

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie szczegółowej, spójnej kreatywnie koncepcji wirtualnych targów oraz organizacja wirtualnych targów dla Województwa Podkarpackiego **w terminie 6-8 października 2020 r.**

Wydarzenie jest realizowane w ramach projektu pn. *Promocja Gospodarcza Województwa Podkarpackiego*, finansowanego ze środków UE w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, oś priorytetowa I. Konkurencyjna i innowacyjna gospodarka, Działanie 1.3 Promowanie Przedsiębiorczości.

II. GRUPY DOCELOWE WYDARZENIA

- 1) przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą, zarówno w województwie podkarpackim, jak i poza województwem, zainteresowani udziałem w wirtualnych targach,
- 2) przedsiębiorcy zainteresowani inwestowaniem w regionie,
- 3) mieszkańcy województwa podkarpackiego oraz całej Polski,
- 4) osoby zakładające własną działalność w formie start-upów.

III. GŁÓWNY CEL ORGANIZOWANEGO WYDARZENIA

Podstawowym celem realizowanego wydarzenia jest promocja potencjału podkarpackich przedsiębiorców działających w branżach związanych z inteligentnymi specjalizacjami województwa, tj. lotnictwo i kosmonautyka, motoryzacja, informacja i telekomunikacja, jakość życia.

IV. USZCZEGÓŁOWIONE CELE WYDARZENIA

- 1) Budowanie świadomości i wizerunku marki województwa podkarpackiego jako miejsca posiadającego walory gospodarcze, dostępnego dla każdego, kto chciałby rozpocząć działalność gospodarczą w województwie podkarpackim.
- 2) Zwiększenie świadomości inwestorów na temat walorów województwa podkarpackiego jako atrakcyjnego miejsca do zamieszkania, inwestowania, kształcenia i odpoczynku.
- 3) Zwiększenie świadomości wśród grupy docelowej o atrakcyjności gospodarczej regionu.

- 4) Zwiększenie świadomości wśród odwiedzających wirtualne targi o produktach regionalnych i tradycyjnych, które wytwarzane są w województwie podkarpackim (w ramach inteligentnej specjalizacji „jakość życia”).

V. OBOWIĄZKI WYKONAWCY

1. W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązany będzie do:
 - 1) realizacji szczegółowej koncepcji wirtualnych targów przedstawionej Zamawiającemu na etapie składania ofert, zawierającej elementy opisane w *Rozdziale VI. Kreacja wydarzenia – koncepcja merytoryczna, propozycja prelegentów, działania promocyjne*
 - 2) organizacji wirtualnych targów w oparciu o złożoną koncepcję,
 - 3) zapewnienia platformy do realizacji wirtualnych targów,
 - 4) *organizację studio wirtualnych targów z transmisją on-line obsługiwaną przez profesjonalną obsługę*
 - 5) przygotowania projektów graficznych materiałów niezbędnych do realizacji działań promocyjnych wirtualnych targów, zgodnie ze złożoną ofertą,
 - 6) *przygotowania i produkcji materiałów audio wizualnych niezbędnych do przeprowadzenia transmisji on-line,*
 - 7) *produkcja materiałów filmowych na potrzeby wirtualnych targów jak spoty, reportaż z prelegentami, making of,*
 - 8) produkcja, zakup niezbędnych praw i przygotowanie do emisji materiałów zaproponowanych w działaniach promocyjnych wydarzenia,
 - 9) opracowanie strategii mediowej, media planu wydarzenia oraz harmonogramu realizacji działań mediowych,
 - 10) pozyskanie, przy współpracy z Zamawiającym min. 90 podmiotów/przedsiębiorców z terenu województwa podkarpackiego oraz z Polski, którzy wezmą udział w wydarzeniu jako wystawcy podczas wszystkich dni trwania wydarzenia – podmioty/przedsiębiorcy biorący udział w targach muszą działać w branżach związanych z inteligentnymi specjalizacjami województwa, tj. lotnictwo i kosmonautyka, motoryzacja, informacja i telekomunikacja, jakość życia. Zamawiający dopuszcza inne podmioty biorące udział w targach, jednakże grupa ta powinna zostać zaproponowana przez Wykonawcę na etapie składania oferty.
2. Zamawiający dopuszcza działania hybrydowe organizowanego wydarzenia – w takim przypadku Wykonawca zobowiązany będzie do przedstawienia takich działań w szczegółowej koncepcji.

VI. KREACJA WYDARZENIA – KONCEPCJA MERYTORYCZNA, PROPOZYCJA PRELEGENTÓW, DZIAŁANIA PROMOCYJNE

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do złożenia opracowania szczegółowej **koncepcji kreatywnej** wirtualnych targów wraz z **koncepcją strategiczną** działań promocyjnych, które będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań.

Koncepcja kreatywna i koncepcja strategiczna muszą składać się z następujących elementów:

- a. szczegółowego opisu oraz wizualizacji wirtualnej platformy niezbędnej do przeprowadzenia wirtualnych targów dla Województwa Podkarpackiego uwzględniającej zarówno wystawców, jak i osoby odwiedzające wydarzenie, w tym: projekt strony głównej, tzw. recepcji, hali/hal targowych, stoisk wystawienniczych – wirtualne targi mają zostać przygotowane dla min. 90 podmiotów/przedsiębiorców działających w branżach inteligentnych specjalizacji, tj. lotnictwo i kosmonautyka, motoryzacja, informacja i telekomunikacja, jakość życia (link do dokumentów związanych z inteligentnymi specjalizacjami województwa podkarpackiego: <https://rpo.podkarpackie.pl/index.php/dokumenty-strategiczne/332-regionalna-strategia-innowacji-województwa-podkarpackiego-na-lata-2014-2020-na-rzecz-inteligentnej-specjalizacji>)

Zamawiający dopuszcza inne podmioty biorące udział w targach, jednakże grupa ta powinna zostać zaproponowana przez Wykonawcę na etapie składania oferty wraz ze szczegółowym uzasadnieniem.

W przypadku pojawienia się uzasadnionych zdarzeń/okoliczności, które rzutować będą na pozyskanie podmiotów/przedsiębiorców mających wziąć udział w wirtualnych targach, Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym mogą, po przedstawieniu uzasadnienia przez wykonawcę, zmniejszyć liczbę podmiotów/przedsiębiorców max. o 30%.

- b. opisu i wizualizacji studia eventowego wirtualnych targów wraz z jego uzasadnieniem umiejscowienia – miejsce studia zostanie zaproponowane przez Wykonawcę w przedstawionej koncepcji, w tym szczegółowego opisu scenografii studia eventowego uwzględniający wszystkie elementy związane z prelekcjami odbywającymi się podczas targów,
- c. opisu sprzętu sceno-technicznego niezbędnego do przeprowadzenia aktywności na scenie – system nagłośnieniowy, system oświetleniowy,
- d. przedstawienie rozwiązań technologicznych związanych z transmisją on-line – zestaw urządzeń, wizualizacja planu kamerowego,
- e. szczegółowego opisu koncepcji merytorycznej – tematyki prelekcji związanej z inteligentnymi specjalizacjami Województwa Podkarpackiego oraz propozycji prelegentów/zaproszonych gości w celu uatrakcyjnienia realizowanych wirtualnych targów z uzasadnieniem wyboru prelegentów/zaproszonych gości przez Wykonawcę,
- f. szczegółowego opisu wraz z uzasadnieniem propozycji innych działań eventowych, np. koncertów, mających za zadanie uatrakcyjnić i przyciągnąć osoby z zewnątrz do odwiedzenia targów,
- g. propozycję osoby/osób prowadzących wydarzenie wraz z uzasadnieniem wyboru przez Wykonawcę,
- h. opis/specyfikacja sprzętu technicznego, nagłośnieniowego oraz innego niezbędnego do realizacji wirtualnych targów, w tym prowadzenia transmisji on-line,

- i. propozycję spójnego *Key Visual* dla wszystkich elementów związanych z organizacją wydarzenia, w tym:
 - propozycję 3 znaków graficznych (logotypów) planowanego wydarzenia, z których Zamawiający wybierze jeden, a którym Wykonawca będzie posługiwał się podczas realizacji wydarzenia; zaproponowane znaki graficzne (logotypy) muszą zostać opisane przez wykonawcę na etapie składania propozycji koncepcji, tzn. mają pokazywać główną ideę wydarzenia,
 - propozycję nazwy wydarzenia, dostosowaną do planowanego wydarzenia,
- j. w *Key Visual* Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić motyw przewodni, graficzny będący motywem kampanii. 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,
- k. szczegółowego opisu zaproponowanych działań promocyjnych poprzedzających wirtualne targi – działania promocyjne mają zostać zaplanowane w okresie jednego miesiąca (min. 3 pełne tygodnie) poprzedzającego organizację wirtualnych targów – **koncepcja strategiczna** działań promocyjnych powinna opierać się na media planie, który zawierał będzie m.in. informacje na temat wszystkich narzędzi wykorzystanych na potrzeby działań promocyjnych ze wskazaniem mediów zaproponowanych przez Wykonawcę oraz harmonogramów emisji dla zaproponowanych narzędzi dla planowanego wydarzenia, w tym np. daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi.

UWAGA! Brak złożonych koncepcji lub którychkolwiek z jej elementów wymienionych powyżej będzie skutkować odrzuceniem oferty. Złożone koncepcje kreatywna i strategiczna działań promocyjnych będzie podlegała ocenie zgodnie z kryterium oceny ofert. Wykonawca może złożyć wyłącznie jedną koncepcję kreatywną i strategiczną działań promocyjnych.

Wszystkie koszty związane z przygotowaniem oferty ponosi Wykonawca

VII. OGÓLNE WYTYCZNE

- 1) Zamawiający do 7 dni od daty zawarcia umowy doprecyzuje preferowane terminy realizacji poszczególnych działań promocyjnych a Wykonawca w terminie 10 dni od decyzji Zamawiającego (akceptacja drogą mailową) przedstawi Zamawiającemu szczegółowy harmonogram realizacji działań. Harmonogram podlega akceptacji bądź wprowadzeniu korekt przez Zamawiającego.
- 2) Na każdym etapie realizacji umowy, w przypadku wystąpienia uzasadnionych przesłanek, Wykonawca może proponować zamianę działań na inne, pod warunkiem, że zmiana ta skutkować będzie lepszymi efektami kampanii, a

Zamawiający nie będzie ponosił z tego tytułu dodatkowych kosztów. Każdorazowo zmiana taka musi zostać drogą mailową zaakceptowana przez Zamawiającego.

- 3) Zamawiający zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy nieodpłatnie materiałów służących do identyfikacji wizualnej, niezbędnych do wykonania całej kampanii. Materiały będą przekazywane w postaci plików graficznych otwartych (logotypów, znaków towarowych, nazw i pozostałych elementów etc.) w formacie cyfrowym umożliwiającym ich wykorzystanie. Zamawiający oświadcza, że posiada pełnię majątkowych praw autorskich do wszystkich przekazywanych materiałów. Materiały, o których mowa zostaną przekazane Wykonawcy w przeciągu 5 dni roboczych licząc od dnia podpisania umowy.
- 4) Dla zapewnienia właściwego tempa realizacji prac objętych przedmiotem zamówienia Strony zobowiązują się na bieżąco przekazywać drogą elektroniczną informacje i wyjaśnienia w zakresie niezbędnym dla prawidłowego i terminowego wykonania przedmiotu Umowy.
- 5) W materiałach musi być zawarty adres strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego, tj. www.podkarpackie.eu.
- 6) Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji wydarzenia (projekty graficzne, treści, artykuły, reklamy, itp.) wymagają, przed rozpoczęciem produkcji i emisji, konsultacji i akceptacji Zamawiającego.

VIII. ELEMENTY OBOWIĄZKOWE

W całej kampanii obligatoryjne jest umieszczenie następujących elementów:

- zestawienie logotypów informujących o finansowaniu kampanii ze środków Unii Europejskiej – Zamawiający przekaże Wykonawcy wymagane logotypy po podpisaniu umowy,
- informacja słowna w treści materiału lub pod logotypami, o następującej treści: *Wydarzenie jest współfinansowane z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020.*

IX. RAPORT Z WYDARZENIA

1. Wykonawca zobowiązany będzie do złożenia w terminie 14 dni od zakończenia przedmiotu zamówienia raportu końcowego z realizacji wydarzenia. Raport powinien zostać dostarczony Zamawiającemu w formie papierowej i elektronicznej (edytowalnej). Przyjęty przez Zamawiającego raport oraz protokół odbioru stanowią podstawę do wystawienia faktury za realizację wydarzenia.
2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wniesienia uwag w ciągu 7 dni roboczych do raportu otrzymanego od Wykonawcy. W przypadku uwag do raportu Wykonawca zobowiązany jest w ciągu 7 dni roboczych do dokonania korekty i uzupełnienia raportu.
3. Raport końcowy będzie zawierał:
 - szczegółowy opis zrealizowanych działań ze zorganizowanego wydarzenia wraz z dokumentacją zdjęciową,

- szczegółowy opis działań promocyjnych, zrealizowanych zgodnie ze złożoną koncepcją, wraz z dokumentacją zdjęciową,
- realizacja wskaźników osiągniętych podczas zrealizowanych wydarzeń, tj. np. liczba wejść na platformę podczas organizowanych targów przez tzw. osoby odwiedzające, ilość nawiązanych kontaktów z przedsiębiorcami podczas trwania wirtualnych targów.