

ZAŁĄCZNIK NR 1

OPIS PRZEDMIOTU KONKURSU (OPK)

1. DEFINICJE ZAWARTE W DOKUMENCIE

EXPO – Wystawa Światowa EXPO 2020 trwająca od 1 października 2021 r. do 31 marca 2022 roku w Dubaju, Zjednoczone Emiraty Arabskie

OPK – Opis Przedmiotu Konkursu

PAIH – Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Tydzień Regionalny – uczestnictwo Zamawiającego w EXPO w terminie od 10 do 14 lutego 2022 roku

Wystawa – wystawa Województwa Podkarpackiego we wszystkich strefach Pawilonu Polski, udostępnionych Zamawiającemu, w trakcie Tygodnia Regionalnego;

Zamawiający – Województwo Podkarpackie.

2. INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1. Informacje o EXPO

EXPO to największa światowa wystawa organizowana cyklicznie, prezentująca dorobek kulturowy, naukowy i techniczny narodów świata. Pierwsza wystawa EXPO, zorganizowana przez Międzynarodowe Biuro Wystaw Światowych (franc. Bureau International des Expositions, dalej: BIE), została otwarta w 1851 roku w Londynie. BIE powstało w wyniku umowy międzynarodowej ratyfikowanej przez większość państw Ligi Narodów. Działa w oparciu o Konwencję Paryską z 1928 roku, która nadała ramy prawne Wystawom Światowym. To właśnie BIE przyznaje prawa do organizacji Wystaw i nadzoruje przygotowania do nich. Prawo głosu w BIE mają kraje członkowskie, po jednym głose każdy kraj. Od początku powołania BIE i organizacji wystaw EXPO, ich głównym celem miało być prezentowanie własnych osiągnięć naukowych oraz dzielenie się wiedzą i nowymi możliwościami techniki. Wystawy miały także stwarzać okazję do wspólnej debaty światowej dotyczącej prezentowanych technologii, materiałów i pomysłów. Począwszy od pierwszej wystawy w Londynie, każda kolejna miała swój temat przewodni odpowiadający najważniejszym, zdaniem organizatorów, bieżącym trendom światowym.

Mianem EXPO określa się dwa rodzaje wystaw. Co pięć lat organizowana jest wystawa światowa tzw. *World EXPO*, która trwa maksymalnie 6 miesięcy, nie ma ograniczeń w zakresie obszaru wystawy i jej tematyka jest ogólna. Najbliższe World EXPO odbędzie się w Dubaju, w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, a jego tematem przewodnim będzie „Connecting Minds, Creating the Future” wraz z podtematami: *Opportunity, Mobility, Sustainability*. Drugim rodzajem są wystawy tematyczne, czyli tzw. *International EXPO*, organizowane pomiędzy wystawami światowymi.

Tereny Wystawowe EXPO będą otwarte dla zwiedzających siedem dni w tygodniu, Pawilon Polski będzie otwarty dla zwiedzających siedem dni w tygodniu, od godziny 09:00 do 22:00 w dni powszednie i od 10:00 do 22:00 w weekendy i dni specjalne.

Według szacunków organizatorów Expo zwiedzi 20 milionów osób, a wśród nich około 6–8 milionów cudzoziemców.

Informacje na temat EXPO znajdują się na oficjalnej stronie internetowej Organizatora EXPO <https://www.expo2020dubai.com/>

2.2. Informacje o Zamawiającym w kontekście EXPO

2.2.1. główne cele

- ✓ prezentacja atrakcyjności inwestycyjnej województwa podkarpackiego i jego potencjału gospodarczego, promocja firm z województwa i ich internacjonalizacja;
- ✓ promocja województwa poprzez budowanie jego wizerunku jako miejsca atrakcyjnego do życia i podejmowania pracy oraz pod względem gospodarczym, turystycznym i kulturowym, co w efekcie przyczyni się do wzrostu rozpoznawalności regionu na świecie, a także wzrost zainteresowania turystycznego i zawodowego;
- ✓ wzmocnienie wizerunku Województwa Podkarpackiego i rozpoznawalności marki Podkarpacia wśród zwiedzających EXPO 2020 poprzez prezentację indywidualnego programu promocji regionu;
- ✓ promocja województwa podkarpackiego, w tym potencjału gospodarczego, turystycznego i kulturalnego zgodnie ze strategią rozwoju regionu.

2.2.2. główne korzyści

- ✓ większe zainteresowanie inwestorów regionem;
- ✓ wzrost rozpoznawalności regionu na świecie;
- ✓ wzrost zainteresowania turystycznego regionem;
- ✓ nawiązanie nowych kontaktów pomiędzy firmami lokalnymi a arabskimi.

3. OBOWIĄZKI WYKONAWCY

Zgodnie z powyższym Wykonawca zobowiązuje się do:

- a) opracowania koncepcji promocji regionu z uwzględnieniem Programu udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju oraz regulacjami Organizatora EXPO 2020. Program promocji regionu powinien wpisywać się w ogólne założenia tematyczne udziału Polski w EXPO 2020, tj. promować region w zakresie tematów zrównoważonego rozwoju oraz mobilności i prezentować kompleksową ofertę potencjału gospodarczego, turystycznego i kulturalnego regionu;
- b) ścisłej współpracy z Zamawiającym i wskazanymi przez niego podmiotami w formie kontaktów osobistych, on-line, telefonicznych oraz e-mailowych, celem przygotowania koncepcji;
- c) współpracy m.in. z Zespołem ds. EXPO w PAIH w Warszawie, organizatorem Polskiej Wystawy na EXPO, z Zagranicznym Biurem Handlowym w Dubaju, Ambasadą RP w Abu Zabi oraz z innymi podmiotami, z którymi współpraca ta może być istotna dla poprawnego przygotowania koncepcji;
- d) działań z dochowaniem należytej staranności, zgodnie z obowiązującym stanem prawnym;
- e) przygotowania koncepcji Wystawy z uwzględnieniem reżimów sanitarnych, m.in. poprzez tworzenie rozwiązań bezdotykowych;
- f) przeprowadzenia analizy potencjału gospodarczego, kulturalnego, turystycznego, rozrywkowego, sportowego, rekreacyjnego itp. województwa podkarpackiego pod kątem przygotowania koncepcji programowej uczestnictwa w EXPO;
- g) zapoznania się z opisami przestrzeni wystawienniczej oraz dokumentami dotyczącymi Pawilonu Polski i uczestnictwa Zamawiającego w EXPO;
- h) dostosowania zaplanowanych ekspozycji do nowych wymogów sanitarnych, w szczególności w zakresie zminimalizowania elementów opartych o interakcje dotykowe oraz stworzenia warunków do zachowania dystansu społecznego;
- i) współpracy z Województwem Podkarpackim i PAIH w ramach opracowania koncepcji działań komunikacyjnych regionu zgodnej z przyjętym przez PAIH Programem komunikacji Expo Dubaj 2020;
- j) zaplanowania materiałów promocyjnych z uwzględnieniem Systemu Identyfikacji Wizualnej obecności Polski na EXPO 2020 oraz regulacjami organizatora.
- k) stosowania wzoru logo lub innych materiałów brandingowych Województwa wraz z zasadami ich stosowania w ramach działań komunikacyjnych;

- l) zaplanowania zespołu osób odpowiedzialnych za prawidłowy przebieg realizacji Programu promocji regionu w Pawilonie Polski oraz poza nim (w przypadku, gdy wynika z koncepcji);
- m) uwzględnienia promocji działań udziału Polski w EXPO 2020 w programie komunikacji Województwa.

4. ELEMENTY PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I KONCEPCJA OGÓLNA WYSTAWY

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie autorskiej koncepcji promocji Województwa Podkarpackiego podczas Wystawy Światowej EXPO 2020 w Dubaju, w skład której wchodzi:

- 1) koncepcja Wystawy;
- 2) koncepcja kampanii informacyjno-promocyjnej;
- 3) harmonogram wszystkich działań ujętych w kompleksowej organizacji uczestnictwa Województwa Podkarpackiego w Expo 2020

Efektem niniejszego zamówienia powinna być projekt wyrazistej i spójnej Wystawy podczas Tygodnia Regionalnego, prezentującej atrakcyjność Województwa Podkarpackiego. Zadaniem Wykonawcy będzie stworzenie projektu nowoczesnej, prestiżowej, wyróżniającej się Wystawy, która musi charakteryzować się przestronnym układem, zapewniającym nie tylko walory ekspozycyjne, lecz również wygodę i bezpieczeństwo użytkowania. Wygląd Wystawy musi być spójny z wytycznymi Zamawiającego dotyczącymi projektu, zabudowy oraz wyposażenia zawartymi w niniejszym OPK.

Wykonawca w swej koncepcji winien przedstawić atrakcyjność województwa podkarpackiego przez podkreślenie i wykorzystanie w swej koncepcji następujących elementów:

- 1) inspiracja naturą:
 - różnorodne podkarpackie krajobrazy (Bieszczady, Roztocze, Beskid Niski),
 - natura/kultura zobrazowana w interpretacjach rodzinnych ilustratorów/malarzy,
 - natura zobrazowana roślinnością Podkarpacia,
 - całość koncepcji oparta o naturę, w tym m.in.: muzyka, odgłosy natury (szum wody, śpiew ptaków, zapachy, itp.)
- 2) kreatywność:
 - bogactwo podkarpackich zasobów naturalnych: uzdrowiska/spa, oferta zdrowotna (borowina, wody mineralne),
 - między/wielokulturowość regionu, np. haft lasowiacki,

- bogactwo ropy naftowej oraz postać Ignacego Łukasiewicza będące początkiem podkarpackiej gospodarki połączone z inteligentnymi specjalizacjami Województwa Podkarpackiego (lotnictwo, kosmonautyka, motoryzacja, IT, jakość życia),
- 3) polski „the best of” z obszaru podkarpackiej gospodarki/technologia/gospodarka:
- ambasadorzy podkarpackich firm z obszarów inteligentnych specjalizacji wykorzystanych w prezentacji promocji Województwa Podkarpackiego,
 - edukacja/nauka prezentująca potencjał regionu Podkarpacia np. uczelnie – promocja Podkarpacia jako dostawcy wysokiej jakości usług edukacyjnych; stowarzyszenia/fundacje będące przejawem kreatywności i pomysłowości podkarpackich naukowców, np. warsztaty dla odwiedzających związane z poznawaniem świata nauki,
 - produkty regionalne i przedsiębiorcy działający i żyjący w zgodzie z naturą i ekologią,
 - Muzeum Przemysłu Naftowego i Gazowniczego w Bóbrce, Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku jako kolebka wydobywania ropy naftowej i początek rewolucji gospodarczej Podkarpacia w oparciu o zasoby naturalne regionu,
 - Całość koncepcji oparta o kreatywność, waleczność, wytrwałość w dążeniu do celu.

Główna idea winna skupić się na wykorzystaniu przede wszystkim tradycji, wyjątkowości i zróżnicowaniu województwa podkarpackiego, jego bogactwa w wielu aspektach, nawiązując tym samym do unikatowości i specyfiki regionu jako kolebki wydobywania ropy naftowej. Motyw przewodni wystawy i tygodnia podkarpackiego podczas Expo Dubaj – unikatowość regionu jako kolebki przemysłu naftowego. Motywem przewodnim wystawy będzie postać wynalazcy Ignacego Łukasiewicza. Podkarpackie to miejsce, w którym zaczęła się światowa rewolucja gospodarcza - rewolucja naftowa, czyli miejsce narodzin budzącego ambicje i marzenia przemysłu naftowego. Obecnie przemysł naftowy napędza cały świat, dzięki czemu odległości i czas dotarcia w każde miejsce na świecie znacząco się skrócił - staliśmy się "globalną wioską".

Atrakcyjna narracja o początkach wydobywania ropy naftowej. Podkreślenia wymaga fakt, że początki przemysłu naftowego miały miejsce na Podkarpaciu i tutaj też działa najstarsza kopalnia ropy naftowej na świecie. Zjednoczone Emiraty Arabskie to kraj w którym wydobywanie ropy naftowej jest datowane na przełom lat 50. i 60. XX. W Polsce pierwsze kopalnie „czarnego złota” powstawały w XIX w., w Bóbrce w 1854 r. Ropa jest bowiem podstawą gospodarki Dubaju.

Tydzień Regionalny Województwa Podkarpackiego to okres od 10-14 marca 2022 r. , które mają przedstawić niepowtarzalność województwa podkarpackiego. Wystawa ogólna w

Pawilonie Polski zawierać będzie rozwiązania multimedialne, nowoczesne, oparte na interaktywnych rozwiązaniach (typu interaktywne lustra) itp., a na tym tle Zamawiający oczekuje podkreślenia unikalności i tradycyjności poprzez zastosowanie innych, tradycyjnych form i rozwiązań.

Zamawiający preferuje wykorzystanie w koncepcji pomysły podkarpackiego design'u, usługi / produkty podkarpackich firm, podkarpackich innowacyjnych twórców itp. Koncepcję aranżacji powierzchni wystawienniczej powinna cechować dynamiczność i nowoczesność.

Projekt koncepcji Wystawy powinien być w pełni autorski i dopasowany do warunków technicznych oraz organizacyjnych powierzchni dostępnej dla Zamawiającego, w tym w szczególności powinien odpowiadać zasadom i wytycznym określonym przez Organizatora EXPO. Wykonawca ma obowiązek zapoznać się z zasadami oraz wytycznymi organizatora targów w trakcie realizacji Przedmiotu Zamówienia.

Wystawa powinna być przestronna, dobrze oświetlona, wyposażona w odpowiedni sprzęt techniczny oraz meble/sprzęt nawiązujące swoim wystrojem do tematyki wystawy. Ponadto ma wykorzystywać nowoczesne rozwiązania architektoniczne oraz multimedialne, a także mieć zapewniony łatwy dostęp dla potencjalnych gości.

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie ekspozycji/jej elementów na późniejsze swoje potrzeby. Przygotowana ekspozycja w takim przypadku przejdzie na własność Zamawiającego po powrocie do kraju.

4.1.1. zakres tematyczny Wystawy

Koncepcja powinna składać się ze szczegółowego opisu oraz wizualizacji przestrzeni zarezerwowanych w Pawilonie Polski dla województwa podkarpackiego. Koncepcja powinna zawierać opis rozwiązań technologicznych, materiałów, sprzętu i wyposażenia wykorzystanego w promocji regionu. Opis powinien zawierać uzasadnienie propozycji wyboru rozwiązań, sprzętu, wyposażenia i działań eventowych mających uatrakcyjnić i przyciągnąć uwagę zwiedzających.

Motyw kreatywności (Connecting Minds, Creating the Future) jest przewodnim motywem Expo Dubaj, dlatego też jest wymagany w koncepcji promocji województwa. Motyw kreatywności uzupełniony powinien być motywem natury (podkarpackie jest jednym z najbardziej zalesionych regionów w Polsce) na zasadzie kontrastu z arabską pustynią. Koncepcja powinna nawiązywać do regionalnych sukcesów gospodarczych, kulturalnych i atrakcji turystycznych. Koncepcja powinna zawierać propozycję warsztatów, animacji i wydarzeń towarzyszących dla dzieci.

Forma promocji powinna zawierać takie rozwiązania technologiczne jak rozszerzona rzeczywistość, hologramy i inne przykuwające uwagę nowoczesne formy i interaktywne rozwiązania.

Zakres tematyczny Wystawy powinien zawierać:

- 1) temat przewodni Województwa Podkarpackiego: **Podkarpacki wynalazca Ignacy Łukasiewicz;**
- 2) przewodnik po Wystawie Województwa Podkarpackiego: **Ignacy Łukasiewicz;**
- 3) własną interpretację hasła przewodniego Pawilonu Polski: „Polska. Kreatywność inspirowana naturą” wraz z jego podtematami: *Góry, Kosmos, Przekraczanie granic, Puszcza, Kultura cyfrowa, Przemiany*. Wykonawca winien przedstawić województwo podkarpackie w świetle któregoś z powyższych zakresów w sposób najbardziej atrakcyjny i odpowiadający rzeczywistości;
- 4) przedstawienie potencjału Województwa Podkarpackiego jako struktury powiązań przemysłu, dziedzictwa kulturowego i potencjału turystycznego, spójnie ze sobą połączonych;
- 5) przestrzenną instalację/aranżację nawiązującą do dynamicznych zmian zachodzących w województwie podkarpackim w kierunku zielonej transformacji;
- 6) projekt koncepcji Wystawy czasowej powinien uwzględniać szerokiego odbiorcę tj. zainteresowanego ofertą inwestycyjną, ze szczególnym uwzględnieniem branż regionalnych, ofertą turystyczną czy ofertą kulturalną itp.;
- 7) projekt koncepcji Wystawy czasowej winien być zgodny z celami i tematyką EXPO, biorąc pod uwagę strukturę uczestników tj. zwiedzających EXPO.

4.1.2. wymagane elementy

- 1) Projekt powinien uwzględniać oznaczenie graficzne regionu w przestrzeni Wystawy (na mapie Polski i Europy), herbu/logo Województwa Podkarpackiego wraz z odniesieniem słownym i/lub z wykorzystaniem motywu natury/ropy naftowej/lampy Ignacego Łukasiewicza, oznaczeń projektu wraz z informacją o jego finansowaniu ze środków unijnych oraz innych oznaczeń/logotypów przekazanych przez Zamawiającego.
- 2) Projekt koncepcji wystawy musi obejmować stworzenie jednej spójnej komunikacji. *Key visual* wystawy powinien nawiązywać do potencjału gospodarczego, inwestycyjnego, potencjału ludzkiego, naukowego, czasu wolnego (kultura, turystyka, sport, zabytki, muzyka) województwa podkarpackiego.
- 3) Ekspozycja ma mieć charakter otwarty.
- 4) W koncepcji Wystawy należy opisać ścieżkę zwiedzania wystawy regionalnej.

- 5) Przygotowanie opisów ekspozycji oraz eksponatów w dwóch językach (angielskim oraz arabskim).
- 6) Wymaga się uwzględnienie naturalnej roślinności jako dopełnienie aranżacji wystawy.
- 7) Zaplanowanie/zaprojektowanie stroju dla hostess/obsługi technicznej obsługujących Wystawę Województwa Podkarpackiego. Strój powinien być schludny i czysty, zgodny z zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy, charakterem dopasowany do rodzaju wykonywanej pracy, charakteru wydarzenia, specyfiki kraju, w jakim się ono odbywa oraz linii promocyjnej przyjętej w całym projekcie. **Stroje powinny zawierać min. 1 element z haftu lasowiackiego** (np. ozdobiony haftem pas).

4.1.3. przestrzenie / strefy wystawiennicze

Poprzez Wystawę Zamawiający rozumie następujące strefy do zagospodarowania:

- a) strefa wystaw czasowych nr IV, pn.: „Poland. Land of plenty” - 117,65 m² (zlokalizowana na poziomie II),
- b) strefa sceny zewnętrznej – 106,96 m², (zlokalizowana na poziomie 0),
- c) strefa dzieci – 115,22 m², (zlokalizowana na poziomie 0) wraz z dostępnym placem zabaw,
- d) strefa gastronomiczna (zlokalizowana na poziomie 0),
- e) sala konferencyjna – 79,74 m², (zlokalizowana na poziomie III).

Wykonawca winien opracować harmonogram wszelkich działań w powyższych strefach dla Zamawiającego, uwzględniając program PAIH tak, aby wydarzenia odbywały się w odrębnym czasie (na przykład przy użyciu wykresu Gantta).

Strefa wystaw czasowych to centralne miejsce, gdzie na stosunkowo ograniczonej powierzchni należy pokazać potencjał, innowacyjność oraz różnorodne atrybuty województwa podkarpackiego. Scenografia powinna być integralna z pozostałą architekturą pawilonu i powielać lub podkreślać przestrzenie w sposób podobny i adekwatny. Wykonawca proponuje Zamawiającemu podział strefy wystaw czasowych na podstrefy wraz z jej zagospodarowaniem.

Strefa sceny zewnętrznej musi być dostosowana do warunków klimatycznych panujących w Dubaju i winna być wykorzystana jako miejsce do relaksu i wypoczynku, poprzez np. zastosowanie w aranżacji stosownego oświetlenia czy roślinności lub miejsce organizacji programu artystycznego jako mocnego akcentu przyciągającego odwiedzających – wykorzystanie sceny zewnętrznej zostanie zaproponowane przez Wykonawcę.

Strefa dzieci – przewiduje się, że strefa ta stanowić będzie ważną lokalizację w przestrzeni Pawilonu Polski, przewiduje się bowiem udział dużego odsetka rodzin z dziećmi jako uczestników EXPO. Program animacyjny dla dzieci/młodzieży w tej strefie powinien zawierać różnorodne aktywności o różnym stopniu trudności w zależności od wieku, nie mniej niż 6 propozycji. Strefa ta wyposażona będzie w miejsce wyznaczone do przeprowadzenia animacji / zabaw, mogące pomieścić ok. 15 osób (dzieci, opiekunów), przez cały termin obecności regionu, z uwzględnieniem grafiku codziennych warsztatów (6 x 45 min).

Strefa gastronomiczna (przy strefie sceny zewnętrznej) – zaaranżowanie tej strefy wymaga opracowania propozycji gotowych produktów spożywczych (niezawierających wieprzowiny) do dystrybucji dla szerokiego grona odbiorców, jako regionalnego produktu, z uwzględnieniem wszelkich certyfikatów.

Strefa konferencyjna – zadanie w tej strefie obejmuje zaplanowanie konferencji gospodarczej/naukowej, której celem jest zaprezentowanie biznesowej działalności regionu, jego różnorodności, złożoności i bogactwa. Zgodnie z przyjętą linią promocji, region, podobnie jak przemysł ropy naftowej, jest strukturą / siecią powiązanych i różnorodnych elementów, tworzących wyjątkową i harmonijną całość. Zamawiający dopuszcza użycie łącza wideokonferencyjnego.

5. DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PROGRAMEM KOMUNIKACJI WOJEWÓDZTWA I KAMPANIĄ MEDIALNĄ

a) Ogólne cele ogólnopolskiej medialnej kampanii informacyjno-promocyjnej:

Podstawowym celem kampanii jest zbudowanie świadomości że województwo jest atrakcyjnym miejscem dla biznesu i innowacji i przekonania o celowości promocji województwa podczas Expo Dubaj. Świadomość ta powinna być budowana na filarach regionu, czyli inteligentnych specjalizacjach – jakość życia, informatyka, lotnictwo, motoryzacja i jego tradycji związanej z rynkiem ropy. Kampania powinna zainteresować odbiorców do poszerzenia wiedzy o regionie i prowadzić do jego zwiedzania. Tematem przewodnim pozostaje postać Ignacego Łukasiewicza.

b) Szczegółowe cele kampanii informacyjno-promocyjnej:

- unikatowość regionu jako kolebki przemysłu naftowego,
- budowanie wizerunku regionu jako innowacyjnego z bogatą historią związaną z początkami wydobywania ropy naftowej oraz ukazanie postaci Ignacego Łukasiewicza i jego promocji w regionie (rok Łukasiewicza, Centrum Nauki Łukasiewicz, Muzeum w Bóbrce).

c) **Hasło i logotyp kampanii informacyjno-promocyjnej:**

Zadaniem wykonawcy będzie zaproponowanie logotypu kampanii odnoszącego się do znaku marki województwa podkarpackiego w nawiązaniu do przemysłu naftowego i postaci Ignacego Łukasiewicza. Hasło kampanii może być nawiązane do hasła przewodniego Expo Dubaj oraz postaci Łukasiewicza jako wizjonera, przedsiębiorcy i wynalazcy.

d) **Grupa docelowa kampanii informacyjno-promocyjnej:** przedsiębiorcy, turyści.

e) **Czas trwania kampanii:** listopad 2021 – maj 2022 r.

f) **Kreacja kampanii:** na etapie składania pracy konkursowej Wykonawca zobowiązany jest do złożenia opracowanych **koncepcji strategicznej i koncepcji kreatywnej kampanii**, które będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań:

❖ **koncepcja strategiczna musi składać się z następujących elementów:**

- opisu głównych założeń kampanii,
- opisu, w jaki sposób kampania będzie realizowała cele wyszczególnione w dokumentacji,
- opisu, w jaki sposób kampania będzie dopasowana do wskazanych grup docelowych,
- media planu, zawierającego m.in. informacje na temat: wszystkich narzędzi wykorzystanych na potrzeby kampanii ze wskazaniem wybranych wszystkich mediów zaproponowanych przez Wykonawcę,
- harmonogramów emisji dla poszczególnych narzędzi dla całej kampanii, w tym daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi.

❖ **koncepcja kreatywna musi składać się z następujących elementów:**

- opisowej oraz graficznej prezentacji głównej idei kampanii, uwzględniającej pomysł kreatywny oraz uzasadnienie, w jaki sposób odnosi się on do wskazanych grup docelowych, w jaki sposób będzie realizował cele kampanii i przekazywał przesłanie kampanii, czy i jak różni się od innych kampanii informacyjno – promocyjnych, czy i jak kampania będzie rozpoznawalna. Wykonawca w ramach kreacji opíše na czym polegał będzie pomysł kreatywny, w jaki sposób będzie on realizował cele kampanii i przekazywał przesłanie, czy kampania będzie łatwo rozpoznawalna i w prosty sposób docierała do odbiorcy'
- spójnego *Key Visual* dla wszystkich elementów kampanii składającego się z elementu graficznego, który będzie wspólnym elementem łączącym i identyfikującym wszystkie działania w ramach kampanii; hasła / sloganu kampanii oraz logotypu kampanii oraz koncepcji materiałów opartych na *key visualu*, które powstaną w ramach kampanii zgodnie z propozycją przedstawioną przez Wykonawcę, w tym np. scenariusz spotu/filmu

promocyjnego, propozycji postów na media społecznościowe, projektów reklamy internetowej itp., zgodnie z zaproponowaną koncepcją kampanii informacyjno-promocyjnej,

- koncepcja kreatywna zawierać musi między innymi: hasło przewodnie kampanii, projekty graficzne wszystkich materiałów użytych w kampanii, a także uzasadnienie pomysłu kreatywnego,
- kreacja kampanii powinna charakteryzować się zrozumiałością przekazu, empatią, kreatywnością, oryginalnością strategii działań kampanii, dopasowaniem działań i narzędzi do wskazanych grup docelowych.

6. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

Wykonawca zobligowany jest przygotować Harmonogram zawierający ramowy podział wszystkich zadań. Winien być przedstawiony w formie wykresu Gantta, i zawierać min.:

- terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych etapów zamówienia;
- terminy rozpoczęcia i zakończenia działań w każdym z tych etapów;
- ich ewentualne wzajemne zależności;
- część opisową, zawierającą istotne zdaniem Wykonawcy objaśnienia dotyczące harmonogramu.

7. LOGISTYKA

Wykonawca na etapie tworzenia koncepcji promocji nie jest zobligowany do przedstawienia działań z zakresu logistyki. Niemniej jednak musi uwzględnić wszystkie działania, w tym logistyczne przedstawione w Opisie przedmiotu usługi, która ma być realizowana w postępowaniu prowadzonym w trybie zamówienia z wolnej ręki, załącznik nr 4 do Regulaminu konkursu.

8. ZESTAW DOKUMENTÓW DLA WYKONAWCY

Wykonawca winien przygotować przedmiot zamówienia w oparciu o aktualne, najnowsze dostępne opracowania i dokumenty. Ze względu na wagę oraz rodzaj zamówienia, Wykonawca zobowiązany jest uwzględniać również informacje i dokumenty na poziomie regionalnym i krajowym, służące realizacji Zamówienia, a także najbardziej aktualne zasady, założenia i wytyczne organizatora EXPO i PAIH, a także wszelkie inne, mogące mieć znaczenie dla realizacji zamówienia.

Zamawiający informuje, iż na jego stronach internetowych dostępne są dokumenty i opracowania o charakterze strategicznym dla rozwoju województwa, które Wykonawca może wziąć pod uwagę przy opracowywaniu przedmiotu zamówienia.