

Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

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

CEL DZIAŁAŃ

Realizacja czwartej edycji akcji będącej jedynym tego typu przedsięwzięciem w Polsce, które promuje polskie regiony i turystykę krajową przy wykorzystaniu działalności blogerskiej z elementami promocji w mediach społecznościowych i grywalizacji.

Podstawowym elementem Akcji jest zaangażowanie popularnych influencerów podróżniczych, parentingowych, lifestylowych, kulinarnych, oraz pozostałych blogerów do rywalizacji w zakresie stworzenia materiałów promujących polskie regiony pod kątem turystycznym, a także zachęcających odbiorców do skorzystania z Polskiego Bonu Turystycznego. Celem akcji jest również wydłużenie sezonu turystycznego, eksponowanie atrakcji, które można zwiedzać przez cały rok. Partnerami projektu są regionalne organizacje turystyczne. W turnieju bierze udział 16 blogerów i regionów – każdy twórca reprezentuje inne województwo.

Tworzone przez blogerów materiały powinny stanowić interesującą inspirację przede wszystkim dla turystów indywidualnych organizujących samodzielnie swoje wyjazdy.

Motywacją twórców do udziału w akcji powinna być atrakcyjność udziału w tego typu przygodzie, możliwość pozyskania interesujących treści i stworzenia ciekawych materiałów blogowych, zwiększenie zasięgów bloga oraz jego promocja w ramach współpracy z Polską Organizacją Turystyczną. Nagroda pieniężna powinna stanowić miłą motywację, ale nie cel sam w sobie.

W wyniku Akcji powinny powstać atrakcyjne materiały promocyjne, które zwiększą zainteresowanie podróżami po polskich regionach, a także przybliżą odbiorcom możliwości związane z wykorzystaniem Polskiego Bonu Turystycznego.

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 2 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 swoje podróże po Polsce
- b. Osoby czerpiące inspiracje podróżnicze z rekomendacji blogerskich, użytkownicy mediów społecznościowych.
- c. Beneficjenci Polskiego Bonu Turystycznego - rodziny z dziećmi szukające spokojnego i atrakcyjnego miejsca wypoczynku na terenie kraju. Osoby poszukujące miejsc oferujących możliwość realizacji PBT.

PRZEBIEG DZIAŁAŃ

Przedmiotowe działania składają się z:

1. Opracowania i zaplanowania Akcji (przygotowanie strategii komunikacji, harmonogramu działań, regulaminu akcji, casting blogerów, posiedzenie kapituły – wybór najlepszej 16tki blogerów, podpisanie umów z blogerami, spotkanie organizacyjne z blogerami).
2. Koordynacji nawiązania współpracy roboczej pomiędzy blogerami, a przedstawicielami Regionalnych Organizacji Turystycznych (ROT) mającej na celu opracowanie koncepcji podróży po danym regionie.
3. Przygotowanie do realizacji Akcji oraz monitoringu i raportowania Akcji (modyfikacja LP, integracja materiałów blogerskich ze stroną Zamawiającego, prowadzenie monitoringu publikacji i efektów działań blogerskich.).
4. Realizacji Akcji (realizacja Akcji na każdym etapie, działania PR mające nagłośnić i przedstawić ideę Akcji oraz przedstawić poszczególne jej etapy, podgrzewanie rywalizacji, wypłata honorariów, nagród pieniężnych oraz uiszczenie podatku od nich).
5. Współrealizacji ceremonii wręczenia nagród, wraz z produkcją niezbędnych materiałów promocyjnych.
6. Działań PR po zakończeniu Akcji.
7. Przygotowania raportu końcowego (prezentacja).

ELEMENTY DZIAŁAŃ I OBOWIĄZKI WYKONAWCY

1. Opracowanie i zaplanowanie Akcji

Przedłożenie do akceptacji Zamawiającego harmonogramu działań komunikacyjnych, rozpoczynających się w III kwartale 2021 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,
- działania PR przed rozpoczęciem Akcji,
- nabór i kontakt z blogerami,
- weryfikacja zgłoszeń oraz wybór blogerów biorących udział w akcji,
- podpisanie umów z blogerami,
- spotkanie organizacyjne z blogerami,
- rozpoczęcie, przebieg i ogłoszenie wyników,
- działania PR w trakcie trwania Akcji,
- głosowanie internautów,
- posiedzenie kapituły konkursowej,
- współrealizacja ceremonii wręczenia nagród wraz z przygotowaniem niezbędnych, materiałów promocyjnych,
- działania PR po zakończeniu Akcji.

Modyfikacja i przedłożenie do akceptacji Zamawiającego koncepcji 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

„IV Turystyczne Mistrzostwa Blogerów” (Akcja) to przedsięwzięcie realizowane przez Wykonawcę (Realizator) na zlecenie Zamawiającego - POT (Organizator).

Czas trwania Akcji: **III – IV kwartał 2021 roku** (zamawiający zachowuje prawo do modyfikacji terminu w zależności od sytuacji epidemicznej w kraju).

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, która otrzyma nagrody. Oficjalne wyniki zostaną ogłoszone podczas ceremonii wręczenia nagród.

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,
- informacje na temat zasad i terminów zliczania zasięgów materiałów przygotowanych przez uczestników w ramach 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 i nazwę Akcji, numer edycji Akcji, termin startu Akcji, logo POT, logo Polskiego Bonu Turystycznego, graficzne motywy nakładane na fotografie, spójną czołkę wszystkich materiałów dotyczących akcji oraz we wszystkich działaniach PR.

Identyfikacja wizualna akcji będzie obecna w:

- kanałach społecznościowych Zamawiającego oraz Partnerów Zamawiającego (POT, ROT, pozostali partnerzy) - Facebook, Instagram, YouTube,
- we wszystkich materiałach promocyjnych wytworzonych przez Wykonawcę na potrzeby realizacji przedmiotowych działań oraz w przekazach kierowanych w związku z ich realizacją.

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

Do zadań Wykonawcy należeć będzie również **przygotowanie strategii komunikacji dla akcji wraz z media planem** oraz przygotowywanie i dystrybucja prasowych komunikatów nt. Akcji, na każdym jej etapie.

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 unikatowe hashtagi akcji - **#mistrzostwablogerow, #visitpoland #polskibonturystyczny**, i konsekwentnie komunikować je 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 Stronę.

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 we współpracy z Wykonawcą.

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.

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, potwierdzenie posiadania kanału w serwisie YouTube, 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 powinieneś 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 dwóch zgłoszonych przez blogera linków).

Oceną jakościową zajmie się jury, powołane przez Zamawiającego we współpracy z Wykonawcą.

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. Bloger 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, 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 4000 unikalnych użytkowników bloga miesięcznie (na podstawie średniej z minimum trzech miesięcy).
- b. minimum 1000 fanów bloga na portalu Facebook.
- c. Minimum 1000 obserwatorów bloga na portalu Instagram
- d. deklaracja posiadania kanału w serwisie YouTube
- e. deklaracja przygotowania materiałów w zakresie zadań do wykonania w ramach akcji.

- f. akceptacja regulaminu oraz wynagrodzenia finansowego za uczestnictwo w akcji
- g. minimum dwa 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.

Obrady kapituły, mające na celu wybór finałowej szesnastki blogerów, odbędą się w siedzibie Zamawiającego, w ustalonym przez niego terminie.

Zamawiający ma prawo do zmiany miejsca obrad jury, o czym poinformuje Wykonawcę ze stosownym wyprzedzeniem.

W przypadku sytuacji pandemicznej, która uniemożliwiłaby organizację obrad kapituły w siedzibie Zamawiającego, obrady odbędą się w trybie online.

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.

Komunikacja z blogerami

Wykonawca ma bezwzględny obowiązek wyznaczyć do komunikacji z blogerami osobę posiadającą wysokie umiejętności interpersonalne, a także stosowne doświadczenie we współpracy ze środowiskiem blogosfery i znającą dobrze jej specyfikę. Komunikacja z blogerami powinna być prowadzona w sposób przejrzysty i koncyliacyjny, tak by nie powstały żadne nieporozumienia bądź wątpliwości na linii Organizator (Realizator) – Uczestnik Akcji.

W przypadku, gdy Zamawiający stwierdzi, iż komunikacja na linii Realizator – Uczestnik Akcji odbywa się w sposób inadekwatny ma prawo do zażądania od Wykonawcy wyznaczenia innej osoby do kontaktów i współpracy z blogerami.

W uzasadnionych przypadkach, gdy komunikacja Realizatora z Uczestnikiem Akcji nie będzie odbywać się na odpowiednim poziomie, Zamawiający rości sobie prawo do wyznaczenia kar umownych określonych w umowie.

Spotkanie organizacyjne

Do obowiązków wykonawcy należeć będzie przygotowanie spotkania organizacyjnego dla 16tki blogerów w trybie online. Spotkanie będzie miało na celu omówienie spraw organizacyjnych oraz zasad i regulaminu 4. edycji TMB. W spotkaniu wezmą udział przedstawiciele Zamawiającego, Wykonawcy oraz uczestnicy.

2. Koordynacja nawiązania współpracy ROT - bloger

Automatycznie partnerem merytorycznym blogera zostaje odpowiednia regionalna organizacja turystyczna. Zasadniczo koszty podróży i noclegów pokrywa we własnym zakresie bloger w ramach swojego honorarium. Jednakże 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 nawiązanie kontaktów pomiędzy każdym z blogerów oraz daną regionalną organizacją turystyczną.

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: mistrzostwablogerow.polska.travel. Zawartość ww. LP dotycząca trzech dotychczasowych edycji konkursu powinna funkcjonować na przygotowanym LP w formie archiwum.

Zamawiający zapewni Wykonawcy możliwość zarządzania wszystkimi treściami w zakresie landing page.

Głównymi celami strony będą cele informacyjne oraz konwersyjne:

- a) zasięg odwiedzin, przekraczający 1000 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 sylwetek 16 blogerów, wraz z przekierowaniem 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, YouTube. 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 2 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 rozprzestrzenianiu na zasadzie viral marketing.

Przygotowanie komunikatów prasowych

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie również przygotowanie wg wytycznych Zamawiającego komunikatów prasowych (poświęconym działaniom mającym miejsce podczas każdego z etapów Akcji - m.in. ogłoszenie naboru, ogłoszenie finałowej szesnastki, podgrzewanie atmosfery, przedstawienie sylwetek uczestników, głosowanie internautów, zapowiedź ceremonii wręczenia nagród, wyniki Akcji) i przekazanie ich do akceptacji Zamawiającego co najmniej 4 dni robocze przed terminem każdego z działań określonym w harmonogramie Akcji. Materiały powinny być spójne pod względem wizualnym, zgodnym z wytycznymi Zamawiającego w zakresie jego CI oraz identyfikacji wizualnej Akcji.

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 2 wpisów oraz 1 materiału wideo (film)**, będących relacją z kilkudniowego wypadu do przydzielonego województwa.

Temat wpisu jest dowolny, powinien być jednak spójny z uzgodnionym z Regionalną Organizacją Turystyczną planem podróży i dotyczyć miejsca, regionu, szlaku, produktu turystycznego, leżącego na terenie tego województwa. Przykładowy scenariusz może zawierać prezentację swojego województwa, pod kątem wybranych zagadnień, takich jak – nieoczywiste zakątki w regionie, pamiątki architektury, pomniki przyrody, kuchnia regionalna, miejsca odpoczynku dla rodzin z dziećmi, szlaki wycieczek rowerowych, ścieżki do spacerów ze zwierzętami, miejsca wycieczek ekstremalnych, obiekty i atrakcje dostępne do zwiedzania przez cały rok.

W każdym z wpisów, a także w materiale wideo obowiązkowo musi ukazać się wzmianka o możliwości realizacji Polskiego Bonu Turystycznego.

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 30 dni kalendarzowych od daty rozpoczęcia mistrzostw.

Jednakże pierwszy wpis musi pojawić się nie później niż 15 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 #mistrzostwblogerow #visitpoland #polskibonturystyczny**

Kolejnym zadaniem będzie przygotowanie materiału wideo z podróży do regionu.

Film powinien trwać minimum 90 sekund 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 wraz z regulaminem głosowania, 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 jest czytelników samej relacji, jaki jest zasięg np. postów, komentarzy, udostępnień FB-zajawek o wpisie, stories etc.

Przewidziane wynagrodzenie dla blogera za zrealizowanie zadania to kwota nie mniejsza niż **3500 zł netto** (łącznie kwota honorariów przewidzianych dla uczestników wyniesie nie mniej niż $16 \times 3500 = 56000$ **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

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

Laureat 1. miejsca nagroda główna o wartości nie mniejszej niż **10 000 zł netto**,

Laureat 2. miejsca - nagroda o wartości nie mniejszej niż **5 000 zł netto**,

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

Obrady jury, mające na celu wybór najlepszej trójki blogerów, odbędą się w siedzibie Zamawiającego, w ustalonym przez Zamawiającego terminie.

Zamawiający ma prawo do zmiany miejsca obrad jury, o czym poinformuje Wykonawcę ze stosownym wyprzedzeniem.

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

Opcjonalne, dodatkowe nagrody za promocję Polskiego Bonu Turystycznego

W ramach akcji Zamawiający może ufundować również dodatkowe nagrody dla blogerów, którzy w najbardziej pomysłowy i oryginalny sposób wskażą miejsca, gdzie możliwa jest realizacja Polskiego Bonu Turystycznego, a także w najbardziej kreatywny sposób zachęcą swoich odbiorców do skorzystania z PBT.

W przypadku przyznania ww. nagród dodatkowych wręczy je osobna kapituła. Koszty związane z ewentualnymi nagrodami dodatkowymi ponosi Zamawiający (za wyjątkiem voucherów).

5. Współrealizacja ceremonii wręczenia nagród

Finał podczas, którego zostaną ogłoszone wyniki będzie zorganizowany przez Zamawiającego w formie briefingu prasowego dla mediów. Wydarzenie to powinno odbyć się w Warszawie w terminie uprzednio zasugerowanym przez Zamawiającego.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany formy przeprowadzenia ceremonii wręczenia nagród, o czym poinformuje Wykonawcę ze stosownym wyprzedzeniem, nie później niż 14 dni przed planowaną datą wydarzenia.

W przypadku obostrzeń pandemicznych Zamawiający dopuszcza organizację ceremonii wręczenia nagród w trybie online, wówczas do obowiązków wykonawcy należeć będzie zapewnienie łączności, studia, konferansjera oraz montaż materiałów wideo z nagrodzonymi blogerami. Wszelkie szczegóły dot. powyższych będą ustalane na bieżąco pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym w trybie roboczym.

Statuetki i vouchery

Oprócz zapewnienia honorariów i nagród finansowych dla blogerów do obowiązków Wykonawcy należeć będzie, zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, wykonanie statuetek i voucherów dla najlepszej trójki blogerów oraz vouchery dla najlepszych twórców nagrodzonych za promocję Polskiego Bonu Turystycznego

Wideo-produkcje na ceremonię wręczenia nagród

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania 90 sekundowej animacji przedstawiającej najważniejsze założenia i ideę IV Turystycznych Mistrzostw Blogerów, a także wizerunek

trójki najlepszych blogerów będących laureatami Mistrzostw oraz sylwetki najlepszych twórców nagrodzonych za promocję Polskiego Bonu Turystycznego.

Bazą do powstania animacji 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 ma prawo do modyfikacji formatu w zależności od specyfikacji technicznej ekranu na ceremonii 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. 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 ceremonii wręczenia nagród. Po ceremonii wręczenia nagród Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienia dotarcia informacji podsumowującej całą akcję do min. **100 000 odbiorców**.

7. 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. Komplet materiałów blogerskich (zdjęcia, filmy) powinien być dostarczony w razem z Raportem końcowym w terminie określonym w umowie lub innym uprzednio wskazanym przez Zamawiającego.

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. Wszelkie zmiany muszą być uzgadniane z Zamawiającym, a ich wprowadzenie warunkowane jest udzieleniem przez niego zgody.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia ww. zmian w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej.