

OP-IV.272.8.2021.BRP

Załącznik nr 1

## Opis Przedmiotu zamówienia Część I:

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usługi polegającej na **prowadzeniu kampanii reklamowej** (kod CPV: 79341400-0) oraz innych działań w zakresie marketingu i promocji *Samorządowego Kongresu Gospodarczego II Forum Regionów Trójmorza*.

**Opis przedmiotu zamówienia dotyczącego usługi polegającej na prowadzeniu kampanii reklamowej oraz innych działań w zakresie marketingu i promocji Samorządowego Kongresu Gospodarczego II Forum Regionów Trójmorza**

### Wprowadzenie

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usługi polegającej na prowadzeniu kampanii reklamowej (kod CPV: 79341400-0) oraz innych działań w zakresie marketingu i promocji *Samorządowego Kongresu Gospodarczego II Forum Regionów Trójmorza*, zwanego dalej „Kongresem”.

Kongres którego organizatorem jest Samorząd Województwa Lubelskiego we współpracy z Instytutem Rozwoju Samorządu Terytorialnego Województwa Lubelskiego oraz Lubelskim Centrum Konferencyjnym, odbędzie się **w dniach: 27 – 28 kwietnia 2021 roku w Lubelskim Centrum Konferencyjnym w Lublinie.**

Kongres będzie dostępny w formule on-line, za pośrednictwem strony [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) z możliwością rozwinięcia formuły do hybrydowej dla ograniczonej liczby prelegentów i gości specjalnych.

Wydarzenie ma na celu wzmocnienie spójności regionów Unii Europejskiej poprzez bliską współpracę społeczno-gospodarczą, naukową i kulturalną regionów państw Europy Środkowo-Wschodniej, deklarujących udział w Inicjatywie Trójmorza, tj.: Austrii, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Estonii, Litwy, Łotwy, Polski, Rumunii, Słowacji, Słowenii i Węgier.

Zamiarem organizatora jest, by Kongres stał się cyklicznym międzynarodowym wydarzeniem gospodarczym skupiającym przedstawicieli administracji rządowej i samorządowej, sektora nauki i biznesu z 12 państw członkowskich Inicjatywy Trójmorza, przedstawicieli partnerów strategicznych (Unii Europejskiej, Stanów Zjednoczonych i Niemiec) oraz regionów partnerskich Województwa Lubelskiego z Europy Wschodniej. Szczególne znaczenie dla regionów inicjatywy ma również rozbudowywanie współpracy wokół szlaku Via Carpatia. W tym kontekście organizacja Kongresu i II Forum jako płaszczyzny współpracy regionów Trójmorza będzie stanowić uzupełnienie działań realizowanych na poziomie ponadnarodowym i kolejny krok do rozwoju gospodarczej współpracy międzyregionalnej.

Aby zacieśnić i zoptymalizować kontakty regionalne, w ramach Kongresu planowane jest powołanie Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza i podpisanie stosownych deklaracji przez zainteresowane samorzady.

### **Cele i zadania Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza:**

- zmniejszanie luki infrastrukturalnej w Europie Środkowo – Wschodniej wynikającej ze wspólnego doświadczenia transformacji ustrojowej,
- budowanie współpracy międzyregionalnej, stanowiącej komponent samorządowy i lokalny Inicjatywy Trójmorza 3SI,
- istotny impuls rozwojowy dla samorządów dzięki współpracy i budowaniu trwałych powiązań w obszarze infrastruktury, transportu, cyfryzacji oraz innowacji,
- narzędzie do lepszego wykorzystania programów UE dla Europy Środkowej i Wschodniej oraz Funduszu Trójmorza,
- udział w dynamicznym procesie odbudowy gospodarczej po pandemii.

W trakcie Wydarzenia podejmowane będą następujące tematy: współpraca gospodarcza regionów Trójmorza, instrumenty finansowe UE, Fundusz Trójmorza, transport i logistyka w kontekście Via Carpatia, innowacyjna gospodarka i współpraca nauka-biznes, transformacja cyfrowa, bezpieczeństwo energetyczne i zrównoważony rozwój, rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze, turystyka i promocja regionów Trójmorza.

Samorządowy Kongres Gospodarczy II Forum Regionów Trójmorza jest współfinansowany ze środków projektu pt. „Marketing Gospodarczy Województwa Lubelskiego II” – Działanie 3.6 Marketing Gospodarczy, Oś priorytetowa 3: Konkurencyjność przedsiębiorstw, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego 2014-2020 współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Wydarzenie jest objęte Patronatem Honorowym Prezydenta RP Andrzeja Dudy.

O kolejnych patronatach (merytorycznych, medialnych etc.) Zamawiający będzie informował Wykonawcę sukcesywnie, w miarę pozyskiwania patronów.

Językiem roboczym Kongresu jest język polski i angielski.

### **Grupa docelowa**

- Wiek: 18-65 lat;
- Osoby zamieszkałe w regionach krajów zrzeszonych w Inicjatywie Trójmorza;
- Przedsiębiorcy, szczególnie właściciele mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z krajów zrzeszonych w Inicjatywie Trójmorza;
- Samorzady szczebla regionalnego i lokalnego oraz ich jednostki podległe z krajów Inicjatywy Trójmorza;

- Pracownicy uczelni wyższych i instytucji badawczych z krajów Inicjatywy Trójmorza,
- Instytucje otoczenia biznesu, parki naukowo-technologiczne, klastry i inne podmioty działające na rzecz biznesu.

## Warunki wykonania przedmiotu zamówienia

1. Wykonawca W ciągu 3 dni roboczych liczonych od dnia podpisania Umowy przedstawi Zamawiającemu do akceptacji:

1) Media plan, w którym Wykonawca zawrze propozycje tytułów www gazet oraz obsługę serwisów: Facebook.com, Linkedin.com oraz Twitter.com, obsługę strony internetowej [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) i zaproponuje daty ukazywania się artykułów oraz postów, poprzez które będzie realizował kampanię medialną. Zamawiający będzie miał prawo wniesienia swoich uwag do propozycji Wykonawcy. Zamawiający zaakceptuje media plan uwzględniający uwagi w ciągu 3 dni roboczych.

2) Szczegółową charakterystykę grupy docelowej kampanii, wraz z zaproponowanym dla tej grupy artykułem / informacją.

3) Artykuły, które będą zawierały informacje o Kongresie i Inicjatywie Trójmorza. Dane techniczne: Objętość tekstu powinna się zmieścić w formacie A4 tj. nie mniej niż 2800 znaków pisarskich wraz ze spacjami. Artykuł ma zawierać tekst, grafikę / zdjęcia. Wykonawca do tworzenia artykułów będzie korzystał częściowo z materiałów przekazanych przez Zamawiającego (spoty, materiały graficzne, teksty, inne). Materiały od Zamawiającego będą sukcesywnie przekazywane po podpisaniu Umowy. Wykonawca będzie zobowiązany do napisania nie mniej niż 12 artykułów w trakcie trwania umowy.

2. Po wykonaniu kampanii Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport przedstawiający: czas trwania kampanii, adresy www portali, na których zostały przeprowadzone działania marketingowe, liczbę zamieszczonych artykułów oraz liczbę zamieszczonych postów w portalach społecznościowych, zaangażowany budżet oraz formy reklamy (np. aktywne pozyskiwanie obserwatorów, zwiększanie zasięgu postów). Raport będzie stanowił podsumowanie kampanii reklamowej i zostanie przekazany Zamawiającemu w terminie do 11 czerwca 2021 r. Uwagi Zamawiającego do raportu wynikające z przesłanych opracowań będą przekazane w ciągu 5 dni roboczych do Wykonawcy.

## Zakres usług

### I. Wykonawca zapewni kampanię reklamową obejmującą portale internetowe o zasięgu krajowym i międzynarodowym.

Przedmiotem zamówienia jest, kampania reklamowa realizowana w okresie od dnia podpisania umowy do **28 maja 2021 r.** Wykonawca przedstawi Zamawiającemu plan kampanii na portalach internetowych, daty ukazywania się artykułów / informacji oraz na jakich portalach będzie prowadzona kampania.

**Do zadań Wykonawcy należeć będzie, m. in.:**

1. Przeprowadzenie kampanii reklamowej na dwóch portalach internetowych o zasięgu ogólnopolskim, na których będzie realizowana kampania reklamowa poprzez umieszczanie artykułu / informacji o Kongresie i Inicjatywie Trójmorza od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego media planu, nie krócej niż przez 10 tygodni.

2. Zapewnienie trzydniowej promocji artykułu / informacji na:

1) na głównej stronie www dwóch renomowanych gazet, na ich portalach informacyjnych o zasięgu ogólnopolskim, o tematyce gospodarczej i finansowej z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie, w terminach zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego,

2) na głównej stronie www dwóch dzienników informacyjnych o zasięgu ogólnopolskim z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy dziennych odsłon, w terminach zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego,

3) na głównej stronie www portalu ogólnopolskiego o tematyce: samorządowej z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie w co najmniej jednym terminie, zawartym w media planie i zaakceptowanym przez Zamawiającego,

4) na głównej stronie www trzech gazet dzienników z województw: Lubelskiego, Podkarpackiego i Podlaskiego z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie, **w co najmniej dwóch terminach** zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego.

**II. Wykonawca zapewni obsługę istniejącego w serwisie Facebook.com konta**

**„Congress Lubelskie”**, w tym:

1. Wykonawca uwzględni w media planie, plan działań w serwisie Facebook.com w okresie od dnia podpisania umowy do 28 maja 2021 r.. Powyższy plan musi obejmować promocję w co najmniej 6 krajach Inicjatywy Trójmorza, w tym Polski z gwarantowaną łączną liczbą odsłon nie mniej niż 5 mln w trakcie realizacji umowy wśród grupy docelowej w okresie trwania umowy.

2. Wykonawca zapewni aktywne pozyskiwanie obserwatorów, zwiększanie zasięgu postów poprzez planowanie i organizowanie kampanii promocyjnych.

3. Tworzenie contentu (np. treści, materiałów wideo, fotografii, infografik) we współpracy z Zamawiającym oraz ich publikacja w serwisie Facebook.com. Liczba płatnych postów na temat Kongresu, nie mniej niż 24 posty podczas trwania kampanii:

- 1) w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 24 marca 2021 r. minimum jeden post tygodniowo – terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
  - 2) w okresie od 25 marca 2021 r. do 25 kwietnia 2021 r. minimum dwa posty tygodniowo - terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
  - 3) w okresie 26 - 29 kwietnia br. minimum dwa posty dziennie; termin publikacji - w uzgodnieniu z Zamawiającym;
  - 4) w okresie od 30 kwietnia 2021 r. do dnia 28 maja 2021 r. minimum jeden post tygodniowo; termin publikacji - w uzgodnieniu z Zamawiającym;
4. Tworzenie postów, contentu (np. treści, materiałów wideo, fotografii), udostępnianie powiązanych z profilem Congress Lubelskie stron / postów / wydarzeń.
- Czas odpowiedzi Wykonawcy na zaproponowany post / wiadomość / informację :
- w dni powszednie: 8:00-20:00 – 2 godziny,  
w weekend/święta: 8:00-20:00 – 4 godziny.
5. Przedstawienie contentu / treści oraz jego akceptacja odbywać się będzie wyłącznie poprzez kontakt mailowy z wyznaczonymi przez Zamawiającego osobami.

**III. Wykonawca zapewni obsługę istniejącego w serwisach Twitter.com oraz LinkedIn.com konta „Congress Lubelskie” w tym:**

1. Wykonawca uwzględni w media planie, plan działań w serwisach LinkedIn.com oraz Twitter.com. W zawiązku z tym, Wykonawca zaplanuje i zorganizuje płatną kampanię w serwisach LinkedIn.com oraz Twitter.com, która zapewni łączne dotarcie do co najmniej 300 tysięcy osób z grupy docelowej przez okres trwania umowy. Czas trwania kampanii od dnia podpisania umowy do 28 maja 2021 r.
2. Zamawiający przekaże Wykonawcy uprawnienia do administrowania kontem w odpowiednich serwisach w dniu podpisania Umowy na czas realizacji umowy.
3. Tworzenie contentu (treści, infografiki, zdjęcia) we współpracy z Zamawiającym oraz publikacje materiałów w serwisach:
  - a) **Twitter.com**, w ilości nie mniej niż 24 posty podczas trwania kampanii:
    - 1) w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 24 marca 2021 r. minimum jeden post tygodniowo – terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
    - 2) w okresie od 25 marca 2021 r. do 25 kwietnia 2021 r. minimum dwa posty tygodniowo - terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
    - 3) w okresie 26 - 29 kwietnia br. minimum dwa posty dziennie; termin publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
    - 4) w okresie od 30 kwietnia 2021 r. do dnia 28 maja 2021 r. minimum jeden post tygodniowo; termin publikacji - w uzgodnieniu z Zamawiającym;

**b) LinkedIn.com**, w ilości nie mniej niż 24 posty podczas trwania kampanii:

- 1) w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 24 marca 2021 r. minimum jeden post tygodniowo - terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
- 2) w okresie od 25 marca 2021 r. do 25 kwietnia 2021 r. minimum dwa posty tygodniowo - terminy publikacji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;
- 3) w okresie 26 - 29 kwietnia br.- minimum dwa posty dziennie; termin publikacji - w uzgodnieniu z Zamawiającym;
- 4) w okresie od 30 kwietnia 2021 r. do dnia 28 maja 2021 r. minimum jeden post tygodniowo; termin publikacji - w uzgodnieniu z Zamawiającym.

**IV. Wykonawca zapewni obsługę istniejącej strony internetowej**

[www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl), w tym:

1. Tworzenie contentu postów (np. treści, materiałów wideo, fotografii, infografiki) we współpracy z Zamawiającym, umieszczanie materiałów w zakładce „Aktualności” w ilości minimum dwie publikacje tygodniowo, w ilości nie mniejszej niż 24 materiałów / postów w okresie trwania kampanii, z uwzględnieniem SEO (frazę kluczowa, tagi, sług, opis meta, znaczniki meta). Zamawiający przekaże Wykonawcy uprawnienia moderatora strony internetowej [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) w dniu podpisania Umowy na czas realizacji umowy.
2. Wykonawca zapewni powiązanie strony internetowej z profilem Congress Lubelskie w mediach społecznościowych poprzez odsyłanie (za pomocą linku) do strony internetowej z postów publikowanych w serwisach Facebook.com, Twitter.com oraz LinkedIn.com.

**Uwagi**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do samodzielnego publikowania treści na stronie [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) oraz w mediach społecznościowych bez wpływu na prowadzoną przez Wykonawcę kampanię promocyjną.
2. Wykonawca zobowiązany jest do stosowania przygotowanej przez Zamawiającego koncepcji wizualnej (logo, kolorystyka) Kongresu, którą Zamawiający przekaże w dniu podpisania Umowy. W trakcie realizacji Umowy kreacje graficzne do wszystkich formatów działań promocyjnych muszą być zgodne z koncepcją wizualną Kongresu i zostać dopasowane do grupy docelowej kampanii.
3. Wykonawca oznaczy wszystkie przygotowane materiały zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, tj. umieszczenie logotypu promocyjnego Województwa Lubelskiego, zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej „Lubelskie Smakuj Życie” oraz logotypów zawierających elementy zgodne z wytycznymi stosowanymi do projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

4. Wszystkie materiały zostaną przekazane przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu Umowy.

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA CZĘŚĆ II

**II. Część:** Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na przygotowaniu **3 spotów promocyjnych** (kod CPV: 92111200-4) dedykowanych *Samorządowemu Kongresowi Gospodarczemu II Forum Regionów Trójmorza*.

**Opis przedmiotu zamówienia dotyczący usługi polegającej na przygotowaniu 3 spotów promocyjnych dedykowanych Samorządowemu Kongresowi Gospodarczemu II Forum Regionów Trójmorza.**

### Wprowadzenie

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na przygotowaniu **3 spotów promocyjnych** (kod CPV: 92111200-4) dedykowanych *Samorządowemu Kongresowi Gospodarczemu II Forum Regionów Trójmorza*, zwanemu dalej „Kongresem”.

Samorządowy Kongres Gospodarczy, II Forum Regionów Trójmorza, którego organizatorem jest Samorząd Województwa Lubelskiego we współpracy z Instytutem Rozwoju Samorządu Terytorialnego Województwa Lubelskiego oraz Lubelskim Centrum Konferencyjnym, odbędzie się **w dniach: 27 – 28 kwietnia 2021 roku w Lubelskim Centrum Konferencyjnym w Lublinie.**

Kongres będzie dostępny w formule on-line, za pośrednictwem strony [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) z możliwością rozwinięcia formuły do hybrydowej dla ograniczonej liczby prelegentów i gości specjalnych.

Wydarzenie ma na celu wzmocnienie spójności regionów Unii Europejskiej poprzez bliską współpracę społeczno-gospodarczą, naukową i kulturalną regionów państw Europy Środkowo-Wschodniej, deklarujących udział w Inicjatywie Trójmorza, tj.: Austrii, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Estonii, Litwy, Łotwy, Polski, Rumunii, Słowacji, Słowenii i Węgier.

Zamiarem organizatora jest, by Kongres stał się cyklicznym międzynarodowym wydarzeniem gospodarczym skupiającym przedstawicieli administracji rządowej i samorządowej, sektora nauki i biznesu z 12 państw członkowskich Inicjatywy Trójmorza, przedstawicieli partnerów strategicznych (Unii Europejskiej, Stanów Zjednoczonych i Niemiec) oraz regionów partnerskich Województwa Lubelskiego z Europy Wschodniej. Szczególne znaczenie dla regionów inicjatywy ma również rozbudowywanie współpracy wokół szlaku Via Carpatia.

W tym kontekście organizacja Kongresu i II Forum jako płaszczyzny współpracy regionów Trójmorza będzie stanowić uzupełnienie działań realizowanych na poziomie ponadnarodowym i kolejny krok do rozwoju gospodarczej współpracy międzyregionalnej. Aby zacieśnić i zoptymalizować kontakty regionalne, w ramach Wydarzenia planowane jest powołanie Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza i podpisanie stosownych deklaracji przez zainteresowane samorządy.

#### **Cele i zadania Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza:**

- zmniejszanie luki infrastrukturalnej w Europie Środkowo – Wschodniej wynikającej ze wspólnego doświadczenia transformacji ustrojowej,
- budowanie współpracy międzyregionalnej, stanowiącej komponent samorządowy i lokalny Inicjatywy Trójmorza 3SI,
- istotny impuls rozwojowy dla samorządów dzięki współpracy i budowaniu trwałych powiązań w obszarze infrastruktury, transportu, cyfryzacji oraz innowacji,
- narzędzie do lepszego wykorzystania programów UE dla Europy Środkowej i Wschodniej oraz Funduszu Trójmorza,
- udział w dynamicznym procesie odbudowy gospodarczej po pandemii.

W trakcie Wydarzenia podejmowane będą następujące tematy: współpraca gospodarcza regionów Trójmorza, instrumenty finansowe UE, Fundusz Trójmorza, transport i logistyka w kontekście Via Carpatia, innowacyjna gospodarka i współpraca nauka-biznes, transformacja cyfrowa, bezpieczeństwo energetyczne i zrównoważony rozwój, rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze, turystyka i promocja regionów Trójmorza.

Samorządowy Kongres Gospodarczy II Forum Regionów Trójmorza jest współfinansowany ze środków projektu pt. „Marketing Gospodarczy Województwa Lubelskiego II” – Działanie 3.6 Marketing Gospodarczy, Oś priorytetowa 3: Konkurencyjność przedsiębiorstw, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego 2014-2020 współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Wydarzenie jest objęte Patronatem Honorowym Prezydenta RP Andrzeja Dudy.

O kolejnych patronatach (merytorycznych, medialnych etc.) Zamawiający będzie informował Wykonawcę sukcesywnie, w miarę pozyskiwania patronów.

Językiem roboczym Kongresu jest język polski i angielski.

#### **Zakres usług**

Wykonawca przygotowuje **trzy spoty promocyjne** dedykowane Kongresowi.

Wykonawca przygotowuje **jeden spot o długości 45-50 sekund, stanowiący zapowiedź Kongresu oraz dwa spoty o długości 120-125 sekund** dedykowane Kongresowi, będą to:



**a) pierwszy spot „Zapowiedź” – o długości od 45 sek. do 50 sek.** przygotowany zostanie przez Wykonawcę jako zapowiedź Kongresu i będzie wykorzystywany jako materiał w trakcie Kongresu pomiędzy sesjami i panelami tematycznymi. Spot będzie obejmował informacje zawierające tytuł, datę i miejsce Kongresu, dane teleadresowe i inne dane przekazane przez Zamawiającego.

Materiał filmowy / wideo powinien zawierać krótkie i estetyczne intro (wejście) oraz kończyć się (planszą końcową) wezwaniem do działania (C2A), np. zachęcenie do wejścia na stronę internetową dedykowaną Kongresowi lub do obejrzenia innych materiałów wideo Zamawiającego.

Na planszy końcowej musi być zamieszczone oznakowanie, wszystkimi niezbędnymi logotypami wskazującymi źródła finansowania. Logotypy zostaną udostępnione przez Zamawiającego, po podpisaniu Umowy.

Spot zostanie przygotowany w wersji polskiej z tłumaczeniem na język angielski w postaci napisów.

Termin wykonania pierwszego spotu - w ciągu 10 dni kalendarzowych od daty podpisania umowy.

**b) drugi spot „Trójmorze” - o długości od 120 sek. do 125 sek.** ukazujący regiony zlokalizowane na terenie krajów wchodzących w skład Inicjatywy Trójmorza, a w szczególności wokół trasy Via Carpatia. Spot powinien mieć charakter uniwersalny, w większości w języku angielskim z tłumaczeniem na język polski w postaci napisów. Wykonawca wykorzysta pojedyncze słowa, nawiązujące do tematyki Kongresu w językach narodowych krajów Trójmorza oraz będzie korzystał z dostępnej koncepcji wizualnej Kongresu.

Materiał wykorzystany do spotu może pochodzić z ogólnodostępnych źródeł, powinien zawierać dynamiczne grafiki i materiały wideo, plansze graficzne i inne elementy graficzne zgodne z przyjętą koncepcją wizualną Kongresu. Zamawiający wymaga, by opracowany materiał zawierał informacje o celach organizowanego Kongresu i Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza.

Na planszy końcowej musi być zamieszczone oznakowanie, wszystkimi niezbędnymi logotypami wskazującymi źródła finansowania. Logotypy zostaną udostępnione przez Zamawiającego, po podpisaniu Umowy.

Spot zostanie przygotowany w wersji polskiej z tłumaczeniem na język angielski w postaci napisów.

Termin wykonania drugiego spotu - w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty podpisania umowy.

Zawartość merytoryczna do przygotowania drugiego spotu, przedstawia się następująco:

### **1) Wykonawca projektując scenariusz spotu weźmie pod uwagę.**

Planując scenariusz spotu Wykonawca powinien zwrócić uwagę, by powstały spot cechowała oryginalność i pomysłowość, by był zachowany atrakcyjny sposób przedstawienia Kongresu i samej Inicjatywy Trójmorza, a także celów Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza. Spot powinien zapewnić emocjonalność przekazu, planowane plenery. Wykonawca zaplanuje niestandardowe rozwiązania, a tym samym oryginalność i nowatorstwo formy. Spot powinien zapewniać rozpoznawalność, atrakcyjność oraz przyciągać uwagę odbiorców, poprzez takie parametry jak: tonalność, dostosowanie obrazu do treści merytorycznej, efekty wizualne, nowoczesne techniki filmowe itp. Wykonawca zapewni czytelności przekazu spotu.

### **2) Spot powinien być spójny z założeniami Kongresu i samej Inicjatywy Trójmorza, a także z celami Sieci Gospodarczej Regionów Trójmorza.**

Przy planowaniu scenariuszy Wykonawca powinien brać pod uwagę, by był zachowany związek pomiędzy kreacją, a celami Inicjatywy Trójmorza oraz samego Kongresu. Przedstawiona kreacja powinna podkreślać znaczenie regionu Lubelskiego, dzięki istnieniu ogromnych i unikatowych zasobów, na mapie Polski i Europy jako miejsca atrakcyjnego i konkurencyjnego gospodarczo. Wykonawca planując spot powinien wziąć pod uwagę wiarygodność budowanego przekazu, zawarcie symboli charakterystycznych dla Regionu oraz Inicjatywy Trójmorza.

### **3) Sposób prezentowania komunikatu wraz ze ścieżką dźwiękową**

Właściwy sposób prezentowania komunikatu oznacza jak najszerszy sposób dotarcia do wskazanej grupy docelowej kampanii, w oryginalnej i nowoczesnej formie. Zamawiający pragnie podkreślić, że odbiorcami komunikatu będą osoby: w wieku w przedziale 18-65 lat; zamieszkałe w regionach krajów zrzeszonych w Inicjatywie Trójmorza; przedsiębiorcy, szczególnie właściciele mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z krajów zrzeszonych w inicjatywie Trójmorza; samorządy szczebla regionalnego i lokalnego oraz ich jednostki podległe z krajów Inicjatywy Trójmorza; pracownicy uczelni wyższych i instytucji badawczych z krajów Inicjatywy Trójmorza; instytucje otoczenia biznesu, parki naukowo-technologiczne, klastry i inne podmioty działające na rzecz biznesu.

Wykonawca zapewni właściwy sposób dotarcia do grupy docelowej. Ponadto, istotne dla Zamawiającego będą: emocjonalność, unikalność użytych w kreacji wyrażań, słów.

Przekaz powinien prezentować istotę celów Kongresu oraz atuty regionów zaangażowanych w Inicjatywę Trójmorza, zwłaszcza województwa lubelskiego. Wykonawca w sposób profesjonalny zbuduje klimat oraz pokaże pozytywne nastawienia do idei, dopasowanie do koncepcji scenariusza i wykorzystanie nowoczesnych form przekazu. Wykonawca przygotuje ścieżkę dźwiękową pod kątem zauważalności spotu (wyróżnienia pośród innych spotów reklamowych), jego atrakcyjności, unikatowości (oryginalny podkład muzyczny, lokalne dźwięki – spójność promocji lokalnych walorów) i skupienia uwagi.

**c) trzeci spot „Kongres” – o długości od 120 sek. do 125 sek.** przygotowany zostanie przez Wykonawcę jako podsumowanie Kongresu. W tym celu Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia minimum 1 operatora wraz z kamerą podczas trwania Kongresu, tj. w dniach 27-28 kwietnia 2021 r. Z pozyskanego przez Wykonawcę materiału zostanie on wykorzystany do produkcji spotu. Zamawiający przekaże również Wykonawcy materiały audio – wideo z Kongresu, których Wykonawca będzie mógł użyć do produkcji filmu / spotu. Spot zostanie przygotowany w wersji polskiej z tłumaczeniem na język angielski w postaci napisów.

Na planszy końcowej musi być zamieszczone oznakowanie, wszystkimi niezbędnymi logotypami wskazującymi źródła finansowania. Logotypy zostaną udostępnione przez Zamawiającego, po podpisaniu Umowy.

Spot zostanie przygotowany w wersji polskiej oraz angielskiej z tłumaczeniem w postaci napisów.

Termin wykonania tr spotu - w ciągu 12 dni kalendarzowych od dnia zakończenia Kongresu tj. od 29 kwietnia 2021 r..

### **SZCZEGÓLNE WYMAGANIA DOTYCZĄCE MATERIAŁÓW FILMOWYCH/WIDEO**

1. Wymagane będzie zapewnienie zespołu gwarantującego profesjonalną realizację filmową, który ma doświadczenie w produkcjach filmowych o charakterze odpowiadającym swoim zakresem przedmiotowi zamówienia. Zespół powinien być wyposażony co najmniej w: kamery, statywy, lampy reporterskie, urządzenia stabilizujące ruch kamery, mikrofony oraz urządzenia rejestrujące dźwięk.

2. Materiały filmowe/wideo mają być nagrane w jakości Full HD, format 16:9, rozdzielczość 1920x1080. Wykonawca zobowiązany będzie do przeformatowania wersji finalnej do formatów niezbędnych do emisji w Internecie.

3. Wykonawca zobowiązany będzie do obróbki graficznej (np. dodanie logo, podpisów, planszy itd.) wszystkich wytworzonych materiałów filmowych/wideo.

4. Każdy materiał filmowy/wideo powinien zawierać krótkie i estetyczne intro oraz kończyć się (planszą końcową) wezwaniem do działania (C2A), np. zachęcenie do wejścia na stronę

internetową dedykowaną Kongresowi lub do obejrzenia innych materiałów wideo Zamawiającego.

5. Plansza końcowa musi zawierać oznakowanie przekazane przez Zamawiającego wraz ze wszystkimi niezbędnymi logotypami wskazującymi źródła finansowania, dostarczonymi przez Zamawiającego po podpisaniu Umowy.

6. Proces przygotowania każdego materiału wideo powinien zawierać co najmniej następujące elementy:

- ✓ Preprodukcja: dokumentacja, scenariusz spotu;
- ✓ Produkcja: reżyseria, operator obrazu, operator kamery, kierownik planu, dźwiękowiec, światło, kamery, dodatkowa technika zdjęciowa: dron, urządzenie stabilizujące ruch kamery;
- ✓ Postprodukcja: montaż, grafika, w tym podpisy, logotypy, plansze, korekcja barwna, udźwiękowanie, eksport finalnych plików.

7. Wykonawca w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia, powinien uwzględnić nagranie ujęć z lotu ptaka we wskazanych materiałach wideo przy użyciu specjalistycznego sprzętu typu dron. Wykonawca ponosi koszty uzyskania zezwoleń oraz pozwoleń związanych z realizacją ww. ujęć.

8. W czasie produkcji spotów / filmów Wykonawca uwzględni nagranie osób wskazanych przez Zamawiającego.

9. Zamawiający ma prawo zgłaszania zmian w spocie / filmie na każdym etapie realizacji materiału.

10. Wykonawca wprowadzi zmianę w terminie 2 dni roboczych od przesłania ich przez Zamawiającego.

11. Gotowy materiał musi posiadać podkład muzyczny zaakceptowany przez Zamawiającego (Wykonawca przedstawi propozycję min. 3 różnych linii melodycznych bez wokalu do akceptacji Zamawiającego do każdego z materiałów wideo).

## Uwagi

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do samodzielnego publikowania treści na stronie [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl) oraz w mediach społecznościowych bez wpływu na prowadzoną przez Wykonawcę kampanię promocyjną.

2. Wykonawca zobowiązany jest do stosowania przygotowanej przez Zamawiającego koncepcji wizualnej (logo, kolorystyka) Kongresu, którą Zamawiający przekaże w dniu podpisania umowy.

3. Wykonawca oznaczy wszystkie przygotowane materiały zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, tj. umieszczenie logotypu promocyjnego Województwa Lubelskiego, zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej „Lubelskie Smakuj Życie” oraz logotypów

zawierających elementy zgodne z wytycznymi stosowanymi do projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

4. Niezbędne materiały zostaną przekazane przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.