze Europejskie. Należy jednak pamiętać o tym, że Fundusze związane mają być z naszym regionem.

W perspektywie finansowej 2014-2020 główną zasadą komunikacji Funduszy Europejskich jest przekazywanie rzetelnej i wyczerpującej informacji. Działania prowadzone w ramach kampanii muszą być prowadzone w sposób przemyślany, profesjonalny i skuteczny. Zaplanowana przez Wykonawcę koncepcja kampanii powinna zapewnić grupom docelowym dostęp do informacji, które będą łatwe w odbiorze, zawierające wskazanie gdzie można znaleźć szczegółowe informacje.

Nadrzędny (długofalowy) cel komunikacji RPO WP 2014-2020: **Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.**

Komunikacja RPO WP ma za zadanie aktywizować mieszkańców regionu w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu, wspierać beneficjentów programu w realizacji projektów, zapewniać mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich oraz zapewniać szeroką akceptację mieszkańców województwa dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w regionie.

Punktem wyjścia dla wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych jest komunikat: **Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa podkarpackiego.** Każda idea kreatywna, każde działanie informacyjne i promocyjne musi być zgodne z tym komunikatem.

Główny komunikat RPO WP 2014-2020:

Główny komunikat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020: *Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa podkarpackiego*

Hasło przewodnie RPO WP 2014-2020:

Zmieniamy Podkarpackie z Funduszami Europejskimi

4. Grupa docelowa konkursu promocyjnego

Grupą docelową konkursu promocyjnego są beneficjenci realizujący projekty współfinansowane z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020.

Pośrednio, grupą docelową konkursu będą potencjalni beneficjenci będący zainteresowani składaniem projektów w ogłaszanych naborach wniosków w ramach RPO WP 2014-2020.

5. Czas trwania konkursu promocyjnego oraz jego zasięg

Realizacja konkursu promocyjnego będzie trwała do 16 grudnia 2019 r. łącznie z przedstawieniem Zamawiającemu raportu z realizacji przedmiotu zamówienia. Konkurs promocyjny będzie miał charakter regionalny i swoim zasięgiem obejmie cały obszar województwa podkarpackiego.

6. Koncepcja konkursu promocyjnego

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania **koncepcji strategicznej i koncepcji kreatywnej kampanii**, które będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań.

1) Koncepcja strategiczna musi składać się z następujących elementów:

- a. opisu głównych założeń konkursu,
- b. opisu szczegółowego harmonogramu konkursu w podziale na tygodnie i miesiące,
- c. opisu, w jaki sposób kampania będzie realizowała cele wyszczególnione w SOPZ,
- d. opisu sposobu naboru/kontaktów z potencjalnymi uczestnikami konkursu
(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryterium „strategia komunikacji akcji”)
- e. opisu działań, które Wykonawca zaproponuje i zrealizuje w ramach promocji konkursu oraz promocji laureatów, w tym opisu zaplanowanych mediów w których zostanie przeprowadzona promocja konkursu,
(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryterium „działania PR”)
- f. media planu, zawierającego m.in. informacje na temat: wszystkich narzędzi mediowych wykorzystanych na potrzeby realizacji promocji konkursu ze wskazaniem wybranych mediów, np. regionalnych/ lokalnych gazet, regionalnych/lokalnych serwisów/portali internetowych, regionalnych/lokalnych rozgłośni radiowych,
(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryterium „działania PR”)
- g. harmonogramów emisji dla poszczególnych narzędzi dla całej kampanii, w tym daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi,
(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryterium „działania PR”)
- h. opis dodatkowych działań (min. jedno działanie dodatkowe), które w ciekawy sposób prezentować będą konkurs promocyjny
(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryterium „dodatkowe działania”)

UWAGA! Brak koncepcji strategicznej lub któregośkolwiek z jej elementów wymienionych wyżej będzie skutkować odrzuceniem oferty. Koncepcja strategiczna będzie podlegała ocenie zgodnie z kryterium oceny ofert. Wykonawca może złożyć wyłącznie jedną koncepcję strategiczną.

2) Koncepcja kreatywna musi składać się z następujących elementów:

- a. opisowej oraz graficznej prezentacji głównej idei konkursu promocyjnego, uwzględniającej pomysł kreatywny oraz uzasadnienie, w jaki sposób odnosi się on do grupy docelowej, w jaki sposób będzie realizował cele konkursu i przekazywał przesłanie konkursu, czy i jak różni się od innych realizowanych konkursów promocyjnych, czy i jak realizowany konkurs będzie rozpoznawalny,
- b. spójnego *Key Visual* dla wszystkich elementów kampanii składającego się z:
 - ✓ logotypu konkursu, który będzie wspólnym elementem łączącym i identyfikującym wszystkie działania w ramach konkursu,
 - ✓ linii graficznej, która będzie użyta podczas realizacji konkursu,
 - ✓ hasła konkursu

(*informacja stanowić będzie podstawę oceny oferty w ramach podkryteriach: „projekt graficzny” oraz „hasło akcji”)
- c. koncepcji materiałów opartych na *key visualu*, które powstaną w ramach kampanii zgodnie z ofertą złożoną przez Wykonawcę, w tym:
 - ✓ propozycję wizualizacji strony internetowej/podstrony internetowej konkursu promocyjnego,
 - ✓ propozycję projektu graficznego albumu promocyjnego będącego efektem realizowanego konkursu, zawierającego zdjęcia oraz opisy uczestników konkursu, tj. beneficjentów realizujących projekty z RPO WP 2014-2020,
 - ✓ propozycję wraz ze szczegółowym opisem nagród dla nominowanych projektów oraz projektów zwycięskich w ramach konkursu promocyjnego,
 - ✓ propozycję wraz ze szczegółowym opisem materiałów promocyjnych dotyczących nominowanych i zwycięskich projektów (szczegółowy opis)
- d. W ramach koncepcji kreatywnej, oprócz stworzenia kreacji konkursu opisanego w SOPZ, Wykonawca zobowiązany jest do stworzenia *Key Visual* konkursu. W *Key Visual* Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić motyw przewodni, graficzny będący motywem konkursu. Ponadto należy pamiętać, iż musi on być możliwy do wykorzystywania we wszystkich działaniach prowadzonych przez Zamawiającego. Wykorzystywanie motywu ma za zadanie scalenie przekazów i zapewnienie

jednolitości prowadzonych działań, efektem czego ma być rozpoznawalność projektów realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020.

- e. Stworzony w ramach koncepcji kreatywnej klucz graficzny przenoszony na inne elementy użytkowe i promocyjne, musi umożliwiać zachowanie spójności i ułatwić odbiorcy zapamiętywanie i rozpoznawanie. Przygotowane w ramach Key Visual projekty graficzne muszą być przekazane Zamawiającemu w formie plików: jpg/jpeg/pdf – wersje poglądowe, jak również w formie edytowalnej umożliwiającej dalsze, samodzielne wykorzystanie przez Zamawiającego. Projekty muszą być ukazane w wariacie wertykalnym i horyzontalnym tak, by w jasny sposób odzwierciedlać sposób przeniesienia klucza na potrzeby innych projektów graficznych. Opracowany w ramach kreacji graficznej klucz Zamawiający zamierza wykorzystywać jako bazę w realizacji pozostałych niezależnych działań informacyjno – promocyjnych.
- f. Wykonawca w ramach kreacji opíše również na czym polegał będzie pomysł kreatywny, w jaki sposób będzie on realizował cele konkursu i przekazywał przesłanie,
- g. Koncepcja kreatywna zawierać musi między innymi: hasło przewodnie konkursu, projekty graficzne materiałów użytych w konkursie, a także uzasadnienie pomysłu kreatywnego.

***Koncepcja kreatywna i koncepcja strategiczna będzie oceniana całościowo zgodnie z podkryteriami: „spójność działań promocyjnych zaplanowanych w ramach akcji promocyjnej konkursu” oraz „oryginalność i kreatywność kreacji”.**

Koncepcja kreatywna kampanii powinna nawiązywać do linii graficznej perspektywy finansowej 2014-2020 dedykowanej programom regionalnym (link: <http://rpo.podkarpackie.pl/index.php/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/wez-udzial-w-promocji-programu/292-zasady-promocji-i-oznakowania>)

Dopuszczalny jest również indywidualny pomysł na grafikę z wykorzystaniem elementów linii graficznej, tj. „rombów” w kolorze żółtym.

We wszelkich materiałach informacyjno – promocyjnych związanych z konkursem (tekstowych i graficznych) podawanych do publicznej wiadomości Wykonawca zobowiązuje się do stosowania logotypów Programu, adnotacji o współfinansowaniu konkursu z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020. Wszystkie teksty i projekty graficzne wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego podczas realizacji przedmiotu zamówienia.

UWAGA! Brak koncepcji kreatywnej lub któregośkolwiek z jej elementów wymienionych wyżej będzie skutkować odrzuceniem oferty. Koncepcja kreatywna będzie podlegała ocenie zgodnie z kryterium oceny ofert. Wykonawca może złożyć wyłącznie jedną koncepcję kreatywną.

7. Wymagania w stosunku do Wykonawcy

Zamawiający wymaga, aby konkurs składał się z następujących etapów w oparciu o koncepcję strategiczną oraz koncepcję kreatywną:

- a) Przygotowanie i zaplanowanie konkursu, w tym m.in.: przygotowanie strategii komunikacji, harmonogramu działań, regulaminu konkursu.
- b) Organizacja konkursu, w tym m.in.: przygotowanie logotypu konkursu, oprawy graficznej, promocja konkursu, przeprowadzenie naboru uczestników.
- c) Organizacja kapituły konkursu, jej prac, w tym m.in.: wyłonienie projektów i zwycięzców.
- d) Przygotowanie materiałów promocyjnych dotyczących nominowanych i zwycięskich projektów.
- e) Przygotowanie nagród dla zwycięskich projektów.
- f) Przygotowanie albumu zawierającego nominowane i zwycięskie projekty.

8. Przekazanie autorskich praw majątkowych

Wykonawca w ramach przedmiotu umowy przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne do całej koncepcji strategicznej konkursu oraz całej koncepcji kreatywnej konkursu, w tym wszelkiego rodzaju projektów graficznych oraz wszelkich utworów powstałych na potrzeby konkursu.

9. Akceptacja Zamawiającego

Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji konkursu (projekty graficzne, treści, artykuły, reklamy itp.) wymagają przed rozpoczęciem produkcji i emisji konsultacji i akceptacji Zamawiającego.

10. Przekazanie materiałów

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu wszelkich materiałów produkcyjnych powstałych w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, tekstowe, filmowe

i graficzne). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiającym ich późniejszą edycję i emisję w prasie, telewizji, radiu i Internecie. Wszelkie materiały muszą zostać dostarczone Zamawiającemu przez Wykonawcę wraz z raportem realizacji przedmiotu zamówienia, o którym mowa w SOPZ.