

Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe przygotowanie i realizacja akcji promocyjnej pn. „II Turystyczne Mistrzostwa Blogerów” oraz towarzyszących im usług dodatkowych zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.

CEL DZIAŁAŃ

Jedyną tego typu akcją w Polsce promującą turystykę krajową, w tym w szczególności polskie regiony, mającą na celu wykorzystanie aktywności blogerskiej wraz z elementami promocji poprzez kanały social media i grywalizację.

Podstawowym elementem Akcji jest zaangażowanie popularnych blogerów podróżniczych, lifestylewych, sportowych i kulinarnych do rywalizacji w zakresie stworzenia materiałów promujących województwa pod kątem turystycznym. Partnerami projektu są regionalne organizacje turystyczne. W turnieju bierze udział 16 influencerów i regionów – każdy twórca reprezentuje jeden region.

Tworzone przez blogerów materiały promujące regiony mają zainspirować indywidualnych turystów, organizujących samodzielnie swój wypoczynek w Polsce i osoby korzystające z mediów społecznościowych, czerpiące inspiracje podróżnicze z Internetu.

Motywacją blogerów do udziału w akcji powinna być atrakcyjność udziału w takiej przygodzie, możliwość pozyskania interesujących treści na blogi, zwiększenia zasięgów blogów, promocja własnego bloga w działaniach promocyjnych POT przy okazji oraz obecność w publikacji drukowanej. Nagroda pieniężna powinna stanowić miłą motywację, ale nie cel sam w sobie.

Dzięki Akcji powstaną nowe materiały promocyjne, które zwiększą zainteresowanie podróżami po Polsce wśród internautów.

Wykonawca gwarantuje, że całość jego zadań koordynatorskich i animujących Akcję w okresie od ogłoszenia aż do finałowej publikacji informacji o laureatach **osiągnie wynik dotarcia do minimum 1,5 mln obiorców** (dotyczy łącznej sumy obiorców ze wszystkich źródeł - zasięgi wpisów na blogach, media społecznościowe, publikacje o projekcie).

Grupy docelowe:

- a. Turyści indywidualni organizujący samodzielnie swój wypoczynek w Polsce (nie podróżujący z biurami podróży).
- b. Osoby czerpiące inspiracje podróżnicze z rekomendacji blogerskich, użytkownicy mediów społecznościowych.

PRZEBIEG DZIAŁAŃ

Przedmiotowe działania składają się z:

1. Opracowania i zaplanowania Akcji (przygotowanie strategii komunikacji, harmonogramu działań, regulaminu akcji, casting blogerów, podpisanie umów z blogerami).
2. Koordynacji opracowania scenariuszy wyjazdów studyjnych dla blogerów (wspólne opracowanie pomysłów na wyjazdy (ROT-blogger).
3. Przygotowanie do realizacji Akcji oraz monitoringu i raportowania Akcji (modyfikacja LP, integracja materiałów blogerskich ze stroną Zamawiającego, wsparcie logistyczne blogerów we współpracy z ROT prowadzenie monitoringu publikacji i efektów działań blogerskich,).
4. Realizacji Akcji (realizacja Akcji na każdym etapie, działania PR mające nagłośnić i przedstawić ideę Akcji, podgrzewanie rywalizacji, wypłata nagrody pieniężnej oraz uiszczenie podatku od niej).
5. Współrealizacji Gali wręczenia nagród.
6. Przygotowanie i produkcja autorskiej publikacji drukowanej.
7. Działań PR po zakończeniu Akcji.
8. Przygotowania raportu końcowego (prezentacja).

ELEMENTY DZIAŁAŃ I OBOWIĄZKI WYKONAWCY

1. Opracowanie i zaplanowanie Akcji

Przedłożenie do akceptacji Zamawiającego harmonogramu działań komunikacyjnych, rozpoczynających się w II kwartale 2019 roku, mających na celu promowanie Akcji przed jej oficjalnym startem. W tabeli muszą znaleźć się m.in. takie działania jak:

- stosowanie identyfikacji wizualnej akcji zgodnej z CI Zamawiającego
- przygotowanie media planu - umiejscowienie w czasie poszczególnych aktywności w ramach komunikowania akcji na kanałach social media i Internecie
- nabór i kontakt z blogerami
- weryfikacja zgłoszeń oraz wybór blogerów biorących udział w akcji
- podpisanie umów z blogerami
- rozpoczęcie, przebieg i ogłoszenie wyników
- głosowanie internautów
- posiedzenie kapituły konkursowej
- przygotowanie materiałów na Galę
- przygotowania publikacji drukowanej
- działania follow-up po zakończeniu Akcji.

Modyfikacja i przedłożenie do akceptacji Zamawiającego w osobnym dokumencie mapy landing page dedykowanej akcji. (strona osadzona w portalu polska.travel).

Przygotowanie wg wytycznych Zamawiającego regulaminu konkursu i przekazanie do akceptacji Zamawiającego.

Ogólne wytyczne do regulaminu

“II Turystyczne Mistrzostwa Blogerów” (Akcja) to przedsięwzięcie organizowane przez Wykonawcę (Realizator) na zlecenie Zamawiającego (Organizator).

Czas trwania Akcji: **II – III kwartał 2019 roku** (zamawiający zachowuje prawo do modyfikacji terminu).

W ramach Akcji, w wyniku selekcji zgłoszeń zostanie wytypowanych 16 najlepszych blogerów (każdy reprezentuje inny region), z których po rywalizacji, określonej szczegółowymi zasadami, zostanie wyłoniona najlepsza trójka. Podczas gali finałowej zostanie ogłoszony zwycięski bloger/region.

Regulamin powinien zawierać:

- informacje o realizatorze oraz organizatorze Akcji,
- harmonogram Akcji,
- informacje dot. zasad zgłoszeń i selekcji, w tym szczegółowych wymagań, które powinni spełnić blogerzy biorący udział w Akcji,
- informacje o obowiązkach i zobowiązaniach blogerów biorących udział w akcji
- **wzór umowy pomiędzy Realizatorem a blogerem** (regulującej w szczególności zagadnienia zasad uczestnictwa w Akcji i realizacji zadań Akcji, honorariów, praw autorskich oraz wykorzystania wizerunku blogera w związku z udziałem w Akcji),
- informacje o udzieleniu przez blogerów na rzecz realizatora i organizatora licencji na powstałe w ramach Akcji dzieła,
- informacje o wysokości nagród,
- oświadczenie uczestników (blogerów) prawdziwości podanych przez nich danych o zasięgach,
- dokładny opis zadań do wykonania przez blogerów podczas całej Akcji,
- zasady selekcji najlepszych blogerów,
- informacje w zakresie ochrony danych osobowych związanych z rozporządzeniem RODO.

Przygotowanie do akceptacji Zamawiającego identyfikacji wizualnej akcji, uwzględniającej: istniejące Logo Akcji, nazwę akcji, termin startu akcji, logo POT, graficzne motywy nakładane na fotografie, spójna czcionka wszystkich materiałów dotyczących akcji oraz we wszystkich działaniach PR.

Identyfikacja wizualna akcji będzie obecna w:

- kanałach społecznościowych zamawiającego (POT, ROT) - Facebook, Instagram, You Tube, Twitter,
- we wszystkich materiałach promocyjnych wytworzonych przez Wykonawcę na potrzeby realizacji przedmiotowych działań oraz w przekazach kierowanych w związku z ich realizacją.

Zamawiający przekaże Wykonawcy po podpisaniu umowy wytyczne w zakresie swojej identyfikacji wizualnej wraz z odpowiednimi materiałami.

Do zadań Wykonawcy należeć będzie również **przygotowanie strategii komunikacji dla akcji wraz z media planem** i dystrybucja komunikatów nt. akcji.

Wykorzystanie posiadanych przez POT i ROT kanałów komunikacji na portalu Facebook, Instagram, YouTube, które będą służyły do prowadzenia działań PR związanych z poszczególnymi etapami akcji:

- a) okresu przed startem akcji
- b) okresu startu akcji i zbierania zgłoszeń uczestnictwa
- c) okresu rywalizacji blogerów i komunikowania wydarzeń w ramach akcji
- d) okresu rozstrzygnięcia wyników i prezentacji zwycięzców
- e) okresu po akcji, w którym będą dystrybuowane dalej treści, związane z akcją a jednocześnie promujące polskie regiony.

Należy także stosować unikatowy hashtag akcji - **#mistrzostwablogerow** i konsekwentnie komunikować we wszystkich działaniach.

Po akceptacji projektów wskazanych w pkt powyżej, wdrożenie ich i bieżąca obsługa we współpracy z Zamawiającym, wg jego wytycznych i na zasadach określonych przez Strony.

Akwizycja blogerów

Wykonawca zobowiązany będzie do przeprowadzenia **castingu blogerów** zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie **publikacja regulaminu** w sposób zapewniający skuteczne poinformowanie blogerów o jego zasadach oraz **ogłoszenie otwartego naboru**, a także **skierowanie indywidualnych zaproszeń do grupy rekomendowanych osób** wskazanych przez POT i ROT. Ostateczny wybór reprezentanta danego regionu zostaje podjęty w uzgodnieniu z kapitułą powołaną przez Zamawiającego.

Wykonawca podejmie odpowiednie działania promocyjne mające na celu jak najskuteczniejszą akwizycję, która powinna zapewnić co najmniej po 2 propozycje blogerów do wyboru na region. Obowiązkiem Wykonawcy **jest czuwanie nad prawidłowym przebiegiem zbierania kandydatur** w castingu oraz **udzielanie informacji blogerom** w trakcie procesu akwizycji kandydatów.

Blogerzy, którzy w poprzedniej edycji Turystycznych Mistrzostw Blogerów zakwalifikowali się do finałowej ósemki **nie będą mogli** startować w bieżącej edycji Akcji.

Formularz zgłoszeniowy

Do Wykonawcy należeć będzie **przygotowanie wg wytycznych Zamawiającego formularza zgłoszeniowego dla blogerów i przekazanie go do akceptacji Zamawiającego.**

W zgłoszeniu należy wpisać dane, dotyczące bloga, który uczestnik chce zgłosić do Akcji, tj.: liczbę fanów bloga na portalu Facebook, Instagram, średnią liczbę użytkowników unikalnych bloga w przedziale miesięcznym, trzy linki do wybranych artykułów na blogu, dotyczących turystyki krajowej i ciekawych atrakcji turystycznych w Polsce, odpowiedź na pytanie otwarte "Dlaczego to właśnie Ty powinienes zostać wybrany do Akcji?".

Ocena zebranych kandydatur

Zebrane kandydatury zostają ocenione w systemie ocen skali 1-10 w 5 aspektach: (liczba fanów na portalu Facebook, liczba fanów na portalu Instagram, liczba miesięcznych unikalnych czytelników bloga, odpowiedź na pytanie otwarte, ocena jakościowa treści trzech zgłoszonych przez blogera linków).

Oceną jakościową zajmie się jury, powołane przez Zamawiającego.

Każdy z zakwalifikowanych blogerów dostaje przydzielone województwo, które będzie promować. Zasadniczo będzie to jego rodzime województwo (w sytuacji, gdy z danego województwa nikt nie spełni minimalnych warunków, określonych w regulaminie, uczestnictwo w akcji proponowane jest twórcy z innego województwa, zgodnie z województwem, które wytypował w zgłoszeniu jako województwo drugiego wyboru. Blogger przy zgłoszeniu zaznacza własny region oraz inny, którym się interesuje.

Wybrana szesnastka blogerów zostaje poinformowana z wyprzedzeniem o wyborze, następnie należy podpisać z nimi umowy o współpracy na jasnych zasadach. Umowa pomiędzy realizatorem kampanii (Wykonawcą) a blogerem powinna dotyczyć całej akcji konkursowej.

Zbudowanie bazy blogerów. Wykonawca będzie gromadził i monitorował wszystkie zgłoszenia do akcji oraz dysponował pełną bazą danych zgłaszającego (adres email, telefon, zgody związane z regulaminem, zgody związane z przetwarzaniem danych osobowych, linki zgłoszonych materiałów, liczby kanałów social media blogera, liczby zasięgów wpisów na blogu blogera, adres zamieszkania blogera).

Ponadto zadaniem Wykonawcy będzie także **uzyskiwanie zgód blogerów zakwalifikowanych do konkursu**, na wykorzystywanie ich wizerunku i materiałów powstałych na potrzeby realizacji przedmiotowych działań, wyrażenie zgody powinno być udokumentowane pisemnie, a całość tej dokumentacji zostanie przekazana Zamawiającemu po zakończeniu przedmiotowych działań.

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie zabezpieczenie powstałego zgodnie z powyższym zapisem zbioru danych osobowych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym w szczególności z ustawą o ochronie danych osobowych oraz rozporządzeniem RODO.

Wykonawca jest w stanie na każdym etapie kampanii udostępnić bazę danych kandydatów do konkursu Zamawiającemu. Po stronie Wykonawcy stoi weryfikacja i ewentualne uzupełnienie zgłoszeń o brakujące dane.

Wykonawca zajmuje się ostateczną weryfikacją zgłoszeń, pod kątem ustalonych z Zamawiającym wytycznych liczbowych:

- a. minimum 5000 unikalnych użytkowników bloga miesięcznie (na podstawie średniej z minimum trzech miesięcy).
- b. minimum 2000 fanów bloga na portalu Facebook.
- c. Minimum 1000 obserwatorów bloga na portalu Instagram
- d. deklaracja przygotowania materiałów w zakresie zadań do wykonania w ramach akcji.
- e. akceptacja regulaminu oraz wynagrodzenia finansowego za uczestnictwo w akcji
- f. minimum trzy zgłoszone do oceny jakościowej artykuły z bloga (oceną jakościową zajmie się jury, powołane przez Zamawiającego. Na oceny jakościowe składać się będzie ocena: I) stylu pisarskiego II) wartości merytorycznych III) wizualnej - fotografie, IV) liczba znaków V) dodatkowe elementy (filmy).

Wykonawca przygotowuje raport, składający się z dokumentu (tabeli) gromadzącej wszystkich kandydatów i sortując ich pod kątem zasięgów liczbowych (1. Unikalni Użytkownicy oraz 2. Liczba fanów fanpage na portalu Facebook, Instagram).

Zgłoszenie blogera jest jednoznaczne z akceptacją uczestniczenia w całym przedsięwzięciu

Po dokonaniu wyboru 16 uczestników akcji **wykonawca niezwłocznie, tj. w terminie do 5 dni roboczych, zawrze ze wszystkimi zakwalifikowanymi blogerami indywidualnie umowy**, regulujące w szczególności zagadnienia zasad uczestnictwa w Mistrzostwach i realizacji zadań, honorariów, praw autorskich oraz wykorzystania wizerunku w związku z udziałem w Mistrzostwach.

2. Koordynacja opracowania scenariuszy wyjazdów studyjnych dla blogerów

Automatycznie partnerem merytorycznym i logistycznym blogera zostaje odpowiednia regionalna organizacja turystyczna. Regionalne organizacje turystyczne powinny stać się opiekunem blogera i gospodarzem miejsca, który ułatwia wejścia, bilety, pozwolenia czy dostęp do ekskluzywnych (nie w znaczeniu finansowym) atrakcji turystycznych. Bloger ma dowolność w doborze miejsc, jednakże powinien on skonsultować trasę i elementy składowe z daną regionalną organizacją turystyczną. Wykonawca powinien koordynować powstawanie scenariuszy wszystkich 16 podróży we współpracy z blogerem oraz regionalną organizacją turystyczną z danego regionu.

3. Przygotowanie do realizacji Akcji, monitoring i raportowanie

Landing page

Landing page (dalej LP) powinien zostać przygotowany z wykorzystaniem CMS Wordpress, a jego układ i szata graficzna powinna być odwzorowaniem LP funkcjonującego pod adresem: mistrzostwblogerow.polska.travel. Zawartość ww. LP dotycząca pierwszej edycji konkursu powinna funkcjonować na przygotowanym LP w formie archiwum

Zamawiający zapewni Wykonawcy możliwość zarządzania treściami w zakresie landing page.

Głównymi celami strony będą cele informacyjne oraz konwersyjne:

- a) zasięg odwiedzin, przekraczający 5000 wizyt miesięcznie, kierowany z kanałów, którymi będzie komunikowana akcja oraz kanałów partnerskich Zamawiającego,
- b) stałe aktualizowanie informacji, związanych z konkursem i jego etapami towarzyszenie blogerom w ich podróży,
- c) prezentacja wszystkich zgłoszonych i zaakceptowanych blogerów,
- d) mapa Polski z elementami interaktywnymi, czyli prezentująca jaki region będzie opisywany przez danego blogera a następnie przekierowująca linkami do odpowiednich relacji poszczególnych blogerów na ich blogach,
- e) informacje o partnerach akcji,
- f) osadzenie social feeda na landing page, prezentująca treści na kanałach social media, związane z akcją, filtrowane po odpowiednim, ustalonym wcześniej hashtagu akcji,
- g) link zewnętrznego formularza do głosowania internautów,
- h) podpisany regulamin konkursu oraz adnotacje o przetwarzaniu danych osobowych,

i) landing page będzie dostępny w wersji pod domeną Zamawiającego - mistrzostwablogerow.polska.travel

Obsługa kampanii i analityka wyników

Analiza ruchu na landing page w oparciu o Google Analytics. Po zawarciu Umowy Zamawiający udostępni Wykonawcy dostęp do narzędzia Google Analytics.

Monitorowanie ruchu i wyników zasięgów na kanałach społecznościowych akcji z uwzględnieniem kanałów: Facebook, Instagram, You Tube. Na koniec każdego miesiąca Wykonawca przygotowuje raport podsumowujący wszystkie działania.

Wzór raportu zostanie przygotowany w konsultacji z Zamawiającym w terminie określonym umową.

Wyniki zasięgowe. Wykonawca gwarantuje, że całość jego zadań koordynatorskich i animujących akcję w okresie od ogłoszenia aż do finałowej publikacji informacji o laureatach **osiągnie wynik dotarcia do minimum 1,5 mln użytkowników** (zasięgi wpisów na blogach, media społecznościowe, publikacje o projekcie).

W przypadku braku osiągnięcia tej liczby w wyznaczonym czasie Zamawiający dopuszcza możliwość wyznaczenia Wykonawcy dodatkowego okresu po zakończeniu akcji celem uzyskania zasięgu.

Kreacja. Zadanie obejmuje tworzenie, dostosowywanie i przeformatowywanie projektów i kreacji, związanych z akcją na jej kanałach social media, zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem Zamawiającego przez cały czas realizacji zamówienia.

- a) kreacje dostosowane na kanał Facebook zgodnie ze specyfikacją techniczną serwisu,
- b) kreacje dostosowane na kanał Instagram zgodnie ze specyfikacją techniczną serwisu,
- c) kreacje dostosowane na kanał You Tube zgodnie ze specyfikacją techniczną serwisu,
- d) publikowanie przez Wykonawcę - w portalach i serwisach uzgodnionych z Zamawiającym - materiałów video oraz fotograficznych w celu zainicjowania ich rozprzestrzeniania na zasadzie viral marketing.

Akceptacja. Przez cały czas realizacji zamówienia ostateczna decyzja na temat podejmowanych działań leży po stronie Zamawiającego. Zamawiający może dokonywać zmian/modyfikacji projektów z wybranej linii kreatywnej w trakcie realizacji zamówienia. Każdy docelowy projekt musi uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego. Dlatego tak istotny jest uprzednio wspomniany harmonogram publikacji i strategii obsługi akcji.

Przekazanie danych dotyczących LP

Wykonawca, po zakończeniu Akcji, przekaże Zamawiającemu wszystkie szczegóły techniczne LP, w tym związane z LP pliki.

4. Realizacja Akcji

Wybrana szesnastka blogerów deklaruje współpracę z przedstawicielem Regionalnej Organizacji Turystycznej na etapie sporządzania planu podróży i planu miejsc do pokazania w

przygotowanej relacji. Bloger zachowuje prawo do samodzielnego przygotowania materiału , jednak zobowiązuje się do konsultacji z przedstawicielem ROT.

Zadania dla blogerów

Zadaniem każdego blogera będzie przygotowanie **minimum 3 wpisów oraz 2 materiałów wideo (teaser + film)**, będących relacją z kilkudniowego wypadu do przydzielonego województwa. Temat wpisu jest dowolny, powinien być jednak spójny z uzgodnionym z ROT planem podróży.

Na blogu powinna zostać umieszczona **adnotacja** o tym, że materiał powstał w wyniku akcji organizowanej przez POT i że partnerem blogera była dedykowana jemu Regionalna Organizacja Turystyczna.

Termin wykonania dzieła - Blogerzy otrzymają na realizację całości zadania 42 dni kalendarzowe od daty rozpoczęcia mistrzostw.

Jednakże pierwszy wpis musi pojawić się nie później niż 21 dni od daty rozpoczęcia mistrzostw.

Jeden **wpis** musi zawierać:

- a) minimum 2500 znaków bez spacji
- b) minimum 8 fotografii w formacie odpowiadającym szerokości szablonu bloga.
- c) materiały, które zostaną wykonane w ramach akcji konkursowej nie mogą pochodzić z archiwum twórcy, lecz zostać wykonane w czasie trwania kampanii.
- d) Materiały **muszą być odpowiednio, otagowane** i zawierać **hasztagi #mistrzostwablogerow oraz #visitpoland**

Kolejnym zadaniem będzie na przygotowanie 2 materiałów wideo z podróży do regionu.

Teaser powinien trwać ok. 30-40 sekund i może być zwiastunem filmu lub składać się z zupełnie innych treści. Użyta w teaserze ścieżka dźwiękowa powinna spełniać standardy licencyjne. Forma merytoryczna teasera dowolna: vlog, teledysk, wideo-pocztówka.

Film powinien trwać minimum 2 minuty i być w minimalnym formacie 1920/1080 px. Użyta w filmie ścieżka dźwiękowa powinna spełniać standardy licencyjne. Forma merytoryczna filmu dowolna: vlog, teledysk, wideo-pocztówka.

Przygotowanie i nadzór nad głosowaniem internetowym.

Wykonawca zaprojektuje samodzielnie lub zaproponuje wdrożenie gotowego systemu głosowania na 16 kandydatur drogą internetową, z zachowaniem wszelkiej staranności aby system ten prezentował miarodajne wyniki, bez możliwości wpłynięcia na wynik w sposób niedozwolony (uruchomienie botów, kupowanie polubień, złamanie zabezpieczeń serwerów). Sugerowany jest system głosów, polegających na rejestracji się użytkownika (mailowej lub za pomocą Facebooka).

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje sposobu przeprowadzenia głosowania internetowego.

Oceną jakościową zajmie się jury, powołane przez Zamawiającego.

Na ocenę będą się składać wyniki:

- **25% wyników głosowania internetowego**, uruchomionego na stronie akcji po zakończeniu realizacji wszystkich zadań.

- **50% wyniki obrad jury**, które oceni wartość jakościową konkursowych materiałów

- **25% wynik zasięgów** osiągniętych przez content wytworzony przez blogerów w ramach akcji.

Wykonawca powinien wypracować mechanizm liczenia aktywności/interakcji. Trzeba dokładnie określić ilu czytelników samej relacji, jaki zasięg np. postów, komentarzy, udostępnień FB-zajawek o wpisie, etc.

Przewidziane wynagrodzenie dla blogera za zrealizowanie zadań (bez zadania dodatkowego Partnera) to kwota nie mniejsza niż **4 500 zł netto** (łączna kwota honorariów przewidzianych dla uczestników I etapu wyniesie nie mniej niż $16 \times 4500 = 72000$ **zł netto**).

Ponadto do obowiązków Wykonawcy należeć będą:

- obsługa administracyjno-biurowa prac jury powołanego przez Zamawiającego; jej szczegółowy zakres zostanie uzgodniony pomiędzy Stronami w trybie roboczym, po zawarciu umowy.

- informowanie o werdykcie jury:

- a) bezpośrednie informacje kierowane do blogerów - autorów zwycięskich materiałów;
- b) publikacja werdyktu na landing page oraz kanałach społecznościowych należących do Zamawiającego
- c) przekazanie werdyktu jury do ROT w poszczególnych regionach
- d) dystrybucja w imieniu i po akceptacji Zamawiającego komunikatów medialnych poświęconych blogerom wyłonionym w danym regionie, do redakcji mediów regionalnych/lokalnych, wraz z materiałami ilustracyjnymi (zdjęcia nominowanych).

Nagrody dla finalistów

Spośród 16 relacji, zostanie wybranych 5 najlepszych komunikowanych jako finaliści Mistrzostw.

Po dokonaniu ocen przez członków kapituły oraz po podsumowaniu wszystkich rankingów (ocena jury, zasięgi, głosowanie) zostanie wyłoniona finałowa piątka, z której troje najlepszych blogerów, otrzyma nagrody.

Laureat 1. miejsca nagroda główna o wartości nie mniejszej niż **10 000 zł netto** oraz udział w min. 2 projektach promocyjnych POT w blogosferze w charakterze Ambasadora.

Laureat 2. miejsca - nagroda o wartości nie mniejszej niż **6000 zł netto**)

Laureat 3. miejsca - nagroda o wartości nie mniejszej niż **4 500 zł netto**).

Laureaci 4 i 5 miejsca – pamiątkowe dyplomy.

Obowiązki wykonawcy

- wypłata przez Wykonawcę honorariów oraz nagród pieniężnych, zgodnie z zasadami wskazanymi w opisie powyżej oraz dopełnienie wszelkich obowiązków podatkowych wynikających z wypłaty honorariów i nagród (nie dotyczy zadania dodatkowego będącego pod patronatem Partnera Akcji).

Zadanie dodatkowe

Zamawiający przewiduje możliwość stworzenia dodatkowego, obligatoryjnego (nieobowiązkowego) dla blogerów, zadania. Opiekunem merytorycznym zadania dodatkowego będzie wskazany przez Zamawiającego Partner Akcji.

Podmiotem przyrzekającym nagrodę za realizację zadania dodatkowego będzie wskazany przez Zamawiającego Partner Akcji. Partner Akcji przekaze nagrodę, a także zobowiązany będzie do dopełnienia wszelkich obowiązków podatkowych wynikających z przekazania nagrody.

5. Współrealizacja Gali wręczenia nagród

Finałem podczas, którego zostaną ogłoszone wyniki, będzie zorganizowana przez Zamawiającego Gala wręczenia nagród zorganizowana w ramach ogólnopolskich obchodów Światowego Dnia Turystyki we wrześniu 2019 roku.

Statuetki

Oprócz zapewnienia honorariów i nagród finansowych dla influencerów do obowiązków Wykonawcy należeć będzie wykonanie statuetek i voucherów dla najlepszej trójki blogerów oraz dyplomów dla influencerów z miejsc 4 i 5.

Wideo-produkcje

Klip podsumowujący Akcję na jej półmetku

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania 2 minutowego klipu podsumowującego akcję na jej półmetku. Klip powinien zawierać informacje o uczestnikach, osiągniętych zasięgach i czołowej piątce, która zakwalifikowała się do finału.

Animacje na galę

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania 1,5 minutowej animacji przedstawiającej najważniejsze założenia i ideę II Turystycznych Mistrzostw Blogerów.

Ponadto Wykonawca przygotuje 3 prezentacje flash/spot (każda między 30-45 sekund) przybliżające wizerunek trójki najlepszych blogerów będących laureatami Mistrzostw.

Bazą do powstania klipów/animacji/prezentacji powinny być treści zawarte w materiałach zebranych podczas konkursu. Klip/animacja/prezentacja do przygotowania w formacie: 1920/1080 pix; HD, rozszerzenie MP4 na potrzeby projekcji na ekranach (render motion blur, animacja budująca się od podstaw, animowane tekstury, animacja vectorowa, mile widziane elementy 3D nawiązujące do informacji, głębia – multiplane).

Zamawiający rości sobie prawo do modyfikacji formatu w zależności od specyfikacji technicznej ekranu na Gali wręczenia nagród.

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do dzieł. Przekazanie praw majątkowych daje Zamawiającemu wyłączne prawo do ich wielokrotnego wykorzystania i powielania, dla własnego statutowego użytku, bez ograniczeń terytorialnych na wszystkich znanych w chwili zawarcia niniejszej umowy polach eksploatacji

6. Przygotowanie i produkcja autorskiej publikacji drukowanej

Przygotowanie i produkcja materiałów informacyjnych nt. wszystkich 16 uczestników II Turystycznych Mistrzostw Blogerów we ścisłej współpracy z Zamawiającym i blogerami wg. poniższej specyfikacji:

Format: 125x170 mm

Objętość: 68 stron + 4 strony okładka

Nakład: 3000 sztuk

Technika druku:

- środki: wysoka jakość druku - pełny kolor (offset 4+4)

- okładka: kolor offset 4+4

Papier:

ŚRODKI:

- kreda silk 90g

OKŁADKA

- kreda mat 250g

Dostarczenie materiałów do siedziby Zamawiającego

7. Działania PR po zakończeniu Akcji

Wykonawca zaproponuje koncepcję działań PR po zakończeniu przedmiotowej Akcji na etapie składania oferty. Celem działań powinna być jak najszersza promocja Akcji, jej rezultatów oraz laureatów po zakończeniu turnieju oraz finałowej gali wręczenia nagród. Po ceremonii wręczenia nagród Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienia dotarcia informacji podsumowującej całą akcję do min. 50 000 odbiorców.

8. Przygotowanie raportu końcowego

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia szczegółowego raportu podsumowującego całość zrealizowanych w ramach Akcji działań. Raport powinien być w formie prezentacji (power point). Wzór raportu zostanie przygotowany w konsultacji z Zamawiającym w terminie określonym umową.

POZOSTAŁE POSTANOWIENIA

Zamawiający dopuszcza nieznaczne modyfikacje i zmiany w zakresie postanowień zawartych w opisach poszczególnych elementów przedmiotowych działań. Zmiany te będą konsultowane z Wykonawcą w trybie roboczym. Ostateczna decyzja w powyższej kwestii należy do Zamawiającego.