|  |
| --- |
| Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia **Świadczenie usług doradczych** w zakresie planowanych w 2021 r. działań informacyjno - promocyjnych dotyczących projektu*"Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki - Brand"*poddziałanie 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (PO IR). |
|  |
|

|  |
| --- |
| Opis: logo_FE_Inteligentny_Rozwoj_rgb-1 Opis: znak_barw_rp_poziom_szara_ramka_rgb   |

 |
|  |

|  |
| --- |
|   |

Spis treści

[**I.** **Cel zamówienia** 3](#_Toc45115858)

[**II.** **Istotne informacje o projekcie** 3](#_Toc45115859)

[**III.** **Przedmiot Zamówienia** 4](#_Toc45115860)

[**IV.** **Dodatkowe informacje dla Wykonawcy** 5](#_Toc45115861)

[**V.** **Cele i założenia kampanii informacyjno-promocyjnej - wprowadzenie** 5](#_Toc45115862)

[**VI.** **Rozliczenie z Wykonawcą** 6](#_Toc45115863)

[**VII.** **Harmonogram realizacji zamówienia** 6](#_Toc45115864)

1. **Cel zamówienia**

W związku z planowaną kampanią informacyjno-promocyjną projektu pn. "Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki - Brand", Poddziałanie 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (PO IR) niezbędne jest skorzystanie z usług niezależnego eksperta z dziedziny doradztwa w zakresie szeroko rozumianego marketingu i public relations oraz planowania kampanii medialnych, aby przygotować i przeprowadzić profesjonalną kampanię informacyjno-promocyjną dla projektu.

1. **Istotne informacje o projekcie**

Celem projektu pn. "Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki - Brand", Poddziałanie 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (PO IR) jest upowszechnianie przekazu o wysokiej jakości polskich marek produktowych oraz prowadzenie działań przyczyniających się do umacniania pozytywnego wizerunku Polski i polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych. Na podstawie przeprowadzonych analiz, zostało wybranych 12 branż posiadających potencjał zarówno eksportowy, jak i wizerunkowy do budowania silnej i rozpoznawalnej Marki Polskiej Gospodarki.

Polskie branże priorytetowe to:

1. branża sprzętu medycznego
2. branża maszyn i urządzeń
3. branża kosmetyczna
4. branża tzw. Moda Polska obejmująca  sektor odzieżowy, obuwniczy, galanteryjny oraz jubilerski
5. branża IT/ICT
6. branża meblarska
7. branża biotechnologii i farmaceutyków
8. branża usług prozdrowotnych
9. branża polskich specjalności żywnościowych
10. branża budowy i wykańczania budowli
11. branża jachtów i łodzi rekreacyjnych
12. branża części samochodowych i lotniczych

Działania przewidziane do realizacji w poszczególnych programach promocji oraz przedsięwzięciach promocyjnych mają na celu zwiększenie świadomości zagranicznych środowisk biznesowych nt. potencjału polskiej gospodarki, jak również będą one stanowiły zachętę do zwiększenia liczby przedsiębiorców prowadzących działalność eksportową. Udział w programach promocji umożliwi przedsiębiorcom ekspansję na nowe perspektywiczne rynki pozaunijne, których ze względu na istniejące ryzyko oraz koszty przedsiębiorcy nie wybierali w swoich strategiach rozwoju. Dzięki programom promocji mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa posiadające innowacyjny produkt lub usługę będą mogły ubiegać się o środki z Funduszy Europejskich z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój na działania proeksportowe.

1. **Przedmiot Zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usług doradczych w zakresie planowanych do przeprowadzenia 2021 r. działań informacyjno-promocyjnych dotyczących projektu "Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki - Brand", Poddziałanie 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (PO IR).

Usługa polega na następujących działaniach:

**1 ETAP**

**Opracowanie zawartości merytorycznej Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia (SOPZ),** w tym w szczególności:

1. przygotowanie założeń do kampanii (przygotowanie wytycznych do planowania kampanii w poszczególnych mediach itp.), planowane działania muszą być zgodne z wytycznymi, określonymi w [*Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/media/47842/Podrecznik_wnioskodawcy_i_beneficjenta_210717.pdf), więcej informacji: [*https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-1/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-wersja-aktualna-od-1-stycznia-2018-roku/*](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-1/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-wersja-aktualna-od-1-stycznia-2018-roku/)
2. dobór kanałów przekazu i komunikatów do poszczególnych grup docelowych,
3. przygotowanie harmonogramu kampanii (podział budżetu na media i okresy kampanii) tak, aby przyniosła ona jak największe efekty,
4. przygotowanie propozycji warunków dotyczących doświadczenia Wykonawcy w realizacji podobnych projektów oraz listy wymagań dotyczących kwalifikacji i doświadczenia zespołu Wykonawcy,
5. określenie wskaźników efektywności i sposobu pomiaru efektywności, które należy założyć w realizowanej kampanii,
6. przygotowanie kryteriów oceny ofert Wykonawców oraz wag dla poszczególnych kryteriów,
7. opracowanie niezbędnych wzorów dokumentów związanych z przygotowaniem i wyborem oferty (m.in. wzór oferty cenowej, wzór harmonogramu realizacji kampanii, wzór sprawozdania z przeprowadzonych działań kampanii, wzór raportu końcowego potwierdzającego realizację poszczególnych zadań kampanii, wzory kart do oceny itp.),
8. przygotowanie propozycji szczegółowych warunków realizacji umowy, określenie dopuszczalnych zmian w trakcie realizacji umowy (istotne postanowienia umowy).

**2 ETAP**

**Udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na wybór wykonawcy na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej w zakresie doradztwa i konsultacji, w tym:**

1. przygotowywanie propozycji odpowiedzi na merytoryczne zapytania Wykonawców do SOPZ,
2. analiza ofert złożonych przez Wykonawców pod kątem celowości, efektywności, mierzalności proponowanych działań/narzędzi/wskaźników, w tym ocena propozycji kreacji,
3. pomoc przy ocenie merytorycznej ofert Wykonawców,
4. stworzenie raportu dotyczącego oceny ofert,
5. udział w komisji przetargowej w charakterze biegłego,
6. w razie konieczności – doradztwo przy rozprawie w Krajowej Izbie Odwoławczej.

**3 ETAP**

**Udział w realizacji umowy:**

1. wsparcie Zamawiającego w ocenie materiałów graficznych i tekstowych (filmy, treści reklam graficznych, głosowych etc.) przygotowywanych przez Wykonawcę kampanii,
2. wsparcie przy monitoringu w ciągu całego okresu realizowanej kampanii promocyjnej i udział w odbiorze jej wykonania, w szczególności:

 - bieżąca ocena pracy wykonawcy (cykle dwutygodniowe),

 - monitorowanie parametrów kampanii w oparciu o przekazywane przez Wykonawcę raporty z realizacji zadań,

 - przygotowywanie raportów i wniosków dotyczących prawidłowości przeprowadzenia kampanii oraz stopnia osiągnięcia zaplanowanych parametrów.

c) przygotowanie rekomendacji dla Zamawiającego odnośnie działań, które należałoby podjąć w celu zapewnienia jak najwyższej efektywności działań informacyjno-promocyjnych.

1. **Dodatkowe informacje dla Wykonawcy**
2. Wykonawca zobowiązuje się do pozostania z Zamawiającym w stałym kontakcie i do informowania go na bieżąco o stanie realizacji przedmiotu zamówienia.
3. Wykonawca zobowiązuje się wykonywać usługi określone powyżej w następujący sposób:
* telefonicznie;
* drogą elektroniczną, tj. poprzez e-mail;
* osobiście w siedzibie Zamawiającego (w zależności od potrzeb, jednak Zamawiający wymaga , aby Wykonawca był obecny na cyklicznych spotkaniach podsumowujących działania realizowane przez Wykonawcę kampanii informacyjno-promocyjnej projektu).

3. Wykonawca ponosi we własnym zakresie koszty podróży, noclegu i utrzymania eksperta w trakcie wykonywania wszystkich usług doradczych w trakcie spotkań poza jego miejscem zamieszkania.

4. Zamawiający oczekuje od Wykonawcy na całym etapie realizowania Zamówienia, należytej staranności, wysokiej jakości świadczonych usług oraz profesjonalnego podejścia do jego wykonywania.

5. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wymogi dotyczące informacji i promocji projektów współfinansowanych z funduszy europejskich. Wszelkie materiały powstałe w trakcie realizacji zamówienia, w tym opinie oraz opracowania, powinny być oznakowane zgodnie z systemem identyfikacji wizualnej projektów finansowanych z funduszy europejskich (Program Operacyjny Inteligentny Rozwój).

1. **Cele i założenia kampanii informacyjno-promocyjnej - wprowadzenie**
2. Cel kampanii

Celem kampanii jest promocja polskich marek produktowych oraz wzmocnienie wizerunku naszego kraju i polskiej gospodarki na arenie międzynarodowej. Planowane działania w ramach poszczególnych programów będą z jednej strony wykorzystywały potencjał promowanej branży, a z drugiej, umacniały komunikat o innowacyjności polskiej gospodarki wykorzystując logo Marki Polskiej Gospodarki.

1. Środki przekazu

Kampania ma być przeprowadzona z wykorzystaniem różnych środków masowego przekazu m.in. prasy, radia, telewizji, Internetu, w tym mediów społecznościowych oraz form komunikacji dobranych pod kątem grupy docelowej.

1. Grupa docelowa

Grupy docelowe kampanii to przedsiębiorcy, instytucje otoczenia biznesu, innowacyjne firmy związane z nową technologią, potencjalni zagraniczni inwestorzy, a także na indywidualne osoby. Zamawiający dopuszcza zdefiniowanie przez Wykonawcę, w porozumieniu z Zamawiającym, innych grup docelowych jeśli przyczyni się to do osiągnięcia celów kampanii.

1. Finansowanie zamówienia

Kwota przeznaczona na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej: około 1 000 000,00 PLN (jeden milion złotych). Zakup usługi jest współfinansowany ze środków UE w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020. Oś Priorytetowa : Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach, Działanie 3.3 Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw, Poddziałanie 3.3.2 ,,Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki - Brand”.

1. **Rozliczenie z Wykonawcą**

Zapłata za wykonanie usługi odbywać się będzie w trzech transzach po wykonaniu każdego z etapów realizacji zamówienia. Podstawą do wystawienia faktury jest zatwierdzony przez Zamawiającego w terminie do 14 dni kalendarzowych „Protokół potwierdzenia wykonania usługi”, sporządzony według wzoru opracowanego przez Zamawiającego. Wynagrodzenie zostanie wypłacone Wykonawcy w transzach po wykonaniu i odebraniu przez Zamawiającego danego etapu prac.

1. **Harmonogram realizacji zamówienia**

Termin realizacji zamówienia: do 15.12.2021

W tym:

Etap I: 30 dni od dnia podpisania umowy

Etap II: do zakończenia procedury wyboru wykonawcy na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej

Etap III: do 15.12.2021