

Działania komunikacyjne towarzyszące
udziałowi Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 Dubai
(nr referencyjny: DOW.DSiPG.25.3/2021/PN)

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Założenia ogólne

Cele:

Cele komunikacyjne projektu wynikają z założeń zawartych w Koncepcji Programowej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju, która stanowi Załącznik nr 1 do OPZ. Celem działań komunikacyjnych realizowanych przez Wykonawcę będzie w szczególności:

1. Wykorzystanie kontekstu udziału Polski w Expo 2020 w Dubaju do budowania wizerunku Polski na arenie międzynarodowej, w szczególności na Bliskim Wschodzie, poprzez wzrost świadomości nt. kluczowych sukcesów w obszarach gospodarki, nauki i kultury (prezentacja osiągnięć Polski w dziedzinach będących tematami Wystawy);
2. Budowanie marki polskiej gospodarki i potencjału Polski jako miejsca inwestycji oraz producenta, zgodnie z celami działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu;
3. Wzrost świadomości znaczenia udziału Polski w Wystawach Światowych w polskim społeczeństwie, w tym wzrost wiedzy nt. idei Wystaw Światowych.

Grupy odbiorców:

Pierwotne szacunki Organizatora podawały, że ogólna liczba unikalnych odwiedzających EXPO 2020 osiągnie ok. 18,4 mln, z czego 12,7 mln to goście zagraniczni (69%), a 5,7 mln to goście krajowi (31%). Przeciętny zwiedzający spędzi średnio na wystawie 1,3 dnia, co daje łącznie 25 mln wizyt na EXPO. Goście krajowi spędzą średnio na EXPO więcej czasu (1,9 wizyty), co oznacza 11 mln wizyt (56%). Goście zagraniczni wygenerują 14 mln wizyt (44% ich ogółu oraz średnio 1,1, wizyty). Są to jednakże dane sprzed wybuchu pandemii. Estymacje te będą musiały zostać zweryfikowane. Goście krajowi przybędą głównie z terenu emiratu Dubaj. Z pozostałych emiratów spodziewane są znacząco mniejsze liczby zwiedzających.

Wśród gości zagranicznych największą grupę stanowić będą przyjeżdżający docelowo na EXPO 2020. Znacznie mniejszą grupą będą zaś przyjezdni tranzytowi, zwiedzający Wystawę przy okazji przejazdu przez Dubaj. Największy ich odsetek dotrze na EXPO transportem lotniczym (poprzez Dubaj International Airport – 84%).

Największą grupę zagranicznych zwiedzających stanowić będą mieszkańcy szeroko rozumianego Półwyspu Indyjskiego – 22% (Indie, Pakistan, Bangladesz, Nepal, Sri Lanka, Afganistan). Na drugim miejscu znajdują się przyjezdni z obszaru Europy Zachodniej – 18% (Wielka Brytania, Irlandia, Francja, Niemcy, Szwajcaria, Austria, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Holandia, Norwegia, Szwecja, Dania, Finlandia). Trzecia pod względem liczebności grupa to mieszkańcy krajów Zatoki Perskiej – 16% (Arabia Saudyjska, Oman, Kuwejt, Bahrajn, Katar). Na kolejnych miejscach znajdują się zwiedzający z terenu Afryki (10%), Azji (9%), Bliskiego Wschodu (6,8%). Z terenu Europy Wschodniej spodziewane jest tylko 2,3 % gości EXPO.

Analiza grup odwiedzających Wystawę Światową stanowi Załącznik nr 2

Kluczowe przekazy:

W ramach realizacji projektu „Poland at Expo” realizujemy dwa strumienie komunikacji.

1. **Przekaz ogólny**, obejmujący następujące obszary:
 - a. **tw. „Opowieść o Polsce”** – przekaz uniwersalny, który bazuje na narracji stworzonej w ramach ekspozycji stałej w Pawilonie Polski, (Załącznik nr 3 do OPZ), a która nie dezaktualizuje się po zakończeniu Wystawy Światowej. Komunikacja projektu ma służyć budowie przekazu

Poland. Creativity inspired by nature

uniwersalnego, promującego polskie sukcesy z wielu obszarów. Zakładamy, że wszystkie treści będą mogły być wykorzystane również po zakończeniu Expo 2020 Dubai, także w innych, szerszych kontekstach. Polska prezentowana jest jako:

- kraj, którego głównym zasobem są ludzie: kreatywni, ambitni, twórczy, dobrze wykształceni i zdeterminowani, umiejący stawiać czoła nowym wyzwaniom, potrafiący współpracować i wyznaczający trendy;
- kraj, który szanuje tradycje, ale nie tkwi w przeszłości, a dynamicznie rozwija się, tworząc przyszłość Europy i świata;
- kraj, który może pochwalić się konkretnymi przykładami sukcesów na gruncie gospodarki, nauki i kultury (na bazie selekcji, która została dokonana dla potrzeb ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski);

Hasło Polskiego Pawilonu, łączące motyw ludzkiego potencjału oraz rekomendowane przez Organizatorów tematy: zrównoważony rozwój i mobilność, brzmi: „Poland. Creativity inspired by nature”. Kreatywność chcemy prezentować jako polską cechę – wartość, będącą źródłem sukcesu na każdej płaszczyźnie: gospodarczej, naukowej, kulturalnej, społecznej. Hasło przewodnie udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju będziemy interpretować przez pryzmat trzech wątków tematycznych: natura, technologia, współpraca międzynarodowa.

b. **Polska na Expo** – przekazy ogólnowizerunkowe, w szczególności:

- Polska interpretacja hasła przewodniego Wystawy „Łącząc umysły, tworzymy przyszłość”. Polska na tle innych uczestników Wystawy
- Jak realizujemy hasło Pawilonu Polski "Polska. Kreatywność inspirowana naturą"? Jak zaprezentujemy nasz kraj na Expo?
- Jakie korzyści niesie Expo dla polskich przedsiębiorców
- Polska przed rozpoczęciem Wystawy - ogólna zapowiedź
- Podsumowanie obecności na Expo 2020 Dubai

c. **Zaangażowanie Ambasadorów udziału Polski w Expo 2020 w Dubaju**

Tworzymy grupę osób bezpośrednio zaangażowanych w tworzenie obecności Polski na Expo 2020 w Dubaju – chcemy wykorzystać ich potencjał komunikacyjny, aby wzmocnić świadomość znaczenia udziału Polski w Wystawach Światowych wśród polskiej opinii publicznej oraz dotrzeć do szerokiego grona odbiorców zagranicznych. Grupa będzie złożona z twórców Pawilonu Polski i jego ekspozycji, a także liderów opinii, ludzi świata nauki, kultury, twórców, którzy nie są zaangażowani bezpośrednio w przygotowania do udziału w Expo 2020 Dubai, ale dostrzegają wartość w przyłączeniu się do opowiadania o Polsce w kontekście udziału naszego kraju w Expo 2020 w Dubaju (Uwaga: Zamawiający tworzy grupę Ambasadorów we własnym zakresie. Wykonawca powinien uwzględnić tę grupę w planowanych przez siebie działaniach komunikacyjnych. Może również zaproponować nowe osoby, które mogą pełnić tę funkcję).

W ramach tego strumienia będą tworzone w szczególności komunikaty, które pozostaną aktualne niezależnie od daty ich publikacji.

2. Aktualności projektowe

Prezentujemy Polskę jako aktywnego i wyróżniającego się uczestnika Wystawy Światowej w Dubaju. Ten strumień obejmuje następujące obszary, m.in.:

- a. Pawilon i ekspozycja (prezentacja założeń oraz procesu budowy przed rozpoczęciem Wystawy)

Poland. Creativity inspired by nature

- b. Pawilon Polski podczas Wystawy (prezentacja codziennego „życia” Pawilonu Polski)
- c. Aktywność Komisarza Generalnego Sekcji Polskiej
- d. Program gospodarczy (oferta dla biznesu) jako część działania PAIH
- e. Polsko-Arabskie Forum Gospodarcze
- f. Prezentacja Partnerów Komercyjnych
- g. Współpraca z uczelniami (zaangażowanie studentów)
- h. Współpraca z regionami (zaangażowanie urzędów marszałkowskich)
- i. Wydarzenia towarzyszące udziałowi Polski w Expo 2020 w Dubaju (podczas Wystawy)
- j. Informacje organizatora Expo 2020 Dubai oraz ogólne informacje o Dubaju

W ramach tego strumienia będą tworzone komunikaty, które będą związane z konkretnymi działaniami, wynikającymi z harmonogramu projektu.

Model realizacji:

Podczas realizacji zamówienia Wykonawca będzie ściśle współpracował z Zamawiającym, który część zadań z obszaru komunikacji będzie realizował samodzielnie (zespoły w Polsce i w Dubaju).

Inspiracje:

Podczas realizacji zamówienia Wykonawca powinien opierać się na założeniach programowych i kreatywnych wypracowanych dotychczas w ramach realizacji projektu. Wykonawca powinien rozwijać i w kreatywny sposób przetwarzać ww. założenia do realizacji specyficznych celów komunikacyjnych wynikających z przedmiotu zamówienia.

Materiały źródłowe: content opracowany wcześniej przez Zamawiającego, który może być wykorzystany w realizacji działań komunikacyjnych przez Zamawiającego (lub stanowić inspirację do tworzenia własnych, przy czym Wykonawca odpowiada za pełne dostosowanie materiałów przekazanych przez Zamawiającego do poszczególnych kanałów komunikacji). Wszystkie materiały zostaną udostępnione po zawarciu umowy.

1. treści multimedialne stworzone na potrzeby ekspozycji i dostępne w Pawilonie Polski (Ramowa lista materiałów stanowi Załącznik nr 5 do OPZ),
2. materiały filmowe typu *branded content*, dokumentujące proces powstawania ekspozycji, prezentujące twórców i ambasadorów projektu, ukazujące najbardziej wyróżniające elementy obecności Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju (Ramowa lista materiałów stanowi Załącznik nr 5 do OPZ),
3. raporty prezentujące potencjał 14 branż wraz z listą firm o największym potencjale (udostępnione jako pliki PDF po podpisaniu umowy).

Materiały referencyjne, które powinny stanowić inspirację do tworzenia i rozwijania założeń kreatywnych komunikacji, w szczególności:

1. Ramowa prezentacja ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju – Załącznik nr 3 do OPZ
2. Pełna prezentacja ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju – Załącznik nr 4 do OPZ (materiał poufny)
3. Zestawienie obszarów treści na stronie internetowej www.expo.gov.pl, które stanowi Załącznik nr 7 do OPZ (Zamawiający jest na etapie wdrażania nowej wersji strony internetowej, która

Poland.

Creativity inspired by nature

będzie miała charakter storytellingowy, składający się na spójną, interaktywną narrację; strona zostanie uruchomiona przed rozpoczęciem Wystawy Światowej)

4. Koncepcja Programowa udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju, Załącznik nr 1 do OPZ
5. Lista podmiotów zaangażowanych w przygotowania Polski do Expo 2020 Dubai (zostanie przekazana po podpisaniu umowy)
6. Lista ambasadorów (dostępna na stronie internetowej www.expo.gov.pl; docelowo będzie znacznie szersza; lista potencjalnych ambasadorów zostanie przekazana po podpisaniu umowy)
7. Brandbook – Załącznik nr 9 do OPZ
8. Założenia dot. oznakowania projektów finansowanych z funduszy unijnych dostępne pod adresem: <https://www.poir.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-w-programie-1/zasady-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-roku/>

Wyzwania w obszarze komunikacji:

1. Zbudowanie prostego, uniwersalnego kulturowo i czytelnego dla zagranicznego odbiorcy przekazu poświęconego udziałowi Polski w Expo 2020 w Dubaju.
2. Stworzenie przekazu wyróżniającego się na tle innych uczestników Expo 2020 w Dubaju: silna konkurencja ze strony innych państw oraz natłok informacji właściwy tego rodzaju masowym wydarzeniom o charakterze międzynarodowym. Wsparcie poprzez działania komunikacyjne osiągnięcia zakładanego wskaźnika odwiedzin Pawilonu Polski – 10% wszystkich odwiedzających teren Expo.
3. Uzupelnienie założeń o nowy kontekst zagrożenia epidemiologicznego, przy zachowaniu przewagi uniwersalnych przekazów o Polsce, które zostały dotychczas wypracowane
4. Efektywne połączenie komunikacji bezpośredniej prowadzonej w Pawilonie Polski oraz komunikacji pośredniej prowadzonej poprzez działania media relations czy w obszarze digital i social media.
5. Koordynacja działań: wyzwania związane ze skutecznym prowadzeniem równoległej komunikacji na dwóch rynkach – konieczność zachowania spójności komunikacji przy jednoczesnej rozsądnej selekcji informacji przekazywanych w Polsce i PZEA.
6. Zachowanie ciągłości przekazu, budowania właściwej jego dynamiki, zarządzania informacją oraz jego dystrybucją we właściwym czasie
7. Wyzwania związane z realizacją komunikacji we współpracy z licznymi partnerami w Polsce i zagranicą (m.in. instytucje centralne, organizacje tematyczne, przedstawiciele regionów, wykonawcy) – konieczność pogodzenia interesów komunikacyjnych partnerów w kontekście celów komunikacyjnych projektu.
8. Specyfika miejsca organizacji Expo 2020: Wystawa po raz pierwszy organizowana w kraju arabskim; wyzwania związane z przełamaniem istniejących w polskim społeczeństwie i mediach stereotypów związanych z tym regionem świata; szczególna uwaga na brak dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, wyznanie, niepełnosprawność czy inne różnice między ludźmi.
9. Różnorodność etniczna oraz demograficzna grup odbiorców komunikatu (zgodnie ze wskazaniami Organizatora – od rodzin z dziećmi, przez przedstawicieli środowiska biznesu, po polityków czy dyplomatów).
10. Aktualna sytuacja międzynarodowa, szczególnie w rejonie Bliskiego Wschodu.
11. Globalne wyzwania związane z pandemią koronawirusa oraz jego skutkami – funkcjonowanie w nowej, nieprzewidywalnej rzeczywistości.

Przedmiot Zamówienia

Zamówienie będzie realizowane w dwóch obszarach:

OBSZAR I: DZIAŁANIA PODSTAWOWE (działania zdefiniowane przez Zamawiającego)

- ZADANIE 1:** Uzupełnienie koncepcji działań komunikacyjnych towarzyszących udziałowi Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju w latach 2021 i 2022
- ZADANIE 2:** Bieżąca redakcja strony internetowej www.expo.gov.pl (w zakresie sekcji Aktualności)
- ZADANIE 3:** Działania media relations w Polsce
- ZADANIE 4:** Organizacja wydarzeń medialnych w Polsce oraz press tripów dla dziennikarzy z Polski do Dubaju
- ZADANIE 5:** Organizacja press tripu dla dziennikarzy zagranicznych do Polski
- ZADANIE 6:** Obsługa komunikacyjna Dnia Polski i Forum Gospodarczego (6-7.12.2021)
- ZADANIE 7:** Obsługa kanałów społecznościowych Poland at EXPO
- ZADANIE 8:** Materiały konferencyjne
- ZADANIE 9:** Zestaw upominkowy VIP
- ZADANIE 10:** Badanie oceny skuteczności i efektywności działań komunikacyjnych

OBSZAR II: DZIAŁANIA UZUPEŁNIAJĄCE (działania, których formę i zakres proponuje Wykonawca, w granicach szacunku zaproponowanego przez Zamawiającego)

- ZADANIE 11:** wysokozasięgowa kampania promocyjna w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, YouTube
- ZADANIE 12:** Kampania promująca Pawilon Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju

Ramowy harmonogram realizacji:

Zadanie	Okres realizacji
1	w ciągu 3 tygodni od dnia zawarcia umowy
2	w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1
3	w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1
4	w terminach określonych przez Zamawiającego, na zasadach wskazanych w OPZ (realizacja po potwierdzeniu oraz określeniu terminu dla każdego wydarzenia oraz press tripu)
5	w terminie określonym przez Zamawiającego, na zasadach wskazanych w OPZ (realizacja po potwierdzeniu oraz określeniu terminu press tripu)
6	zadanie realizowane od dnia zawarcia umowy do końca grudnia 2021 r.
7	zadanie realizowane w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1
8	zadanie realizowane w ciągu 1 miesiąca od dnia zawarcia umowy
9	zadanie realizowane do 15 września 2021 r.
10	zadanie realizowane w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1
11	zadanie realizowane w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1
12	zadanie realizowane w trybie ciągłym przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia Zadania 1

OBSZAR I: DZIAŁANIA PODSTAWOWE

ZADANIE 1: Uzupelnienie koncepcji dzialan komunikacyjnych towarzyszacych udzialowi Polski w Wystawie Swiatowej EXPO 2020 w Dubaju w latach 2021 i 2022

Zadaniem Wykonawcy bedzie uzupelnienie zalozen komunikacji projektu, opracowanych przez Zamawiajacego oraz opisanych w OPZ (wraz z zalacznikami). Koncepcja powinna stanowic rozwinięcie, byc kompleksowym opisem dzialan komunikacyjnych towarzyszacych udzialowi Polski w Wystawie Swiatowej Expo 2020 w Dubaju, ktorego stworzenie powinna poprzedzac gruntowna analiza otoczenia komunikacyjnego, kontekstu gospodarczego oraz specyfiki kulturowej kraju-gospodarza. Strategia powinna zawierac minimum:

1. Rozwinięcie opisu celów komunikacji zaproponowanych przez Zamawiajacego.
2. Analizę otoczenia komunikacyjnego, w tym dzialan prowadzonych przez inne kraje uczestniczace w Wystawie Swiatowej Expo 2020 w Dubaju.
3. Prezentację zestawu glownych przekazów komunikacyjnych (bazujacych na zalozeniach zdefiniowanych przez Zamawiajacego) i określenie *key messages* komunikacji
4. Opis sposobu wykorzystania narzedzi komunikacji
5. Definicję najwazniejszych wyzwan komunikacyjnych oraz ryzyka kryzysów wizerunkowych wraz z opracowaniem schematu dzialan z zakresu crisis management (w tym dokumentu Q&A).
6. Opis sposobu wlaczenia do dzialan komunikacyjnych obecnych Ambasadorów udzialu Polski w Expo oraz pozyskania nowych Ambasadorów – przedstawicieli kultury, nauki, sportu, liderów opinii, ktorzy poprzez swoje zaangażowanie, umozliwia dotarcie do wiekszego grona odbiorców.
7. Stworzenie szczegolowego harmonogramu dzialan.

Termin realizacji: Wykonawca zrealizuje Zadanie nr 1 w ciagu 3 tygodni od dnia zawarcia umowy.

ZADANIE 2: Bieząca redakcja strony internetowej www.expo.gov.pl (w zakresie sekcji Aktualności)

1. Wykonawca bedzie odpowiedzialny za przygotowanie i publikację materialów w sekcji newsowej, min. 1 publikacja w kazdym tygodniu (Zamawiajacy bedzie publikowal dodatkowe komunikaty w sekcji newsowej we wlasnym zakresie) przez 10 miesiacy od dnia przyjecia przez Zamawiajacego Zadania 1.
2. Wykonawca bedzie w odpowiedzialny za obsluge zakladki „Biuro prasowe” na stronie expo.gov.pl, tj. biezące uzupelnianie sekcji o materialy dla dziennikarzy, w szczegolności wszystkie opracowywane w ramach projektu materialy prasowe, multimedia i in.
3. Do zadan Wykonawcy nalezec bedzie przygotowanie i wdrozenie strategii w zakresie optymalizacji oraz pozycjonowania strony, a takze analityka wraz z comiesiecznym raportowaniem. Do zadan wykonawcy bedzie nalezec pozycjonowanie strony www.expo.gov.pl i jej podstron przy uzyciu min. 10 słów/fraz kluczowych zaproponowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiajacego. Celem dzialania jest wypozycjonowanie strony w wynikach wyszukiwania przegladarki Google w grupie 10 najwyzej pozycjonowanych stron (TOP10) dla zadeklarowanych słów/fraz kluczowych w ciagu 3 miesiacy od zawarcia umowy oraz podtrzymanie tego wskaznika do konca trwania umowy.

ZADANIE 3: Dzialania media relations w Polsce oraz press tripów dla dziennikarzy z Polski do Dubaju

1. Zadaniem Wykonawcy bedzie obsluga prasowa dziennikarzy w Polsce przez 10 miesiacy od dnia przyjecia przez Zamawiajacego Zadania 1
2. Obsluga prasowa powinna obejmowac minimum:

Poland. Creativity inspired by nature

- a. Stworzenie listy mediów, uwzględniającej dziennikarzy i kluczowych influencerów (w tym blogerów) w Polsce (media ogólnoinformacyjne oraz biznesowe, a także o profilu kulturalnym, naukowym czy lifestyle)
- b. Stworzenie harmonogramu działań, w tym tematów istotnych dla realizacji działań media relations na podstawie szczegółowych sugestii przekazanych przez Zamawiającego po zawarciu umowy. Zamawiający będzie przekazywał aktualizację priorytetowych tematów w cyklach miesięcznych
- c. Przygotowanie podstawowego press kitu w językach polskim i angielskim
- d. Przygotowanie, dystrybucję i follow-up min. 2 komunikatów prasowych miesięcznie. Materiały prasowe powinny zawierać teksty oraz infografiki, a także grafiki/wizualizacje, zdjęcia lub filmy
- e. Zaaranżowanie i koordynację w ciągu 10 miesięcy min. 10 wywiadów przedstawicieli Zamawiającego w tytułach uzgodnionych z Zamawiającym
- f. Bieżące odpowiadanie na zapytania ze strony prasy po akceptacji treści przez Zamawiającego.
- g. Monitoring mediów polskich pod kątem obecności tematów związanych z udziałem Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju wraz z opracowywaniem raportów tygodniowych i miesięcznych (Zamawiający przekaze Wykonawcy dostęp do platformy monitoringu mediów po zawarciu umowy)
- h. Zapewnienie dostępu do narzędzia do monitorowania mediów w Zjednoczonych Emiratach Arabskich pod kątem obecności tematów związanych z udziałem Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju (podstawowe działania media relations skierowane do dziennikarzy w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, tj. regularną dystrybucję komunikatów prasowych i budowanie relacji z dziennikarzami w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, a także organizację wydarzeń prasowych w Pawilonie Polski dla lokalnych dziennikarzy Zamawiający będzie realizował samodzielnie; zadaniem Wykonawcy jest zapewnienie wyłącznie narzędzia do monitorowania mediów w ZEA)
- i. spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy.

ZADANIE 4: Organizacja wydarzeń medialnych w Polsce oraz press tripów dla dziennikarzy z Polski do Dubaju

Zadaniem Wykonawcy będzie organizacja wydarzeń medialnych w Polsce (planowane 4 wydarzenia w Warszawie lub innym mieście wojewódzkim). Zamawiający potwierdzi każdorazowo organizację wydarzenia oraz określi jego termin na min. 3 tygodnie przed planowanym wydarzeniem.

- a. 2 spośród wydarzeń planowane są dla 100 osób (Wydarzenie typu A). Zakres obsługi będzie obejmował każdorazowo:
 - Stworzenie koncepcji kreatywnej oraz scenariusza wydarzenia.
 - Przygotowanie zaproszenia w formie elektronicznej.
 - Przygotowanie listy gości oraz wysyłka zaproszeń, follow-up przed wydarzeniem.
 - Opracowanie materiałów prasowych (w tym przygotowanie materiałów graficznych), wydruk i przygotowanie pakietów prasowych (Wykonawca może skorzystać z puli materiałów konferencyjnych określonych w Zadaniu 7)
 - Zapewnienie miejsca na konferencję dla 100 osób oraz scenografii opartej na systemie identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju
 - Zapewnienie i obsługę sprzętu multimedialnego (nagłośnienie, mikrofony, ekrany multimedialne).

Poland.
Creativity inspired
by nature

- Zapewnienie i obsługę cateringu – przerwa kawowa i lunch dla wszystkich osób każdorazowo (łączy koszt cateringu nie powinien przekroczyć 100 zł za osobę).
 - Obsługę recepcji.
 - Obsługę prasową wydarzenia, tj. aranżowanie wywiadów, odpowiadanie na bieżące zapotrzebowanie dziennikarzy w trakcie wydarzenia, a także dystrybucję materiałów prasowych do dziennikarzy nieobecnych na wydarzeniu.
 - Zapewnienie obsługi w zakresie graficznej wizualizacji przebiegu wydarzenia, typu sketch-noting/graphic recordings.
 - Obsługę fotograficzną oraz obsługę video wydarzenia (z każdego wydarzenia powstanie 1 dynamicznie zmontowany film podsumowujący każde wydarzenie o długości do 2 min oraz do 5 krótkich nagrań z wypowiedziami statycznymi osób wskazanych przez Zamawiającego o długości do 2 min każdy).
 - Wydarzenia będą miały formułę hybrydową, tzn. zostaną zorganizowane w formie stacjonarnej z równoczesnym streamingiem online.
 - Jedno wydarzenie prasowe będzie miało charakter specjalny. Wykonawca zorganizuje dodatkowo podczas wydarzenia specjalnego: pokaz mody (prezentację strojów obsługi Pawilonu Polski) oraz pokaz kulinarny (prezentacja menu restauracji w Pawilonie Polski).
 - Spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy,
- b. 2 spośród wydarzeń planowane są dla 50 osób (Wydarzenie typu B). Zakres obsługi będzie obejmował każdorazowo:
- Stworzenie agendy oraz scenariusza wydarzenia.
 - Przygotowanie zaproszenia w formie elektronicznej.
 - Przygotowanie listy gości oraz wysyłka zaproszeń, follow-up przed wydarzeniem.
 - Opracowanie materiałów prasowych (w tym przygotowanie materiałów graficznych), wydruk i przygotowanie pakietów prasowych (Wykonawca może skorzystać z puli materiałów konferencyjnych określonych w Zadaniu 7)
 - Zapewnienie miejsca na konferencję dla 50 osób oraz scenografii opartej na systemie identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju
 - Zapewnienie i obsługę sprzętu multimedialnego (nagłośnienie, mikrofony, ekrany multimedialne).
 - Zapewnienie i obsługę cateringu – przerwa kawowa i lunch dla wszystkich osób każdorazowo (łączy koszt cateringu nie powinien przekroczyć 80 zł za osobę).
 - Obsługę recepcji.
 - Obsługę prasową wydarzenia, tj. aranżowanie wywiadów, odpowiadanie na bieżące zapotrzebowanie dziennikarzy w trakcie wydarzenia, a także dystrybucję materiałów prasowych do dziennikarzy nieobecnych na wydarzeniu.
 - Obsługę fotograficzną oraz obsługę video wydarzenia (z każdego wydarzenia powstanie 1 dynamicznie zmontowany film podsumowujący każde wydarzenie o długości do 2 min oraz do 5 krótkich nagrań z wypowiedziami statycznymi osób wskazanych przez Zamawiającego o długości do 2 min każdy).
 - Wydarzenia będą miały formułę hybrydową, tzn. zostaną zorganizowane w formie stacjonarnej z równoczesnym streamingiem online.
 - Spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy.

Poland. Creativity inspired by nature

3. Kompleksowa realizacja press tripów dla dziennikarzy z Polski do Dubaju. Wykonawca zorganizuje maksymalnie 4 wizyty studyjne dla 50 dziennikarzy łącznie. W ramach trzech wizyt udział weźmie co najmniej 10 dziennikarzy (press trip typu A), a w ramach czwartej 20 dziennikarzy (press trip typu B). Zamawiający potwierdzi każdorazowo organizację press tripu oraz określi jego termin na min. 30 dni przed planowanym wyjazdem. Wynagrodzenie będzie płatne tylko za zrealizowane press tripy. Do zadań Wykonawcy podczas każdego wyjazdu będzie należało:
- Zapewnienie koordynatora wyjazdu, który zadba o sprawny przebieg wizyty i będzie sprawował opiekę nad grupą dziennikarzy przez cały czas trwania wyjazdu
 - Opracowanie listy uczestników wyjazdu w porozumieniu z Zamawiającym.
 - Przygotowanie planu wyjazdu podlegającego akceptacji Zamawiającego na co najmniej 6 tygodni przed każdym wyjazdem.
 - Opracowanie press kitu i jego dystrybucja wśród dziennikarzy.
 - Pomoc w uzyskaniu akredytacji dziennikarskich dla uczestników wyjazdu (akredytacje są udzielane bezpośrednio przez organizatora Wystawy) oraz zapewnienie biletów wstępu na teren Expo dla osób nieposiadających akredytacji dziennikarskich
 - Zapewnienie przelotów na trasie Warszawa-Dubaj i Dubaj-Warszawa; lot bezpośredni, klasa ekonomiczna; bilet powinien uwzględniać bagaż podręczny oraz jedną sztukę bagażu rejestrowanego (dodatkowo: dla dwóch uczestników każdego wyjazdu Wykonawca zapewni dodatkowy bagaż podręczny niestandardowy, w ramach którego będzie przewożony sprzęt telewizyjny, np. kamera); wszystkie bilety powinny również uwzględniać wszelkie opłaty określone prawem krajowym i międzynarodowym, w szczególności opłaty rezerwacyjne, paliwowe oraz lotniskowe.
 - Organizację wszystkich transferów lokalnych wynikających z planu wyjazdu. Transport lokalny realizowany przy użyciu odpowiednio dużego samochodu osobowego (busa), umożliwiającego transport całej grupy jednocześnie, sprawnego technicznie, czystego, o standardzie biznesowym, klimatyzowanego; kierowca samochodu ze znajomością j. angielskiego lub polskiego o schludnym, eleganckim wyglądzie zewnętrznym. Wykonawca ponosi wszystkie koszty związane z zatrudnieniem kierowcy oraz wszystkimi opłatami eksploatacyjnymi (w tym parking, ubezpieczenie, mandaty). Kierowca powinien mieć wiedzę na temat topografii miasta oraz zapewnić sprawne przemieszczanie się po jego terenie.
 - Zapewnienie 4 noclegów w hotelu odpowiadającym minimum polskim 4-gwiazdkom na terenie Dubaju, zlokalizowanego wzdłuż czerwonej linii metra (Dubai Metro Red Line), jednak nie dalej niż 35 km w linii prostej od EXPO Site; pokoje jednoosobowe, klimatyzowane, ze śniadaniem.
 - Zapewnienie wyżywienia dla uczestników wyjazdu (śniadanie, lunch, kolacja): śniadanie w formie bufetu szwedzkiego w hotelu, lunch o wartości do 80 AED/osoba oraz kolacja o wartości do 200 AED/osoba.
 - Zapewnienie ubezpieczenia dla uczestników wyjazdu, obejmujące koszty leczenia i assistance do kwoty min 500 000 zł/uczestnik, ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków oraz utraty bagażu (KL+NW).
 - Zapewnienie wymaganych prawem bądź regulacjami przewoźnika (linii lotniczych) testów w kierunku COVID-19, umożliwiających realizację programu wyjazdu bez zakłóceń.
 - Zapewnienie min. 2 atrakcji turystycznych – jednej całoninowej wycieczki poza Dubaj o charakterze krajoznawczym lub pozwalającej na zapoznanie się z kulturą lub dziedzictwem naturalnym Zjednoczonych Emiratów Arabskich oraz min. jednej atrakcji turystycznej

Poland. Creativity inspired by nature

w Dubaju obejmującej uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym lub możliwość poznania ikonicznych symboli miasta.

m. spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy.

Uwaga: Liczba wydarzeń medialnych oraz liczba press tripów mogą ulec zmianie. Podstawą rozliczenia będą tylko zrealizowane wydarzenia oraz press tripy, na podstawie stawek wskazanych w umowie.

ZADANIE 5: Organizacja press tripu dla dziennikarzy zagranicznych do Polski

Zamawiający potwierdzi organizację press tripu oraz określi jego termin na min. 30 dni przed planowanym wyjazdem

Do działań wykonawcy należeć będzie:

1. Kompleksowa realizacja press tripu dla dziennikarzy emirackich oraz międzynarodowych, akredytowanych przy Expo 2020 Dubai do Polski. Wykonawca zorganizuje 1 wizytę studyjną dla 8 dziennikarzy łącznie. Celem wyjazdu będzie potwierdzenie walorów Polski w obszarze gospodarki, nauki i kultury prezentowanych podczas Expo 2020 w Dubaju i ugruntowanie wizerunku Polski w oczach zagranicznej opinii publicznej. Termin wizyty zostanie podany przez Zamawiającego z minimum 2-miesięcznym wyprzedzeniem. Do zadań Wykonawcy podczas wyjazdu będzie należało:
 - a. Zapewnienie koordynatora wyjazdu, który zadba o sprawny przebieg wizyty i będzie sprawował opiekę nad grupą dziennikarzy przez cały czas trwania wyjazdu
 - b. Opracowanie listy uczestników wyjazdu w porozumieniu z Zamawiającym.
 - c. Przygotowanie planu wyjazdu podlegającego akceptacji Zamawiającego na co najmniej 6 tygodni przed każdym wyjazdem. Plan wyjazdu będzie uwzględniał główne punkty wizyt, w tym: dwie wizyty studyjne w przedsiębiorstwach z branż określonych w programie gospodarczym jako priorytetowe; udział w co najmniej jednym wydarzeniu kulturalnym; zwiedzanie miasta (Warszawa lub Kraków lub Gdańsk lub Poznań lub Wrocław); wycieczka do Parku Narodowego lub miejsca stanowiącego przykład polskiego dziedzictwa naturalnego
 - d. Opracowanie press kitu i jego dystrybucja wśród dziennikarzy.
 - e. Zapewnienie przelotów na trasie Dubaj-Warszawa i Warszawa-Dubaj; lot bezpośredni, klasa ekonomiczna; bilet powinien uwzględniać bagaż podręczny oraz jedną sztukę bagażu rejestrowanego (dodatkowo: dla dwóch uczestników każdego wyjazdu Wykonawca zapewni dodatkowy bagaż podręczny niestandardowy, w ramach którego będzie przewożony sprzęt telewizyjny, np. kamera); wszystkie bilety powinny również uwzględniać wszelkie opłaty określone prawem krajowym i międzynarodowym, w szczególności opłaty rezerwacyjne, paliwowe oraz lotniskowe.
 - f. Organizację wszystkich transferów lokalnych wynikających z planu wyjazdu. Transport lokalny realizowany przy użyciu odpowiednio dużego samochodu osobowego (busa), umożliwiającego transport całej grupy jednocześnie, sprawnego technicznie, czystego, o standardzie biznesowym, klimatyzowanego; kierowca samochodu ze znajomością j. angielskiego lub polskiego o schludnym, eleganckim wyglądzie zewnętrznym. Wykonawca ponosi wszystkie koszty związane z zatrudnieniem kierowcy oraz wszystkimi opłatami eksploatacyjnymi (w tym parking, ubezpieczenie, mandaty). Kierowca powinien mieć wiedzę na temat topografii miasta oraz zapewnić sprawne przemieszczanie się po jego terenie. W przypadku transferów pomiędzy miastami możliwy transport kolejowy w klasie I.

Poland. Creativity inspired by nature

- g. Zapewnienie 6 noclegów w hotelach minimum 4-gwiazdkowych na terenie Polski, w lokalizacjach wynikających z planu wyjazdu; pokoje jednoosobowe, klimatyzowane, ze śniadaniem.
- h. Zapewnienie wyżywienia dla uczestników wyjazdu (śniadanie, lunch, kolacja): śniadanie w formie bufetu szwedzkiego w hotelu, lunch o wartości do 70 zł/osoba oraz kolacja o wartości do 150 zł/osoba.
- i. Zapewnienie ubezpieczenia dla uczestników wyjazdu, obejmujące koszty leczenia i assistance do kwoty min 500 000 zł/uczestnik, ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków oraz utraty bagażu (KL+NW).
- j. Zapewnienie wymaganych prawem bądź regulacjami przewoźnika (linii lotniczych) testów w kierunku COVID-19, umożliwiających realizację programu wyjazdu bez zakłóceń.
- k. Zapewnienie obsługi fotograficznej całego wyjazdu oraz obsługi video 3 najważniejszych punktów wyjazdu (efekt powinno być max. 2-minutowe podsumowanie video z wypowiedziami uczestników wyjazdu)
- l. spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy.

Uwaga: Podstawą rozliczenia będą tylko zrealizowane press tripy.

ZADANIE 6: obsługa komunikacyjna Dnia Polski i Forum Gospodarczego

Wstęp: Dzień Polski i Polsko-Arabskie Forum Gospodarcze to kulminacyjne momenty obecności Polski na Expo 2020 Dubai, które powinny być obecne w komunikacji od początku współpracy z Wykonawcą.

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

1. Przygotowanie materiałów promujących wydarzenia na potrzeby mediów społecznościowych, które jednocześnie będą mogły stanowić materiał otwierający konferencje: min. 1 materiał video o długości do 60 s, 1 animacja o długości do 30 s oraz 1 infografika
2. Organizacja 2 konferencji prasowych towarzyszących Polsko-Arabskiemu Forum Gospodarczemu (6.12.2021) oraz podczas Dnia Polski (7.12.2021) w lokalizacjach wskazanych i zapewnionych przez Zamawiającego. Wykonawca będzie odpowiedzialny za:
 - a. Przygotowanie zaproszenia dla dziennikarzy (polskich, emirackich i międzynarodowych) w formie elektronicznej.
 - b. Przygotowanie listy gości oraz wysyłka zaproszeń, follow up przed wydarzeniem.
 - c. Opracowanie materiałów prasowych (w tym przygotowanie materiałów graficznych), wydruk i przygotowanie pakietów prasowych (Wykonawca skorzysta z puli materiałów konferencyjnych określonych w Zadaniu 7).
 - d. Obsługę prasową wydarzeń, tj. aranżowanie wywiadów, odpowiadanie na bieżące zapotrzebowanie dziennikarzy w trakcie wydarzenia, a także dystrybucję materiałów prasowych do dziennikarzy nieobecnych na wydarzeniu.
3. Podczas Polsko-Arabskiego Forum Gospodarczego: organizacja pracy studia do nagrań wywiadów video (przestrzeń zapewnia Zamawiający), w tym zapewnienie sprzętu, obsługi redakcyjnej (dziennikarz polski ze znajomością języka angielskiego, o profilu telewizyjnym, reprezentujący medium ogólnoinformacyjne lub biznesowe) oraz przeprowadzenie min. 5 wywiadów video z osobami wskazanymi przez Zamawiającego, o długości ok. 10 minut każdy.

Poland. Creativity inspired by nature

4. Podczas Polsko-Arabskiego Forum Gospodarczego: obsługa fotograficzna oraz obsługa video wydarzenia (z wydarzenia powstanie 1 dynamicznie zmontowany film podsumowujący o długości do 3 min oraz do 15 krótkich nagrań z wypowiedziami statycznymi osób wskazanych przez Zamawiającego o długości do 2 min każdy).
5. Podczas Dnia Polski: obsługa fotograficzna oraz obsługa video wydarzenia (z wydarzenia powstanie 1 dynamicznie zmontowany film podsumowujący o długości do 3 min oraz do 15 krótkich nagrań z wypowiedziami statycznymi osób wskazanych przez Zamawiającego o długości do 2 min każdy).

ZADANIE 7: Przygotowanie i publikacja treści w kanałach społecznościowych *Poland at EXPO*

Wstęp:

Zamawiający posiada następujące kanały społecznościowe: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram. Zadaniem Wykonawcy będzie tworzenie i publikowanie treści **przez 10 miesięcy od dnia przyjęcia przez Zamawiającego Zadania 1 w serwisach: Facebook, LinkedIn, Twitter**. Oprócz treści opracowywanych i publikowanych przez Wykonawcę, Zamawiający będzie opracowywał i publikował własne treści na potrzeby serwisów Facebook, LinkedIn i Twitter. Dla profili w serwisach Instagram oraz YouTube Zamawiający będzie przygotowywał treści i publikował je we własnym zakresie. Wszystkie kanały będą prowadzone w językach polskim oraz angielskim.

Treści przygotowywane przez Wykonawcę powinny obejmować dwa strumienie komunikacji, tj. „Przekaz ogólny” oraz „Aktualności projektowe”, przy czym w działaniach Wykonawcy strumień „Przekaz ogólny” powinien być dominujący (w proporcjach ok. 3:1).

1. Wykonawca będzie zobowiązany do opracowania ramowego harmonogramu działań w social media dla całego okresu współpracy, uszczegóławianego w cyklach miesięcznych. Harmonogram powinien uwzględniać min. 4 posty tygodniowo w każdym z kanałów, w tym min. 3 posty realizujące strumień „Przekazu ogólnego” oraz 1 realizujący strumień „Aktualności projektowych”. Minimum jeden post tygodniowo powinien zawierać animację bądź materiał video.
2. Za produkcję contentu w całości odpowiadać będzie Wykonawca. W ramach tworzenia komunikatów Wykonawca może korzystać oraz inspirować się materiałami multimedialnymi udostępnionymi przez Zamawiającego, wskazanymi w Załączniku nr 5. Materiały powinny zostać dostosowane do specyfiki poszczególnych kanałów (np. skrócenie istniejących materiałów video, podział materiałów na krótsze części, dostosowanie udźwiękowienia).
3. Opracowywane przez Wykonawcę treści mają zachęcać do polubienia/obserwowania profilu strony w sposób organiczny oraz interakcji ze strony użytkowników serwisu, angażując fanów, tzn. zachęcając ich do komentowania, polubienia lub udostępnienia postu. Posty powinny być uzupełnione o hashtagi oraz aktywne linki do osób/podmiotów zewnętrznych, których dotyczy treść posta.
4. Wykonawca będzie odpowiedzialny za moderowanie dyskusji pod postami. Odpowiedź na pytania i komentarze powinna być udzielona w ciągu max. 24 godzin od zadania pytania/publikacji/komentarza (jeśli wymaga konsultacji z Zamawiającym). W przypadku prostych pytań/komentarzy (niewymagających konsultacji z Zamawiającym) Wykonawca powinien odpowiedzieć najpóźniej w ciągu 2 godzin od zadania pytania/publikacji komentarza w godz. 8:00 - 20:00. W przypadku pytań i komentarzy opublikowanych przez użytkowników po godz. 20:00, Zamawiający dopuszcza odpowiedź najpóźniej do godz. 10:00 dnia następnego.
5. Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie cover photos/cover videos oraz ich zmianę min. 3-krotnie w trakcie realizacji umowy.
6. Wykonawca zapewni monitoring mediów społecznościowych.

Poland. Creativity inspired by nature

- Wykonawca zapewni narzędzie do sprawnej współpracy pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą w celu koordynacji tworzenia i akceptacji treści,
- Wykonawca zadba o spełnienie obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 13 i 14 RODO wobec osób, których dane osobowe będzie przetwarzał w związku z realizacją Umowy.

ZADANIE 8: Materiały konferencyjne

- Wykonawca będzie odpowiedzialny za zapewnienie, tj. projekt, produkcję oraz transport następujących materiałów konferencyjnych:
 - Teczki papierowe złote – Curious Metallics Złoto (GOLD LEAF) 300g, niekaszerowana, zadruk: sitodruk, 2 kolory, 1000 szt.
 - Torby papierowe złote – torba typu premium/mieszcząca format A4, zadruk 2 kolory (w tym złota apla), laminowanie mat, papier kreda 200g, kolor uchwytu dopasowany do grafiki, usztywnienia górne + usztywnienie dołu torby, 1000 szt.
 - Notes – notes typu premium, format b5, oprawa miękka, kolor czerwony lub złoty, cena jednostkowa max 50 zł, 200 szt.
 - Rollup – rollup premium, wydruk na materiale STOPLIGHT, kasetka aluminiowa, szerokość 100 cm, 4 szt.
 - Ścianka – 2 ścianki wystawiennicze łukowe, rozmiary min 4 x 3 m, 2 szt.
 - Torby materiałowe – MATERIAŁ: drelich 280 /m2, kolor czerwony, SPLOT: skośny, SZEROKOŚĆ: 36 cm, WYSOKOŚĆ: 40 cm, DNO: 6 cm, BOKI: 6 cm, RĄCZKI: 6x90 cm, ZADRUK: 1 kolor, sitodruk, 500 szt.
 - Przypinki – metalowe tłoczone, okrągłe, średnica ok 1,5 m, 2 kolory malowane, zapięcie motylek, 2000 szt.
 - Usb – pojemność 64 GB, stylistyka drewniana, nadruk/grawer, 100 szt.
- Materiały konferencyjne zostaną zaprojektowane i wykonane w oparciu o przyjęty System Identyfikacji Wizualnej, który zostanie przekazany przez Zamawiającego (Brandbook zawiera podstawowe projekty dla każdego z ww. materiałów. Zadaniem Wykonawcy będzie dostosowanie go do potrzeb wykonawczych).
- Termin realizacji: Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia do siedziby PAIH w Warszawie **wszystkich materiałów w terminie 1 miesiąca od dnia zawarcia umowy.**

ZADANIE 9: Zestaw upominkowy VIP

- Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie koncepcji zestawu upominkowego, jego kompleksową realizację oraz dostarczenie wszystkich zestawów do miejsc wskazanych przez Zamawiającego. Zestaw upominkowy VIP ma mieć formę eleganckiego prezentu w estetycznym opakowaniu zgodnym z systemem identyfikacji wizualnej udziału Polski w Expo 2020.
- Zestaw upominkowy będzie składał się z co najmniej czterech elementów nawiązujących do ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski, w tym:
 - Element inspirowany strefą I Pawilonu Polski „Poland. Inspired by nature”.
 - Element inspirowany instalacją multimedialną „Polski Stół” bądź jednym z wybranych modułów specjalnych.
 - Element spożywczy o długiej ważności spożycia, co najmniej do końca miesiąca października 2022 r. (elementy spożywcze nie mogą zawierać alkoholu oraz składników więprzowych, np. żelatyna).
 - Dodatkowy element zaproponowany przez Wykonawcę.
- Ostateczna propozycja zestawu upominkowego VIP zostanie wypracowana po zawarciu umowy i będzie podlegała akceptacji Zamawiającego.

Poland. **Creativity inspired by nature**

4. Koszt jednego zestawu nie może przekroczyć kwoty 200 zł brutto.
5. Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie 1500 sztuk zestawów upominkowych.
6. Zestawy upominkowe zostaną rozdyskrebowane w następujących proporcjach i lokalizacjach:
 - a. 500 sztuk do siedziby PAIH w Warszawie
 - b. 1000 sztuk do miejsca magazynowania w Dubaju (miejsce zapewnione przez Zamawiającego)
6. Wykonawca zapewni obsługę logistyczną, transport zestawów upominkowych do Dubaju oraz dostarczenie do wskazanego przez Zamawiającego miejsca magazynowania. Wszystkie materiały zostaną dostarczone do wskazanych miejsc maksymalnie do 15 września 2021 r. zawarcia umowy.

Zadanie 10: Badanie oceny skuteczności i efektywności działań komunikacyjnych

1. Zadaniem Wykonawcy będzie zaproponowanie mechaniki oceny skuteczności działań komunikacyjnych realizowanych przez Wykonawcę, która powinna zawierać minimum:
 - a. Opis proponowanych wskaźników efektywności.
 - b. Przedstawienie zakładanych efektów działań.
2. Wykonawca przeprowadzi ocenę skuteczności zrealizowanych działań komunikacyjnych. Będzie również odpowiedzialny za proces raportowania przez cały czas realizacji zamówienia. Do zadań Wykonawcy będzie należeć w szczególności:
 - a. Realizacja zaakceptowanych przez Zamawiającego sposobów pomiaru efektywności działań.
 - b. Opracowywanie tygodniowych raportów mediowych (oraz doraźnych raportów dziennych, jeśli pojawią się publikacje o znaczeniu strategicznym), analiza medialna liczby, jakości i zasięgu wycinków prasowych oraz publikacji w mediach społecznościowych, według schematu zaakceptowanego z Zamawiającym.
 - c. Opracowywanie kompleksowych raportów miesięcznych podsumowujących wszystkie działania, w podziale na narzędzia, wg schematu zaakceptowanego z Zamawiającym.
 - d. Opracowanie raportu końcowego – podsumowania i oceny efektywności działań komunikacyjnych towarzyszących udziałowi Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju.

OBSZAR II: DZIAŁANIA UZUPEŁNIAJĄCE

Działania, których formę i zakres proponuje Wykonawca, w granicach szacunku zaproponowanego przez Zamawiającego. Zakres działań będzie bazował na propozycji przedstawionej w ramach oferty przetargowej i zostanie doprecyzowany po zawarciu umowy.

Zadanie 11: wysokozasięgowa kampania promocyjna w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, Youtube

1. Wykonawca zrealizuje wysokozasięgową kampanię promocyjną w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, Youtube, która będzie realizowana przez 10 miesięcy
2. Szacunkową wartość dla realizacji niniejszego zadania Zamawiający określa na 650.406,50 zł netto.
3. Realizacja kampanii będzie skoordynowana z realizacją Zadania 6.
4. Priorytetowym celem kampanii jest zwiększenie liczby wizyt w Pawilonie Polski poprzez zachęcenie osób planujących wizytę na terenie Expo 2020 Dubai do wpisania Pawilonu Polski na listę pawilonów godnych uwagi (w tym: skorzystania z zapowiadanych przez organizatora Expo narzędzi do planowania wizyt).
5. W ramach realizacji kampanii w serwisach Facebook i Instagram, Wykonawca będzie odpowiedzialny za stworzenie dedykowanych kampanii treści. Zamawiający dopuszcza również

możliwość skorzystania z treści tworzonych przez Zamawiającego bądź z innych treści tworzonych przez Wykonawcę w ramach realizacji niniejszego zamówienia.

6. W ramach realizacji kampanii w serwisie YouTube Wykonawca skorzysta z treści publikowanych w serwisie przez Zamawiającego bądź treści video realizowanych przez Wykonawcę w ramach niniejszego zamówienia.
7. Wykonawca opracuje plan realizacji Zadania dla całego okresu realizacji umowy, plan będzie aktualizowany w cyklach miesięcznych. Wybór treści przeznaczonych do wykorzystania w kampanii promocyjnej musi zostać zatwierdzony przez Zamawiającego.
8. Grupa docelowa kampanii powinna w 70 % obejmować odbiorcę zagranicznego, zgodnie ze strukturą odwiedzających Wystawę Światową Expo 2020 Dubai oraz w 30 % odbiorcę polskiego.
9. Minimalne wskaźniki kampanii:
 - a. dotarcie do min. 1 000 000 osób z grupy docelowej kampanii w każdym miesiącu kampanii
 - b. zwiększenie interakcji (łącznie liczby polubień, komentarzy i udostępnień, liczby wyświetleń zdjęcia/filmu). Wartość bazowa zostanie określona w miesiącu poprzedzającym miesiąc rozpoczęcia kampanii. Zadaniem Wykonawcy będzie zwiększenie wartości bazowej o min. 500% w pierwszym miesiącu trwania kampanii min. 50% w kolejnych miesiącach trwania kampanii (w stosunku do wartości bazowej)

Zadanie 12: Kampania promująca Pawilon Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju

Wstęp: W ramach tego zadania Wykonawca ma pełną dowolność w proponowaniu narzędzi komunikacji. Ostateczny zakres działań zostanie wypracowany na bazie propozycji Wykonawcy przedstawionych w ofercie. Poprzez dobór narzędzi Zamawiający chce uwypuklić sens hasła przewodniego Pawilonu, opartego na motywie kreatywności. Zamawiający w szczególności zakłada wykorzystanie narzędzi o charakterze niestandardowym, które wyróżnią komunikację Polski na tle innych uczestników Wystawy Światowej i poprawić widoczność i dotarcie komunikatów o Polsce do opinii publicznej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich (zarówno mieszkańców, jak i turystów).

1. Zadaniem Wykonawcy będzie stworzenie koncepcji, określenie narzędzi, zaplanowanie i egzekucja zaproponowanych działań
2. Grupa docelowa kampanii powinna w 70 % obejmować odbiorcę zagranicznego oraz w 30 % odbiorcę polskiego.
3. Szacunkową wartość dla realizacji niniejszego zadania Zamawiający określa na 650.406,50 zł netto.
4. Ostateczny zakres działań w ramach tego zadania zostanie wypracowany we współpracy z Zamawiającym po podpisaniu umowy, na podstawie rekomendacji przedstawionych w ofercie.

ZAŁĄCZNIKI:

1. Koncepcja Programowa udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju
2. Analiza grup odwiedzających Wystawę Światową
3. Ramowe założenia ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski na Expo 2020 Dubai
4. Pełna prezentacja ścieżki zwiedzania w Pawilonie Polski na Expo 2020 Dubai – Dokument Poufny.
5. Ramowa lista treści multimedialnych, którymi dysponuje Zamawiający
6. Zestawienie obszarów treści na stronie internetowej www.expo.gov.pl
7. Brandbook