*Załącznik nr 1*

# OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

## I. Informacje ogólne:

1. Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usług w zakresie optymalizacji działań promocyjno-informacyjnych w mediach społecznościowych i wsparcie techniczne oraz merytoryczne, mających na celu:

* zwiększenie skuteczności działań komunikacyjnych w społeczności korzystającej z tzw. nowych mediów.
* wzrost świadomości mieszkańców województwa na temat Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021–2027,
* informowanie o naborach, projektach, efektach i rezultatach wsparcia,
* budowanie zaangażowania społeczności wokół marki FEP,
* promocję korzyści wynikających z realizacji polityki spójności w regionie,
* zwiększenie ruchu na stronie funduszeue.podkarpackie.pl.

1. Usługa polega na wsparciu w prowadzeniu, administrowaniu, tworzeniu treści, realizacji materiałów wideo, moderacji, prowadzeniu kampanii płatnych oraz raportowaniu działań informacyjno-promocyjnych dla profili „Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021–2027” w serwisach:

* Facebook <https://www.facebook.com/funduszeeuropejskiedlapodkarpacia>
* Instagram <https://www.instagram.com/fundusze_ue_dla_podkarpacia/>
* YouTube <https://www.youtube.com/@OdmienionePodkarpackie>

1. Grupy docelowe:

W ramach realizacji niniejszego działania Zamawiający zostaną skierowane do następującej grupy odbiorców: mieszkańcy województwa podkarpackiego w wieku 16+, w tym:

* beneficjenci oraz potencjalni beneficjenci Funduszy Europejskich
* przedsiębiorcy,
* przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, przedstawiciele i właściciele instytucji otoczenia biznesu, klastrów i konsorcjów naukowo – przemysłowych,
* przedstawiciele instytucji integracji i pomocy społecznej, rynku pracy, jednostek ochrony zdrowia, nauki i edukacji,
* przedstawiciele stowarzyszeń i organizacji pozarządowych oraz fundacji,
* dziennikarze, liderzy opinii oraz eksperci, młodzież, studenci.

1. Usługa ma charakter rezultatu mierzalnego wskaźnikami określonymi w niniejszym OPZ.
2. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za:

* prawidłową realizację zamówienia,
* zgodność treści z obowiązującymi przepisami prawa,
* przestrzeganie wytycznych dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich 2021–2027,
* osiągnięcie minimalnych wskaźników określonych w pkt V.

## II. Okres realizacji

1. Umowa obowiązuje od dnia podpisania do 10 grudnia 2026 r.
2. Publikacja treści rozpocznie się w marcu 2026 r.
3. Ostatni raport zostanie sporządzony za listopad 2026 r.
4. W grudniu 2026 r. Wykonawca przedłoży raport końcowy obejmujący cały okres realizacji umowy.

## III. Szczegółowy zakres rzeczowy

### 1. Minimalna liczba materiałów (warunek bezwzględny)

W okresie realizacji umowy Wykonawca zobowiązany jest do publikacji:

#### Facebook + Instagram

* minimum 15 postów miesięcznie (łącznie min. 130 w całym okresie realizacji),
* w tym:
  + minimum 10 postów statycznych miesięcznie,
  + minimum 5 materiałów wideo miesięcznie

#### YouTube

* minimum 5 materiałów wideo pionowych miesięcznie oraz minimum dwa poziome materiały wideo kwartalnie.

Za materiał uznaje się publikację zawierającą autorski opis oraz oznaczenia graficzne.

Nie dopuszcza się „uzupełniania” braków ilościowych w kolejnych miesiącach bez pisemnej zgody Zamawiającego.

Każdy materiał filmowy musi być **zaplanowany i uzgodniony z Zamawiającym**   
z 1–2 tygodniowym wyprzedzeniem,

UWAGA: w przypadku niepełnego miesiąca liczba materiałów będzie zmniejszona proporcjonalnie. Łączna minimalna liczba to: 130 postów w całym okresie realizacji oraz 40 materiałów video na YouTube.

### 2. Wymogi jakościowe (mierzalne)

Każdy materiał musi:

* być zgodny z Księgą Tożsamości Wizualnej FE 2021–2027, dostępnej pod linkiem: <https://funduszeue.podkarpackie.pl/images/Dokumenty_2024/pliki/ksiegastyczen2024.pdf>
* zawierać obowiązkowe oznaczenia i hasztagi: #FunduszeUE, #FunduszeEuropejskie,  
  i inne związane z FE
* być poprawny językowo i merytorycznie,
* posiadać tekst alternatywny (grafiki),
* zawierać napisy rozszerzone (materiały wideo),
* posiadać wersję z audiodeskrypcją (materiały wideo).

Brak spełnienia któregokolwiek z powyższych warunków traktowany będzie jako nienależyte wykonanie usługi.

### 3. Relacjonowanie wydarzeń

1. Wykonawca zobowiązany jest do osobistego udziału w minimum 6 wydarzeniach organizowanych przez Zamawiającego w tym obowiązkowo w ramach akcji „Funduszowy maj 2026”. Przeprowadzone zostaną także działania reklamowe, promujące te wydarzenia w SM.
2. Każde wydarzenie musi zostać udokumentowane poprzez:

* minimum 1 relację live lub cykl stories,
* minimum 1 materiał wideo podsumowujący (do 7 dni od wydarzenia).

1. Wykonawca pokrywa wszelkie koszty dojazdu i realizacji materiału.

### 4. Moderacja i czas reakcji

1. Monitorowanie profili: 7 dni w tygodniu.
2. Czas reakcji:

* do 4 godzin w dni robocze (7:00–17:00),
* do godz. 8:00 następnego dnia w przypadku zdarzeń wieczornych.

1. Każde zgłoszenie kryzysowe musi zostać odnotowane w raporcie miesięcznym.

### 5. Obsługa kampanii płatnych

1. Wykonawca założy odrębne konto reklamowe.
2. Łączny budżet kampanii: minimalnie 8 000 zł brutto.
3. Wydatkowanie środków musi być udokumentowane:

* fakturami/rozliczeniem z panelu reklamowego,
* zrzutami z systemu reklamowego,
* raportem zawierającym: zasięg, CPM, CPC, CTR, liczbę pozyskanych obserwujących.

## IV. Raportowanie (obowiązkowe elementy)

Raport kwartalny musi zawierać skrócony opis działań za 3 miesiące z uwzględnieniem:

* Liczbę opublikowanych materiałów (z podziałem na formaty).
* Zasięg organiczny i płatny każdego materiału.
* Liczbę interakcji (reakcje, komentarze, udostępnienia).
* Przyrost obserwujących (netto i brutto).
* Analizę realizacji KPI.
* Informację o działaniach optymalizacyjnych.
* Dokumentację wydatkowania budżetu reklamowego.

Brak raportu w terminie skutkuje możliwością wstrzymania płatności transzy.

## V. Wskaźniki rezultatu (KPI – warunek rozliczenia)

W okresie realizacji umowy Wykonawca zobowiązany jest osiągnąć:

### Facebook

* zasięg łączny: min. 2 000 000
* wzrost liczby fanów: min. 1 000

### Instagram

* zasięg łączny: min. 100 000
* wzrost obserwujących: min. 500

### YouTube

* wzrost subskrybentów: min. 300

Wskaźniki mierzone będą na podstawie danych z natywnych narzędzi analitycznych platform.

Nieosiągnięcie minimum 90% wartości wskaźnika może skutkować:

* proporcjonalnym obniżeniem wynagrodzenia,
* naliczeniem kary umownej (zgodnie z zapisami umowy).

## VI. Obowiązkowe kampanie promocyjne

Wykonawca zobowiązany jest do zaplanowania, realizacji i raportowania **minimum trzech kampanii promocyjnych** w okresie obowiązywania umowy, obejmujących następujące działania:

1. **Kampania promocyjna „Funduszowy Maj 2026”**  
   Celem kampanii jest promocja wydarzenia „Funduszowy Maj 2026” wśród mieszkańców województwa podkarpackiego oraz zwiększenie zainteresowania wydarzeniami organizowanymi przez Zamawiającego oraz beneficjentów .

Kampania obejmuje:

* + - obecność podczas wydarzeń
    - publikację treści organicznych na Facebooku, Instagramie i YouTube,
    - przeprowadzenie płatnych działań reklamowych skierowanych do grupy docelowej w regionie,
    - stworzenie materiałów graficznych i wideo (zgonie ze scenariuszem ustalonym 2 tygodnie przed wydarzeniem) minimum dwa poziome filmy o długości do 120 sekund ich skrócone wersje 30 sek. i 60 sek. )
    - tworzenie „wydarzeń” na Facebook

1. **Kampania promocyjna strony internetowej „Zwiedzaj z Funduszami”** <https://zwiedzajzfunduszami.podkarpackie.pl/>

Celem kampanii jest zwiększenie ruchu na stronie oraz zainteresowania ofertą edukacyjno-promocyjną prezentowaną na stronie.

Kampania obejmuje:

* + - publikację postów i relacji promujących wybrane treści strony,
    - prowadzenie działań reklamowych w mediach społecznościowych,
    - stworzenie materiałów graficznych i wideo (minimum dwa poziome filmy o długości do 120 sekund ich skrócone wersje 30 sek. i 60 sek.)

1. **Kampania promocyjna strony internetowej „Podkarpackie.Naturalnie”** <https://funduszeue.podkarpackie.pl/>

Celem kampanii jest promocja regionalnych inicjatyw ekologicznych i turystycznych wspieranych przez Fundusze Europejskie.

Kampania obejmuje:

* + - publikację materiałów organicznych i płatnych,
    - zapewnienie spójności komunikacji z wizualną identyfikacją FEP oraz zasadami prostego języka.
    - stworzenie materiałów graficznych i wideo (minimum dwa poziome filmy o długości do 120 sekund ich skrócone wersje 30 sek. i 60 sek. )

**Wymogi dla wszystkich kampanii:**

* każda kampania musi być **zaplanowana i uzgodniona z Zamawiającym** w formie harmonogramu i scenariusza publikacji z 1–2 tygodniowym wyprzedzeniem,
* materiały muszą być dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (napisy rozszerzone, audiodeskrypcja, tekst alternatywny),

Wykonawca zobowiązany jest do **raportowania efektów każdej kampanii (raport może być zawarty w raporcie kwartalnym)**, w tym:

* + zasięgu organicznego i płatnego,
  + liczby interakcji,
  + przyrostu obserwujących/fanów/subskrybentów,
  + wydatkowania budżetu reklamowego z pełną dokumentacją (faktury, zrzuty z panelu reklamowego, targetowanie grup docelowych).

## VII. Procedura akceptacji

1. Zamawiający ma prawo zgłaszać uwagi bez limitu korekt.
2. Publikacja bez akceptacji traktowana będzie jako naruszenie warunków umowy.

## VIII. Odpowiedzialność Wykonawcy

Wykonawca odpowiada za:

* prawa autorskie do wszystkich materiałów,
* legalność wykorzystanych zdjęć, muzyki i grafik,
* zgodność z przepisami RODO,
* zabezpieczenie danych dostępowych do kont,