

## **Opis przedmiotu zamówienia**

### **Wprowadzenie**

Polska Organizacja Turystyczna wykorzystuje międzynarodowe imprezy sportowe do promowania Polski i polskiej turystyki w Polsce i za granicą. Doświadczenia zebrane przez kraje organizujące międzynarodowe wydarzenia sportowe - wśród tych państw wymieniana i doceniana jest również Polska za sprawne przeprowadzenie (wspólnie z Ukrainą) Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, Mistrzostw Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014 oraz Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej U'20 - wskazują, że największe imprezy stanowią doskonałą okazję do promocji gospodarza eventu. Imprezy tego typu w naturalny sposób skupiają uwagę na ich organizatorach umożliwiając zaprezentowanie kraju i jego mieszkańców tysiącom gości decydujących się na przyjazd i bezpośredni w nich udział oraz milionom ludzi pośrednio, za pośrednictwem międzynarodowych mediów.

Igrzyska Europejskie odbędą się po raz trzeci w historii. Są dość młodym wydarzeniem sportowym. Kilka tysięcy zawodników i zawodniczek będzie rywalizowało w ponad dwudziestu dyscyplinach sportu. Są oni jednocześnie turystami, którzy chętnie zobaczą największe atrakcje Krakowa i Małopolski. W czasie przerw między zawodami albo po zakończeniu rywalizacji będą mogli podróżować i zwiedzać Polskę, nim wrócą do swoich ojczyzn. Ostatnie Igrzyska Europejskie, które odbywały się w Mińsku, przyciągnęły prawie 40 tysięcy turystów. Można założyć, że kolejna edycja Igrzysk Europejskich zmotywuje i zachęci jeszcze większą liczbę turystów oraz fanów sportu do odwiedzenia gospodarza wydarzenia - Polski. W związku z organizacją tak dużych zawodów sportowych Polska skupi na sobie uwagę europejskiej widowni. Bezpośrednie transmisje telewizyjne i internetowe umożliwią kibicom śledzącym wydarzenia sportowe zaprezentowanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego kraju. Tysiące gości, którzy zdecydują się przyjechać by oglądać rywalizację sportowców na arenach, będzie podróżowało po Małopolsce oraz całym kraju w poszukiwaniu atrakcyjnych miejsc do zwiedzenia. Igrzyska Europejskie jako jedno z największych zawodów sportowych są doskonałą okazją do promocji Polski.

### **Cel działań:**

- I. Budowa wizerunku marki Polska jako kraju-gospodarza Igrzysk Europejskich w 2023 roku – zwiększenie rozpoznawalności i wiedzy o Polsce jako kraju nowoczesnym, kraju rozwijającym się zgodnie z światowymi trendami, kraju w którym zachowana jest harmonia pomiędzy przyrodą a mieszkańcami, kraju otwartych ludzi dbających o środowisko naturalne, kraju ludzi lubiących spędzać czas aktywnie, uprawiających różne dyscypliny sportowe,
- II. Budowa pozytywnego wizerunku Igrzysk Europejskich jako szansy na odbudowę gospodarki regionu-gospodarza wśród jego mieszkańców;
- III. Promocja turystyki krajowej w oparciu o zróżnicowaną ofertę produktów turystycznych również poprzez wykorzystanie rekomendowanych produktów i miejsc turystycznych oraz Polskich Marek Turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki sportowej oraz turystyki aktywnej i specjalistycznej.

## **Termin realizacji**

Przedmiot zamówienia powinien być zrealizowany w terminie od dnia podpisania umowy do dn. **18.11.2022**.

## **Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej Polski w kontekście kraju - gospodarza Igrzysk Europejskich 2023. Kampania promocyjna składać się będzie z następujących 2 elementów:

1. Stworzenie dedykowanego landing page promującego Polskę w kontekście Igrzysk Europejskich 2023 (w 2 wersjach językowych, polskiej i angielskiej)
2. Kampania display wraz z emisją artykułów sponsorowanych

## **Opis poszczególnych elementów**

### **1. Stworzenie dedykowanego landing page.**

Stworzenie dwujęzycznej (jęz. polski i jęz. angielski) strony internetowej poświęconej IE 2023 w kontekście promocji turystyki w Polsce. Strona powinna być wdrożona w systemie zarządzania treścią open source Wordpress. Przygotowany przez wykonawcę CMS uwzględni możliwość dodawania i aktualizacji obecnych treści oraz tworzenie nowych treści. Główną funkcją strony będą cele informacyjno-promocyjne. Wykonawca po wdrożeniu strony przekaże do niej dostęp Zamawiającemu.

Elementy, które musi zawierać strona to:

- Przygotowane przez Wykonawcę artykuły dotyczące wymienionych poniżej rodzajów turystyki aktywnej, rekreacyjnej i sportowej w Polsce, (od 2000 do 3000 znaków ze spacjami) wraz ze zdjęciami je ilustrującymi w formie galerii (co najmniej 5 zdjęć do 1 artykułu), tj.:
  - turystyka rowerowa z uwzględnieniem najważniejszych szlaków rowerowych,
  - turystyka wodna, w tym żeglarstwo, kajakarstwo, wind- i kite- surfing, nurkowanie, morsowanie, wakeboarding i narciarstwo wodne,
  - turystyka piesza – wędrówki górskie i szlakami nizinnym (np. w parkach narodowych),
  - wspinaczka wysokogórska i skałkowa,
  - narciarstwo zimowe – zjazdowe i biegowe,
  - golf,
  - jeździectwo,
  - aktywności ekstremalne, np. paralotniarstwo, speleologia, kolarstwo górskie, rafting itp.

Wykonawca zapewni min. 20 artykułów w jęz. polskim i ich przetłumaczone wersje w jęz. angielskim. Artykuły powinny być napisane pod kątem danej grupy docelowej (turystów zainteresowanych poszczególnymi rodzajami turystyki aktywnej).

- Interaktywną mapę z warstwami najważniejszych szlaków turystycznych dla turystyki aktywnej w Polsce, tj.:
  - szlaki turystyki rowerowej (przede wszystkim EuroVelo i Green Velo),
  - szlaki turystyki wodnej (najważniejsze szlaki kajakowe i żeglarskie),
  - szlaki wędrówek górskich (wybrane najważniejsze, najciekawsze),
  - szlaki piesze nizinne (wybrane, np. w parkach narodowych),
  - szlaki turystyki konnej (wybrane najważniejsze, najciekawsze),
  - szlaki narciarskie (wybrane najważniejsze, najciekawsze),

oraz dodatkowo szlaki kulinarne (najważniejsze szlaki kulinarne w Polsce).

Oznaczenia szlaków powinny być w dwóch językach (polskim i angielskim).

- Przekierowania do adekwatnych lub zbliżonych tematycznie artykułów na Narodowym Portalu Turystycznym [www.polska.travel](http://www.polska.travel)
- Przekierowanie do oficjalnej strony IE 2023
- Spójną szatę graficzną wykorzystującą system identyfikacji wizualnej POT oraz IE 2023

#### Termin realizacji

Wykonawca zobowiązuje się do wykonania Landing Page w ciągu **25 dni** od daty podpisania umowy.

## **2. Kampania display**

### **Zadanie 2.1 – zakup powierzchni reklamowej**

Zakup powierzchni reklamowej na ogólnopolskich portalach internetowych o zasięgu co najmniej 500 000 unikalnych użytkowników miesięcznie oraz na portalach sportowych na potrzeby popularyzacji polskich atrakcji turystycznych w kontekście Igrzysk Europejskich 2023.

Przedmiot zamówienia musi zostać zrealizowany w ogólnopolskich portalach internetowych o zasięgu co najmniej 500 000 unikalnych użytkowników miesięcznie. Wśród pożądaných mediów powinny znaleźć się najbardziej opiniotwórcze ogólnopolskie portale internetowe zgodnie z rankingiem cytawalności Instytutu Monitorowania Mediów za okres maj-lipiec 2022 roku. Wykonawca ma obowiązek zapewnić obecność na minimum 3 portalach z top 10 ww. rankingu.

Kanały komunikacji:

- portale horyzontalne 90% UU
- portale branżowe (lifestyle, podróże, sport) 10% UU

Co najmniej 10% zasięgu rozumianego jako UU ma pochodzić z formatów tripple billboard na portalach horyzontalnych.

Kampania banerowa skierowana do konkretnych grup odbiorców, którzy są zainteresowani Igrzyskami Europejskimi 2022. Możemy wyróżnić m.in. następujące grupy:

- Polacy – mieszkańcy miast (pow. 200 000 mieszkańców)
- Osoby zainteresowane turystyką aktywną
- Fani sportu
- Rodziny z dziećmi

Mechanizm działania: po kliknięciu w reklamę użytkownik zostanie przekierowany na landing page akcji. Reklamy powinny pojawić się w widocznym miejscu na stronach głównych lub w dedykowanych zakładkach o tematyce turystyka, lifestyle, sport.

Minimalny zasięg jaki zobowiązany jest zapewnić Wykonawca w ramach kampanii display wynosi : 15 000 000 UU.

Minimalna liczba odwiedzin LP powinna wynieść 50 000 UU przez cały czas trwania kampanii.

### **Zadanie 2.2 – cykl artykułów sponsorowanych**

Wykonawca zobowiązany będzie do publikacji co najmniej 20 artykułów.. Materiał przeznaczony do publikacji w portalu internetowym zawierający treści marketingowe/ sponsorowane powinien mieć objętość co najmniej 1 strony - tj. 2000 znaków (ze spacjami) każdy materiał musi znajdować się na stronie głównej portalu przez co najmniej 2 dni. Artykuły sponsorowane muszą być wyemitowane na ogólnopolskich portalach internetowych o zasięgu co najmniej 200 000 unikalnych użytkowników miesięcznie. Wśród pożądaných mediów powinny znaleźć się najbardziej opiniotwórcze ogólnopolskie portale internetowe zgodnie z rankingiem cytawalności Instytutu Monitorowania Mediów.

Jednocześnie materiał powinien zostać opublikowany na social mediach danego portalu. Zamawiający przekaze Wykonawcy materiał źródłowy stanowiący podstawę do stworzenia przez Wykonawcę artykułów sponsorowanych. Redakcje współpracujące z Wykonawcą stworzą na bazie tego materiału dedykowane do swoich portali artykuły sponsorowane. W każdym artykule zostaną umieszczone dwa linki do zewnętrznych domen z atrybutem „dofollow”. Adresy url oraz linkowane frazy zostaną wskazane przez Zamawiającego na etapie akceptacji treści artykułu. Zamawiający zastrzega sobie prawo akceptacji i zgłaszania uwag do każdego z zaproponowanych artykułów promocyjnych przed jego publikacją.

#### Obowiązki leżące po stronie Wykonawcy:

- Zaproponowanie wstępnego harmonogramu prac. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej
- Zaproponowanie wstępnego media planu kampanii – ostateczny kształt media planu zostanie uzgodniony z Wykonawcą po podpisaniu umowy. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej
- Przeformatowanie do wykorzystywanych formatów reklamowych, tj. bannerów w oparciu o przygotowany przez Zamawiającego KV.
- Zakup powierzchni reklamowej
- Przygotowanie artykułów sponsorowanych
- Nadzór nad kampanią, bieżąca optymalizacja kampanii
- Przygotowanie raportu podsumowującego zawierającego następujące elementy:
  - Zrzuty z ekranu z pierwszego dnia emisji reklamy

- Statystyki emisji reklam wraz z liczbą kliknięć/odsłon w reklamę w formie tabeli Excel, zgodnie ze strukturą z media planu pokazującego realizację kampanii
- Profile demograficzne – każdy kanał komunikacji oddzielnie
- Profile behawioralne – każdy kanał komunikacji oddzielnie
- Efektywność formatów reklamowych: kluczowe parametry mediowe: CPC, CPM, CTR – każdy kanał komunikacji oddzielnie
- Rozkład ruchu w zależności od ekranu, na którym wyświetlane były reklamy (mobile / desktop)
- Rozkład ruchu ze względu na godziny, w których były realizowane wyświetlenia, kliknięcia
- Dodanie do reklam kodów traktujących emisję reklamy w celu analizy, czy realizacja KPI odbywa się wyłącznie dzięki aktywności osób z grupy celowej.

#### Przekazanie praw autorskich

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszelkich znanych w chwili zawarcia Umowy polach eksploatacji, w tym określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 666, ze zm.).

#### Akceptacja

Przez cały okres realizacji zamówienia ostateczna decyzja dotycząca podejmowanych działań leży po stronie Zamawiającego.