*Załącznik nr 2*

## Sposób przygotowania oferty

**Nazwa zadania: Działania promujące Fundusze Europejskie w mediach społecznościowych.**

Do oferty Wykonawca zobowiązany jest dołączyć **Strategię promocji**, która będzie podstawą oceny komisji przetargowej oraz dokumentem umożliwiającym kontrolę realizacji zamówienia. Strategia musi zawierać wszystkie poniższe elementy – **brak któregokolwiek elementu skutkuje odrzuceniem oferty bez możliwości oceny**.

### **1. Koncepcja kreatywna**

* Wykonawca przygotuje autorską koncepcję kreatywną w dowolnej formie (dokument Word A4 lub prezentacja PowerPoint).
* Koncepcja powinna przedstawić w sposób wyczerpujący pomysły na działania promocyjne angażujące odbiorców i gwarantujące osiągnięcie wskaźników określonych przez Zamawiającego w OPZ.
* Koncepcja musi uwzględniać publikację jednakowych postów na Facebooku i Instagramie oraz materiałów wideo na YouTube, zgodnie z zakładanymi ilościami.
* W koncepcji Wykonawca opisze m.in.:
  + cykle stałe i okolicznościowe,
  + planowane rodzaje postów (statyczne, wideo, relacje, stories),
  + spójność wizualną i komunikacyjną w oparciu o KTW Funduszy Europejskich 2021–2027,
  + planowane kampanie promocyjne (patrz pkt 3).
* Koncepcja będzie podstawą do oceny kreatywności i możliwości twórczych Wykonawcy.

### **2. Przykładowe posty o tematyce unijnej**

Wykonawca przedstawi gotowe do publikacji posty w formatach umożliwiających ich odtworzenie (video, nagranie, animacja), które pozwolą na ocenę rzeczywistej jakości materiałów:

1. **Post statyczny** – tekst + zdjęcie zgodnie z KTW marki FE.
2. **Post wideo/animacja** – wprowadzenie tekstowe + materiał video lub animacja, zgodnie z KTW marki FE.

**Wymogi dodatkowe dla postów:**

* dostosowanie do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (audiodeskrypcja, tekst alternatywny),
* przygotowanie w języku prostym, zgodnie z zasadą „prosto o Funduszach Europejskich” ([link](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/prosto-o-funduszach-europejskich-1/)).

### 3**. Obowiązkowe kampanie promocyjne**

W ramach strategii Wykonawca zobowiązany jest do zaplanowania, realizacji i raportowania **minimum trzech kampanii promocyjnych**:

1. **Funduszowy Maj 2026** – promocja wydarzenia, zwiększenie świadomości mieszkańców o inicjatywach beneficjentów FE w województwie podkarpackim.
2. **Strona „Zwiedzaj z Funduszami”** <https://zwiedzajzfunduszami.podkarpackie.pl/> – promocja strony internetowej oraz materiałów edukacyjno-promocyjnych.
3. **Projekt „Podkarpackie.naturalnie”** <https://naturalnie.podkarpackie.pl/> – promocja inicjatyw ekologicznych i turystycznych wspieranych przez Fundusze Europejskie.

### **4. Przykładowe cykle stałe**

* W koncepcji Wykonawca przedstawi przykładowe cykle publikacji, uwzględniające charakter regionu, grupy docelowe, dni tygodnia oraz powtarzalność treści.

### **5. Szata graficzna**

* Szata graficzna musi być zgodna z Księgą Tożsamości Wizualnej Funduszy Europejskich 2021–2027 ([link](https://funduszeue.podkarpackie.pl/images/dokumenty/promocja/KTW_marki_FE_2021-2027.pdf)),
* uwzględniać odpowiednie logotypy dedykowane podkarpackiemu,
* posiadać opis alternatywny dla elementów wizualnych,
* być spójna z koncepcją kreatywną Wykonawcy.

### **6. Przykładowy materiał video / Reels / relacja**

* Wykonawca przedstawi jeden przykładowy materiał video, Reels lub relację o dowolnej tematyce, zawierający napisy rozszerzone i dostosowany do osób z niepełnosprawnościami.