

znak sprawy: 1 / 4 /15

OGŁOSZENIE O KONKURSIE OFERT

Przedmiot:

**„Scenariusz prezentacji atrakcyjności turystycznej Polski
podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie”**

Warszawa, styczeń 2015 r.

ZAMAWIAJĄCY



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



1. Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego;

Polska Organizacja Turystyczna

– jednostka organizacyjna przeprowadzająca postępowanie publiczne o udzielenie zamówienia publicznego i udzielająca zamówienia:

a) Adres Zamawiającego: ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa

b) Fax: +48 22 5367004

c) www.pot.gov.pl

d) E-mail: pot@pot.gov.pl

WPROWADZENIE:

Polska Organizacja Turystyczna (Zamawiający) jest jedną z kilkudziesięciu działających na świecie narodowych organizacji turystycznych. Celem Zamawiającego jest promowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami.

Polska Organizacja Turystyczna prowadzi w krajach europejskich regularne działania marketingowe. Ich przedmiotem są głównie produkty z obszaru turystyki miejskiej i kulturowej takie jak obiekty UNESCO i wydarzenia kulturalne, turystyki aktywnej czy biznesowej. Obecnie, w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” realizowanego w działaniu 6.3 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka planowane są także działania promujące Polskę jako atrakcyjną destynację turystyczną podczas Światowej Wystawy EXPO 2015, która stanowić będzie doskonałą okazję komunikacji atrakcyjności turystycznej Polski nie tylko na rynku włoskim, ale także innych rynkach zagranicznych (głównie europejskich).

INFORMACJE OGÓLNE

1. Wykonawca przedstawi w ofercie budżet, w którym zawiera się jego całkowite wynagrodzenie ze wszystkimi kosztami zewnętrznymi, a także VAT. W ramach tego budżetu Wykonawca zapewni opracowanie kompletnego scenariusza wraz przekazaniem autorskich praw majątkowych. Wszystkie ceny podawane w ofercie i w trakcie współpracy z Zamawiającym powinny być cenami brutto podawanymi w złotych.
2. Wszystkie materiały stworzone w ramach zamówienia zostaną przekazane wraz z majątkowymi prawami autorskimi bez ograniczeń terytorialnych.
W cenie usługi Wykonawca zapewni przekazanie praw autorskich i pokrewnych do całości materiału promocyjnego na wszystkie pola eksploatacji, w szczególności:

- utrwalania i zwielokrotniania jakąkolwiek techniką (w tym drukiem, na kliszy fotograficznej, na taśmie magnetycznej, cyfrowo) w jakimkolwiek systemie i na jakimkolwiek nośniku;
- wprowadzania do komputera oraz do sieci komputerowej i/lub multimedialnej;
- publicznego udostępniania materiału w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym;
- publicznego odtwarzania.

Wykonawca zobowiązany jest we własnym zakresie uzyskać zezwolenia osób, których wizerunki zostały utrwalone w materiale promocyjnym na ich rozpowszechnianie.

3. Wykonawca przy realizacji scenariusza jest zobowiązany opatrzyć go logotypem Unii Europejskiej, logotypem Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013 oraz logotypem Zamawiającego (logo turystyczne Polski), a także umieścić informację o unijnym współfinansowaniu projektu w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

Wykonanie scenariusza merytoryczno-wykonawczego kampanii wizerunkowo-produktowej atrakcyjności turystycznej Polski na terenie wystawy EXPO 2015 oraz miasta Mediolan, obejmująca:

- zaprojektowanie spójnej koncepcji scenariuszowo – scenograficznej dla całości działań prowadzonych zarówno w ramach pawilonu polskiego na wystawie EXPO 2015, jak i w przestrzeni miejskiej, uwzględniającej założenia ogólne oraz elementy obowiązkowe i uzupełniające kampanii;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na scenie (S01) i w polskim pawilonie (S09) EXPO 2015 wraz ze wskazaniem technicznych uwarunkowań implementacyjnych;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na terenie miasta Mediolan podczas EXPO 2015 wraz ze wskazaniem technicznych uwarunkowań implementacyjnych;
- stworzenie programu promocji działań przewidzianych w koncepcji scenariuszowo-scenograficznej na obszarze EXPO 2015 oraz w mieście wraz z planem wdrożeniowym.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia znajduje się w Załączniku nr 1.

Kryteria udziału w postępowaniu:

W postępowaniu mogą uczestniczyć podmioty, które:

1. Są uprawnione do wykonywania określonej działalności.
2. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie, a także potencjał techniczny.
3. Znajdują się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



4. Złożyć ważną ofertę w terminie wyznaczonym do składania ofert.
5. W ciągu ostatnich 3 lat lub jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie, przygotowali co najmniej 2 koncepcje kreatywne i techniczne kampanii promocyjnych zrealizowane na dowolnym rynku Europy Zachodniej, które obejmowały następujące elementy:
 - a) szczegółowy opis idei kampanii bazujący na poszczególnych elementach programowych;
 - b) przygotowanie koncepcji dotarcia do poszczególnych grup odbiorców;
 - c) opis realizacji idei poprzez określoną scenografię oraz działania;
 - d) storyboardy w zakresie scenografii dla poszczególnych działań;
 - e) opracowanie komunikatów głównych i komunikatów pobocznych kampanii promocyjnej,
 - f) przygotowanie co najmniej 2 koncepcji dla poszczególnych działań promocyjnych:
 - ambient marketing,
 - direct marketing,
 - guerilla marketing,
 - internet.

Zamawiający dokona weryfikacji spełnienia warunków udziału w konkursie poprzez zastosowanie kryterium spełnia – nie spełnia, poprzez sprawdzenie, czy oferta została złożona na formularzu ofertowym stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego zapytania oraz czy zostało załączone oświadczenie Wykonawcy stanowiące Załącznik nr 2 (weryfikacja formalna oferty, w tym jej kompletności i zgodności z załączonymi wzorami). Brak któregośkolwiek z wymaganych dokumentów lub załączenie ich w niewłaściwej formie lub niezgodnie z określonymi wymaganiami będzie skutkowało wykluczeniem Wykonawcy z udziału w konkursie.

Termin realizacji przedmiotu zamówienia: 19 lutego 2015 roku

Na realizację przedmiotu zamówienia Zamawiający przeznaczył budżet w wysokości: 120.000,00 PLN brutto.

Miejsce i termin złożenia oferty:

Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, sekretariat XIX p., oferty należy złożyć do dnia 05 lutego 2015 r. do godz. 12:00 . Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.

Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami:

Osoba upoważniona do kontaktowania się z Wykonawcami w godzinach od 09.00 do 16.00 – Cezary Molski, tel. 22/536 70 30, e-mail: cezary.molski@pot.gov.pl

Procedura realizacji konkursu i kryteria oceny ofert:

Konkurs realizowany będzie 2 etapowo:

- w I etapie oceniane będą założenia kreatywne obejmujące 2 elementy przedmiotu zamówienia tj.: koncepcję scenariuszowo – scenograficzną oraz sposób realizacji poszczególnych działań. Praca konkursowa powinna obejmować co najmniej następujące elementy:
 - koncepcję komunikacji słowno-graficznej prezentacji wraz z wizualizacjami;
 - program przebiegu całej prezentacji (zarówno na terenie EXPO, jak i w mieście) w podziale na wraz obejmującego wszystkie elementy wymienione w SOPZ, ze wskazaniem elementów łączących poszczególne wydarzenia;
 - program promocji prezentacji obejmującym wszystkie wskazane w SOPZ elementy, w tym w szczególności koncepcje działań promocyjnych.

W konsekwencji I etapu wyłonionych zostanie 3 Wykonawców, którzy spełniają warunki udziału w konkursie ofert oraz otrzymali największą liczbę punktów za przedstawione założenia kreatywne. Niezwłocznie po ustaleniu wyników etapu I konkursu Zamawiający zawiadomi uczestników o otrzymanych ocenach oraz zaprosi 3 wybranych Wykonawców do udziału w II etapie konkursu.

- w II etapie oceniana będzie całościowy scenariusz obejmujący wszystkie elementy przedmiotu zamówienia, w tym również cenę przygotowania i realizacji scenariusza.

Wszystkie złożone oferty zostaną poddane ocenie przez komisję powołaną przez Zamawiającego. Ocenie podlegać będzie:

- w I i II etapie konkursu - koncepcja kreatywna scenariusza - komunikatywność, oryginalny charakter scenariusza - pomysłowość, niepowtarzalność i inwencja opracowania kampanii. Koncepcja powinna odzwierciedlać nowatorskie podejście, świeżość, śmiałość w podejściu do zadanego tematu oraz wysoką wartość artystyczną w warstwie graficznej. Istotnym elementem projektu jest również klimat kampanii stwarzający odpowiedni nastrój i koloryt, wywołujący pozytywne wrażenia, a także klarowność, prostota i dosadność całej kampanii promocyjnej. Istotna jest precyzja sformułowania komunikatu, tak aby dotarł do odpowiednich grup docelowych. Elementem istotnym jest zwięzła i logiczna komunikacja z odbiorcą przekazu;

Komisja oceniając koncepcję kreatywną przyzna punkty w tym zakresie od 0 do 60 w I etapie konkursu oraz od 0 do 40 w II etapie konkursu, przy czym w przypadku braku zgody co do punktacji wśród członków Komisji, każdy członek Komisji przyzna punkty osobno i z tak uzyskanej punktacji wyciągnięta zostanie średnia punktów.



- w I i II etapie konkursu - spójność przekazu scenariusza - kryterium zwraca uwagę na jednolity i harmonijny przekaz całej kampanii i jej poszczególnych elementów wpływająca na efektywność i oddziaływanie akcji promocyjnej. Ocenie poddane będzie sposób połączenia wskazanych przez Zamawiającego kluczowych oraz obowiązkowych elementów własnych oraz partnerów Zamawiającego, a także dopasowanie ich do koncepcji ogólnej wystąpienia Polski podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie;

Komisja oceniając koncepcję kreatywną scenariusza przyzna punkty w tym zakresie od 0 do 40 w I etapie konkursu oraz od 0 do 30 w II etapie konkursu, przy czym w przypadku braku zgody co do punktacji wśród członków Komisji, każdy członek Komisji przyzna punkty osobno i z tak uzyskanej punktacji wyciągnięta zostanie średnia punktów.

- w II etapie konkursu - łączny koszt realizacji scenariusza – jest to kwota brutto wynikająca z przygotowanej przez Wykonawcę szczegółowej kalkulacji realizacji wszystkich powyższych koncepcji objętych scenariuszem;
- w II etapie konkursu – łączny koszt przygotowania scenariusza – jest to kwota brutto zaproponowana przez Wykonawcę za opracowanie całości przedmiotu zamówienia.

Łącznie każda oferta zarówno w I jak i II etapie konkursu może otrzymać maksymalnie 100 pkt.

W I etapie konkursu Zamawiający przyzna punkty w następujących kryteriach:

- koncepcja kreatywna scenariusza – 60 pkt
- spójność przekazu scenariusza – 40 pkt

Trzech Wykonawców, których oferty otrzymają największą ilość punktów, zostanie zaproszonych do udziału w II etapie konkursu.

W II etapie konkursu Zamawiający przyzna punkty w następujących kryteriach:

- koncepcja kreatywna scenariusza – 40 pkt
- spójność przekazu scenariusza – 30 pkt
- Koszt (cena) realizacji scenariusza – 20 pkt

Punkty w kryterium cena realizacji scenariusza (CRS) Zamawiający przyzna zgodnie ze wzorem:

$CRS = \text{najniższa zaoferowana cena} / \text{cena badanej oferty} \times 20$

- Koszt (cena) przygotowania scenariusza – 10 pkt

Punkty w kryterium cena przygotowania scenariusza (CPS) Zamawiający przyzna zgodnie ze wzorem:



$CPS = \text{najniższa zaoferowana cena} / \text{cena badanej oferty} \times 10;$

Modyfikacja treści ogłoszenia o konkursie:

W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania prac konkursowych zmienić ogłoszenie o konkursie. W takim przypadku zmienione zapytanie ofertowe zostanie przekazane niezwłocznie tym Wykonawcom, którym przekazano pierwotne zapytanie oraz podane do publicznej wiadomości. Jeżeli w wyniku zmiany zapytania ofertowego niezbędny będzie dodatkowy czas na przygotowanie nowej oferty lub wprowadzenie zmian w ofercie pierwotnej, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.

Informacje dodatkowe:

- 1) Do przedmiotowego postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013r, poz. 907 ze zmianami);
- 2) Zawiadomienie o wyborze oferty nie stanowi przyjęcia oferty;
- 3) Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - a) odwołania postępowania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie,
 - b) zamknięcia postępowania bez dokonania wyboru oferty,
 - c) zmiany terminów wyznaczonych w ogłoszeniu,
 - d) żądania szczegółowych informacji i wyjaśnień od wykonawców na każdym etapie postępowania;
- 4) W przypadku skorzystania przez Zamawiającego z któregośkolwiek uprawnienia wskazanego w pkt 3 wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia z tytułu udziału w postępowaniu.

Załączniki:

Załącznik nr 1: Opis przedmiotu zamówienia (Założenia do konkursu na scenariusz prezentacji atrakcyjności turystycznej Polski podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie)

Załącznik nr 2: Wzór Formularza Ofertowego

Załącznik nr 3: Wzór Oświadczenia Wykonawcy

Załącznik nr 4: Istotne postanowienia umowy

**Założenia do konkursu na scenariusz prezentacji atrakcyjności turystycznej Polski
podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie**

1. Przedmiot konkursu

Wykonanie scenariusza merytoryczno-wykonawczego kampanii wizerunkowo-produktowej atrakcyjności turystycznej Polski na terenie wystawy EXPO 2015 oraz miasta Mediolan

2. Założenia komunikacyjne dla przedmiotu konkursu

a) Cel komunikacji

Kampania ma na celu zwrócenie uwagi na Polskę - jej wyjątkową ofertę podczas EXPO2015 oraz jako kraj o bogatych i różnorodnych możliwościach spędzania czasu wolnego.

b) Ogólne informacje o grupie docelowej – adresatach przekazu

Przewiduje się, że zwiedzającymi będą całe rodziny - szczególnie reprezentanci pokolenia trzydziesto – czterdziestolatków, choć nie będzie brakowało ludzi młodszych, także dzieci. Zatem należy przyjąć, że przekaz powinien być nowoczesny i nowocześnie prowadzony, uwzględniający zainteresowania młodych Włochów. Z udostępnionych badań przez organizatorów wynika, że spośród zwiedzających EXPO obywateli Włoch (73% wszystkich zwiedzających), najlichniesza grupę (39%) stanowić będą tzw. GO-AHEAD YOUNG PEOPLE, czyli ludzie w wieku 25-44 lat z przeciętnymi lub ponad przeciętnymi zarobkami oraz podobnym poziomem wykształcenia (pow. średniej). Kolejną pod względem liczebności grupę (20%) stanowić będą tzw. METROPOLITAN – czyli ludzie poniżej 55 lat, (wysoki poziom wykształcenia, statusu społecznego oraz dochodów). Jeśli chodzi o obcokrajowców, to najlichniej reprezentowani będą tzw. (INTER)NATIONAL TOURISTS (33%), w wieku 25-49 lat z zarobkami na poziomie przeciętnym lub ponadprzeciętnym oraz tzw. EXPO LOVERS (27,8%) w wieku 35-49 lat (ponadprzeciętne zarobki, zainteresowania zw. z kulturą) i GREEN YOUNG (18-35) – 19,1 %.

c) Proporcje środków wyrazu

Ekspozycja powinna w połowie bawić, a w połowie dostarczać wiedzy poprzez interakcję z odwiedzającymi. Należy przy tym uwzględnić ponadprzeciętne zainteresowanie Włochów nowoczesnymi technologiami komunikacji i przekazu. Interaktywność powinna być jednym z głównych wyróżników polskiej ekspozycji.

d) Okres realizacji

Wszystkie działania, oprócz zaprojektowanych elementów wyposażenia pawilonu, realizowane będą w ramach Tygodnia Turystyki Polskiej tj. w dniach 18-24 maja 2015 r.

e) Miejsce realizacji



Zaproponowane w pracy konkursowej działania realizowane będą przede wszystkim przed pawilonem Polski (S01), w strefie prezentacji regionalnych (S09) oraz w dogodnych miejscach miasta Mediolan (wybór własny).

f) Maksymalny koszt realizacji komunikacji

Koszt zaproponowanych w pracy konkursowej działań nie może przekroczyć kwoty brutto w wysokości 1.500.000,00 zł.

3. Zakres pracy konkursowej

a) I etap:

- zaprojektowanie spójnej koncepcji scenariuszowo – scenograficznej dla całości działań prowadzonych zarówno w ramach pawilonu polskiego na wystawie EXPO 2015, jak i w przestrzeni miejskiej, uwzględniającej założenia ogólne oraz elementy obowiązkowe i uzupełniające kampanii;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na scenie (S01) i w polskim pawilonie (S09) EXPO 2015;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na terenie miasta Mediolan podczas EXPO 2015;
- stworzenie programu promocji działań przewidzianych w koncepcji scenariuszowo-scenograficznej na obszarze EXPO 2015 oraz w mieście.

b) II etap

- zaprojektowanie spójnej koncepcji scenariuszowo – scenograficznej dla całości działań prowadzonych zarówno w ramach pawilonu polskiego na wystawie EXPO 2015, jak i w przestrzeni miejskiej, uwzględniającej założenia ogólne oraz elementy obowiązkowe i uzupełniające kampanii;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na scenie (S01) i w polskim pawilonie (S09) EXPO 2015 wraz ze wskazaniem technicznych uwarunkowań implementacyjnych;
- zaprojektowanie koncepcji oraz sposobu realizacji poszczególnych działań prowadzonych na terenie miasta Mediolan podczas EXPO 2015 wraz ze wskazaniem technicznych uwarunkowań implementacyjnych;
- stworzenie programu promocji działań przewidzianych w koncepcji scenariuszowo-scenograficznej na obszarze EXPO 2015 oraz w mieście wraz z planem wdrożeniowym.

4. Kluczowe elementy pracy konkursowej

- Dokumentacja w zakresie merytorycznym musi zawierać co najmniej :
 - szczegółowy opis idei kampanii bazujący na poszczególnych elementach programowych;
 - przygotowanie koncepcji dotarcia do poszczególnych grup odbiorców;
 - opis realizacji idei poprzez określoną scenografię oraz działania;



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



- storyboardy w zakresie scenografii dla poszczególnych działań;
- opracowanie komunikatów głównych i komunikatów pobocznych kampanii promocyjnej,
- przygotowanie co najmniej 2 koncepcji dla poszczególnych elementów programowych – prezentacji partnerów regionalnych (w: 5. Obowiązkowe elementy programowe pracy konkursowej) :
 - ambient marketing,
 - direct marketing,
 - guerilla marketing,
 - internet.
- Dokumentacja w zakresie technicznym musi zawierać zweryfikowane wskazania dotyczące co najmniej :
 - szczegółowych lokalizacji działań (co najmniej 2 propozycje główne wraz z 1 alternatywną) wraz z uzasadnieniem oraz procedurą uzyskania zezwoleń (z uwzględnieniem różnych warunków pogodowych),
 - godzinowego rozplanowania działań w poszczególnych dniach (w podziale na: plan całodzienny obejmujący wszystkie działania i lokalizacje oraz plan działań w ramach pawilonu polskiego oraz plan działań na terenie miasta) obejmujące odpowiedni zapas czasu na przygotowanie i sprawdzenie sprawności technicznej oraz gotowości realizatorów ,
 - elementów zapewnienia bezpieczeństwa (rodzaje i ilość w odniesieniu do każdego działania i lokalizacji),
 - elementów zabezpieczenia technicznego (rodzaje i ilość mediów oraz sprzętu),
 - liczby i kompetencji osób obsługi oraz wsparcia technicznego.

5. Obowiązkowe elementy programowe pracy konkursowej

- Uwzględnienie założeń i rozwiązań zawartych w „Koncepcji programowej udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2015 w Mediolanie”, a w szczególności uwzględnienie następujących osi tematycznych:
 - Polska to kraj sukcesu gospodarczego, analogicznego do osiągniętego w swoim czasie przez Włochy.
 - Polska to kraj, w którym rolnictwo, podobnie jak we Włoszech, stało się siłą napędową rozwoju gospodarczego i eksportu.
 - Polska to kraj czyniący, podobnie jak Włochy, wysiłek, by wyrównać różnice rozwojowe w ramach swego kraju. (Program Promocji Polski Wschodniej).



- Polska to kraj o europejskim stylu życia, kraj ludzi ceniących, podobnie jak Włosi, jakość i przyjemności życia, otwartych i przyjaznych. Polska to nowoczesny kraj szanujący tradycje,.
- Polska to kraj nowoczesnego wzornictwa, kraj, który odnosi sukcesy - podobnie jak Włochy, a w szczególności Mediolan – w dziedzinie mody i designu.
- Spójność z głównym tematem EXPO 2015
Przy konstruowaniu scenariusza ekspozycji polskiej należy uwzględnić, że główny temat Wystawy Światowej brzmi: „Wyżywienie planety, energia dla życia”. Wytyczna ta oznacza, że przynajmniej 30 proc. polskiej ekspozycji w Pawilonie powinno być poświęcone wprost promocji osiągnięć polskiego sektora rolno – spożywczego (oczywiście w ciekawej formie), a w szczególności promocji hitów eksportowych i ekologii upraw.
- Nawiązanie do „Scenariusza ekspozycji w pawilonie polskim na wystawie EXPO 2015 w Mediolanie” poprzez zaproponowanie elementów uzupełniających scenariusz koncepcji w odniesieniu do turystycznych produktów regionalnych;
- Wykorzystanie elementów kreacji „Poland. Come and find your story” w zakresie prezentacji poszczególnych turystycznych produktów regionalnych;
- Uwzględnienie następujących działań w zakresie przemysłu spotkań:
 - Prezentacja / Warsztaty w Mediolanie „Energia dla życia – twój wyjazd korporacyjny do Polski” - Warsztat ma celu zapoznanie 30-40 planistów spotkań z Włoch z różnorodnymi możliwościami Polski w ramach organizacji podróży motywacyjnych i korporacyjnych. Degustacja regionalnych specjałów jest dobrym sposobem na poznanie kultury narodu, dlatego też kulinarny incentive jest jednym z najczęściej oferowanych zagranicznym klientom programów motywacyjnych. Dodatkową atrakcją spotkania byłyby warsztaty kulinarne Live Cooking czyli kreatywne zajęcia prowadzone przez Mistrza Kuchni z Polski np. robienie pierogów, pierników, degustacja polskich specjałów etc. zakończone wspólnym lunchem lub kolacją. Na warsztaty zaproszeni będą partnerzy z Polski: regionalne convention bureau oraz rekomendowane profesjonalne firmy zajmujące się podróżami motywacyjnymi z uwzględnieniem produktów związanych z Live Cookingiem;
 - Reklama w internecie - reklamy/bannery i wysyłka mailingu w www.qualitytravel.it, www.eventreport.it, www.mconline.it, www.ttgitalia.com; promocja podczas wydarzeń branżowych stowarzyszeń przemysłu spotkań;



- Włączenie do elementów scenograficzno - technicznych koncepcji 2 stołów oraz 2 kiosków multimedialnych dostarczanych przez Polską Organizację Turystyczną, a także wykorzystanie aplikacji mobilnych na smartfony i tablety;
- Wykorzystanie następujących propozycji działań partnerów regionalnych Polskiej Organizacji Turystycznej w przestrzeni miejskiej oraz na terenie pawilonu polskiego wraz ze wskazaniem połączenia obu tych miejsc w przypadku każdego działania:
 - Małopolskie i Kraków – wspólna prezentacja regionu i miasta podczas pierwszych dwóch dni imprezy (18-19.05.2015). Przewiduje się promocję atrakcyjności turystycznej regionu i miasta z wykorzystaniem kampera obrandowanego grafiką Małopolski oraz Krakowa. Planowane działania zostaną przygotowane przy uwzględnieniu następujących tematów:
 - nowe obiekty w Krakowie (Arena, ICE),
 - kuchnia regionalna – slow food.
 - Miasto Literatury UNESCO,
 - Dama z gronostajem,
 - szopki krakowskie, Boże Narodzenie w Krakowie, szopki w krakowskich kościołach – romantyczny i magiczny Kraków na Świąta,
 - design, etnodesign,
 - sektor MICE.

Na terenie pawilonu przewiduje się następujące aktywności:

- koncert muzyki rozrywkowej,
- prezentację Krakowa i Małopolski,
- losowanie weekendu w Krakowie,
- pokaz kulinarny,
- pokaz mody,
- wykorzystanie motywu Damy z Gronostajem.

Na terenie miasta przewiduje się realizację:

- mapping 3 D z wykorzystaniem Campera Małopolskiego.

Produktem turystycznym w przypadku tego obszaru jest turystyka kulturowa i religijna;

- Green Velo – 5 regionów Polski Wschodniej – promocja najdłuższej trasy rowerowej w Polsce, przebiegającej przez 5 regionów pod nazwą „Greenvelo”. Wyróżnikiem prezentacji będzie kapsuła – srebrna przyczepa, oferująca kino 5D. Produktem turystycznym w przypadku tej prezentacji jest turystyka specjalistyczna (rowerowa) oraz przyrodnicza;
- Dolnośląskie i Wrocław – podstawowym elementem prezentacji realizowanej w dniach 18-24.05.2015 będzie wydarzenie pn. Europejska Stolica Kultury 2016 (Wrocław), które polegać będzie na występach artystycznych i eventowych (1-2 dni) na jednym z mostów Mediolanu. Elementami uzupełniającymi będą działania artystyczne oraz mapping



wieczorny 3D ceramiki bolesławickiej oraz wystawa Europejskiego Szlaku Zamków i Pałaców. Tematem przewodnim jest turystyka kulturowa;

- Lubelskie – promocja łącząca otwartość na różne formy kultury oraz przestrzeni miejskiej. Będzie to fragment prezentacji międzynarodowej imprezy o charakterze cyklicznym, która stanowi wyróżnik Lublina, czyli „Carnaval Sztuk-Mistrzów”. Prezentacje opierać się będą na:

- powieszeniu 2-4 slackline'ów wewnątrz hali i w przestrzeni zewnętrznej. Na dwóch wiszących ponad głowami widzów taśmach można zaprezentować różne dodatkowe atrakcyjne aktywności jak mini zawody i gry min. „Highline Rumble” (który z uczestników ustoi dłużej na tej samej taśmie) lub „Speed contest” (który ze slackline'ów szybciej pokona taśmę tej samej długości. Chodzenie po taśmach i zabawy można pokazywać kilkakrotnie w ciągu dnia;
- przedstawieniu ulicznym „Szafa Show” produkcja Carnawalu Sztuk-Mistrzów i Fundacji Sztukmistrze. Przedstawienie to trzech aktorów, scenografia w postaci szafy i około 40 min. Opcjonalnie trzech artystów z „Szafy Show” może zaprezentować krótkie etiudy na scenie wewnątrz po około 7-10 min (łącznie około 25 min programu);
- przedstawieniu scenicznym „Cafe Variete” na 10 artystów (8 etiud kulturalnych i piosenki wykonywane na żywo).

Produktem turystycznym jest tutaj turystyka kulturowa i miejska.

- Podlaskie – prezentacja opierać się będzie na przedstawieniu bogactwa przyrodniczego oraz oferty kulturowej i aktywnej regionu poprzez:
 - stworzenie dywanu z trawy naturalnej;
 - stworzenie strefy pachnącej ziołami wraz z warsztatami zielarskimi;
 - kuchnię regionalną w oparciu o mozaikę kulturową regionu;
 - występy grupy tanecznej Fair Play Crew oraz pokazy mody inspirowanej logiem województwa podlaskiego zaprojektowanych przez Elwirę Horosz;
 - chodząca maskotka Bociana Białego nawiązanie do rowerowego Podlaskiego Szlaku Bocianiego;
 - interaktywna gra rowerowa w namiocie sferycznym ustawiona w przestrzeni miejskiej (2 rowery);
 - występy grupy Czeremszyna;
 - ekspozycja wystaw fotograficznych – województwo podlaskie z 2 różnych perspektyw;
 - prezentacja animacji dot. logo województwa podlaskiego – nawiązanie do haftu krzyżkowego.
- Miasta i Gminy Morskie – podstawowym elementem prezentacji będzie tradycja oraz charakter wydobywania i obróbki bursztynu nad polskim



morzem. W ramach tego wystąpienia Związek Gmin i Miast Morskich zaproponował:

- organizację wystawy pn. „Gdańsk – Światową Stolicą Bursztynu”, która poprzez fotogramy oraz multimedialne stacje edukacyjne pokazywać będzie długoletnie korzystanie z bogactwa bursztynu w Polsce;
 - pokazy tradycyjnej obróbki bursztynu przez złotnika;
 - pokazy mody oraz biżuterii wykorzystującej lub inspirowanej bursztynem.
- Koncepcje innych partnerów Polskiej Organizacji Turystycznej zgłoszone w trakcie ogłoszenia konkursu, przed wyłonieniem Wykonawcy.
6. Inne działania zaplanowane i realizowane przez Zamawiającego w ramach prezentacji atrakcyjności turystycznej Polski podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie
- Kampania telewizyjna – emisja spotów realizowana będzie w 6 kanałach ogólnowłoskich o największej oglądalności przewidziana na okres 15 – 30 maja 2015 r.;
 - Kampania outdoorowa - zaplanowana jest na okres 1 maja – 15 lipca 2015 r., z wyjątkiem kampanii na tramwajach, która zaplanowana jest na okres 1-30 maja 2015 r.;
 - Oficjalna inauguracja – zaplanowana jest na dzień 18 maja 2015 r. i realizowana będzie w formie wieczornego spotkania warsztatowo-prezentacyjnego z touroperatorami i dziennikarzami w jednym z prestiżowych lokali Mediolanu;
 - Kampania w internecie – zaplanowana jest na okres 5-30 maja 2015 r. i obejmować będzie:
 - Przeprowadzenie zasięgowych działań wizerunkowych na głównych portalach włoskich opartych o formaty display, rich media, video i in.;
 - Wykorzystanie w działaniach promocyjnych potencjału mediów społecznościowych do generowania ruchu w pawilonie Polski oraz aktywizowania odbiorców do podjęcia aktywności w ramach Tygodnia Turystyki Polskiej;
 - Wykorzystanie w działaniach promocyjnych mailingu wysyłanego do bazy użytkowników portali włoskich, co najmniej 5 razy przed Tygodniem Turystyki Polskiej;
 - Uwzględnienie w działaniach promocyjnych przygotowania i publikacji materiałów sponsorowanych na portalach włoskich.

7. Załączniki

- „Koncepcja programowa udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2015 Mediolanie” oraz „Scenariusz ekspozycji w pawilonie Polski na Wystawie EXPO 2015



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



w Mediolanie” – wyciąg z materiałów opracowanych przez PARP i Biuro Komisarza Generalnego;

- Zestaw kreacji kampanii „Poland. Come and find your story”;
- Spot reklamowy „Poland. Come and find your story”:
<https://www.youtube.com/watch?v=grNPswDIpaU>
- Zestawienie propozycji partnerów regionalnych Polskiej Organizacji Turystycznej;



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Załącznik nr 2 – Formularz ofertowy
Etap I konkursu

Zamawiający:
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00 – 613 Warszawa

DANE WYKONAWCY/WYKONAWCÓW (w przypadku oferty wspólnej,
ze wskazaniem pełnomocnika):

.....

NIP REGON

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

.....

Numer telefonu:

Numer faksu:

e-mail

W odpowiedzi na ogłoszenie o konkursie - Etap I składamy niniejszą ofertę na: **„Scenariusz prezentacji atrakcyjności turystycznej Polski podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie”**, przekazując założenia kreatywne.

Oświadczam(y), że zapoznałem(liśmy) się z warunkami konkursu Zamawiającego i nie wnoszę(simy) do niego żadnych zastrzeżeń oraz że zdobyłem(liśmy) konieczne informacje i wyjaśnienia do przygotowania oferty.

.....

Podpis osoby upoważnionej

do reprezentowania Wykonawcy

Załącznik nr 3 – Oświadczenie Wykonawcy
Etap I konkursu

.....
Pieczętka firmowa Wykonawcy Miejscowość i data

Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00 – 613 Warszawa

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY

Działając w imieniu i na rzecz Wykonawcy (dane Wykonawcy):

Nazwa: _____

Adres siedziby: _____

oświadczam(y), że:

- 1) posiadam(y) uprawnienia do wykonywania działalności objętej przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
- 2) posiadam(y) niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuję(emy) potencjałem technicznym do wykonania zamówienia,
- 3) znajduję (emy) się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia.

Poniżej przedstawiam(my) 2 koncepcje kreatywne i techniczne kampanii promocyjnych zrealizowane na dowolnym rynku Europy Zachodniej, wraz z następującymi elementami:

- a) szczegółowy opis idei kampanii bazujący na poszczególnych elementach programowych;
- b) przygotowanie koncepcji dotarcia do poszczególnych grup odbiorców;
- c) opis realizacji idei poprzez określoną scenografię oraz działania;
- d) storyboardy w zakresie scenografii dla poszczególnych działań;
- e) opracowanie komunikatów głównych i komunikatów pobocznych kampanii promocyjnej,
- f) przygotowanie co najmniej 2 koncepcji dla poszczególnych działań promocyjnych:
 - ambient marketing,
 - direct marketing,
 - guerilla marketing,



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



- internet.

(ze wskazaniem daty przygotowania i data realizacji – wdrożenia oraz materiały na płytach VCD / DVD lub w formie drukowanej):

- 1.....
- 2.....

.....
Podpis osoby upoważnionej
do reprezentowania Wykonawcy

***niepotrzebne skreślić**



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

