# SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (zwany dalej SOPZ)

## **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań promocyjnych dotyczących programów rozwojowych, tj. programów inkubacji i akceleracji, realizowanych w ramach projektu „Małopolska Przedsiębiorcza”.

Głównymi elementami zamówienia będą:

- przeprowadzenie kampanii informacyjno - promocyjnej w portalach internetowych oraz w mediach społecznościowych,

- wykonanie projektów graficznych,

- produkcja materiałów filmowych,

- aktywność ambasadora programów,

- obsługa fotograficzna.

Projekt „Małopolska Przedsiębiorcza”, jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego) w ramach programu Funduszy Europejskich dla Małopolski na lata 2021-2027.

Głównym celem projektu jest wsparcie małopolskich przedsiębiorców we wczesnej fazie rozwoju i startupów, posiadających duży potencjał dla wdrażania innowacyjnych rozwiązań, w szybszym rozwoju i tworzeniu nowoczesnych produktów/usług.

Program inkubacji pomoże firmom z regionu działającym na rynku maksimum 3 lata o dużym potencjale dopracować model biznesowy, stworzyć MVP (Minimum Valuable Product), zyskać wsparcie ekspertów i mentorów, którzy pomogą określić dalszą ścieżkę rozwoju, a także zdobyć kompetencje kluczowe dla rozwoju biznesu.

Program akceleracji wesprze małopolskie startupy działające na rynku maksimum 5 lat, posiadające już MVP, w procesie dalszego rozwoju produktu/usługi, pozyskania partnerów biznesowych oraz zwiększenia skali działania i przyspieszenia rozwoju. Dzięki wsparciu mentorów/ekspertów oraz wyspecjalizowanym usługom dedykowanym tym firmom zyskają one też możliwość walidacji rynkowej swoich produktów/usług.

Do programów inkubacji/akceleracji będą kwalifikowane firmy działające w branżach wpisujących się w regionalne inteligentne specjalizacje (RIS) określone w „Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego 2030” (RSI WM). Ponadto kwalifikowane będą firmy prowadzące działalność dedykowaną obszarom Gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) lub Przemysłu 4.0. Podczas rekrutacji do programów inkubacji i akceleracji premiowane będą te firmy, których produkty/usługi przyczyniają się do

zwiększenia równości, włączenia społecznego i niedyskryminacji, a więc tzw. startupy pozytywnego wpływu (niosące wartości społeczne). Premiowane będą też startupy promujące zaangażowanie kobiet, w tym prowadzone przez kobiety i/lub tworzące

rozwiązania dla kobiet.

Realizacja zamówienia ma wesprzeć proces rekrutacji do jednej edycji programu akceleracyjnego oraz jednej edycji programu inkubacyjnego. Rekrutacja będzie prowadzona jesienią 2025 roku i będzie odbywać się równolegle dla obu programów. Głównym celem działań promocyjnych będzie dotarcie z informacjami o ofercie programu do firm z całej Małopolski spełniających kryteria grupy docelowej programu, by zachęcić je do udziału, przedstawić korzyści wynikające z uczestnictwa i możliwości jakie daje program, a także budować świadomość wśród firm w jakim kierunku powinna pójść, by szybciej się rozwijać. Działania informacyjne będą prowadzone również wobec firm z mniejszych ośrodków Małopolski. W tym celu zorganizowane zostaną spotkania informacyjne w subregionach.

Promocja będzie też ukierunkowana na upowszechnianie efektów projektu, by budować świadomość firm jak ważne i pomocne są programy rozwojowe. Promocja dotyczyć będzie również organizacji spotkań podsumowujących przeprowadzone edycje programów: akceleracyjnego i inkubacyjnego.

Informacje na temat programów akceleracyjnego i inkubacyjnego będą sukcesywnie aktualizowane na stronie [www.startup.malopolska.pl](http://www.startup.malopolska.pl).

## **TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Zamówienie zostanie zrealizowane w terminie do 10 miesięcy od dnia podpisania umowy.

Terminy realizacji poszczególnych elementów zamówienia zostały określone w części III niniejszego SOPZ.

## **SZCZEGÓŁOWY OPIS POSZCZEGÓLNYCH ELEMENTÓW ZAMÓWIENIA DO REALIZACJI PRZEZ WYKONAWCĘ**

Realizacja kampanii informacyjnej zostanie przeprowadzona zgodnie z uwagami Zamawiającego. Wszelkie treści, hasła, elementy graficzne, materiały filmowe przeznaczone do publikacji wymagają akceptacji Zamawiającego. Zamawiający przekaże Wykonawcy aktualny key visual do materiałów graficznych i filmowych wykorzystywany do działań promocyjnych prowadzonych przez Województwo Małopolskie (aktualny key visual można zobaczyć na stronie [www.startup.malopolska.pl](http://www.startup.malopolska.pl)).

Działania promocyjno–informacyjne w ramach zamówienia będą prowadzone od dnia zawarcia umowy, sukcesywnie na podstawie przesyłanych drogą mailową przez Zamawiającego zleceń, do terminu wskazanego w pkt. II.

Media, w których znajdą się materiały informacyjno–promocyjne, powinny mieć charakter: informacyjny, biznesowy/gospodarczy, opiniotwórczy, pozwalający na szerokie dotarcie do potencjalnych odbiorców zaplanowanych działań. Informacje pojawiające się w mediach, za których pośrednictwem będzie prowadzona kampania, nie mogą: zawierać treści powszechnie uznawanych za wulgarne i obraźliwe, pornografii, erotyki oraz treści obscenicznych, obrażać uczuć innych osób, w tym również uczuć religijnych, przedstawiać przemocy albo materiałów o tematyce rasistowskiej, zawierać treści promujących, zachęcających lub oferujących instrukcje dotyczące działalności nielegalnej.

Sposób wykonania i prezentowania materiałów informacyjnych i promocyjnych we wszystkich publikatorach musi spełniać wszystkie wymogi stawiane instytucjom publicznym w wytycznych [WCAG 2.1](http://wcag20.widzialni.org/), zgodnie z ustawą o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych z 4 kwietnia 2019 roku. Takie same wymagania stawiane są wobec projektów graficznych oraz materiałów filmowych.

**Elementy działań, do których zobowiązany będzie Wykonawca zamówienia:**

1. **Emisja postów na profilach Facebookowych lub LinkedInowych portali** **informacyjnych** (lokalnych serwisów), w których większość publikowanych informacji dotyczy wydarzeń **z terenu miasta** **Krakowa (maksymalnie 10 razy)**.

Profile Facebookowe lub LinkedInowe portali (serwisów) informacyjnych, o których mowa, muszą być jednymi z najczęściej odwiedzanych przez użytkowników profili informujących o wydarzeniach w Krakowie. Cechą charakterystyczną portali (serwisów) muszą być ukazujące się na nich materiały informujące o zagadnieniach także z dziedziny przedsiębiorczości. Wyboru publikatora dla danego zlecenia dokona każdorazowo Zamawiający spośród co najmniej dwóch propozycji przedstawionych przez Wykonawcę na etapie wykonywania zlecenia. Wśród propozycji znajdą się portale (serwisy), których liczba polubień lub obserwujących użytkowników profilu Facebookowego w chwili wykonywania zlecenia przekracza 10000. W przypadku gdy post będzie publikowany na portalu LinkedIn, wówczas liczba obserwujących wybrany profil musi przekraczać 1000. Przy wyborze portalu preferowane będą te, które dysponują możliwością publikacji zarówno na profilach Facebookowych, jak i LinkedInowych.

1. **Emisja postów na profilach Facebookowych lub LinkedInowych portali** (serwisów) o tematyce **biznesowej (maksymalnie 8 razy)**.

Profile Facebookowe lub LinkedInowe portali (serwisów), o których mowa, muszą być adresowane do przedsiębiorców, także tych rozpoczynających działalność gospodarczą, muszą cieszyć się popularnością wśród użytkowników, a publikowane tam materiały muszą się odznaczać wysokim poziomem merytorycznym. Wyboru publikatora dla danego zlecenia dokona każdorazowo Zamawiający spośród dwóch propozycji przedstawionych przez Wykonawcę na etapie wykonywania zlecenia. Wśród propozycji znajdą się portale (serwisy), których liczba polubień lub obserwujących użytkowników profilu Facebookowego w chwili wykonywania zlecenia przekracza 5000.W przypadku gdy post będzie publikowany na portalu LinkedIn, wówczas liczba obserwujących wybrany profil musi przekraczać 1000. Przy wyborze portalu preferowane będą te, które dysponują możliwością publikacji zarówno na profilach Facebookowych, jak i LinkedInowych.

1. **Emisja postów na profilach Facebookowych lub LinkedInowych portali** **informacyjnych z Małopolski** w których większość publikowanych informacji dotyczy wydarzeń **z terenu subregionów z Małopolski z wyłączeniem miasta Krakowa** (**maksymalnie 20 razy**).

Profile Facebookowe lub LinkedInowe portali (serwisów), o których mowa, muszą być jednymi z najczęściej odwiedzanych przez użytkowników profili informujących o wydarzeniach na terenie poszczególnych małopolskich subregionów. Cechą charakterystyczną portalów (serwisów) muszą być ukazujące się na nich materiały informujące także o zagadnieniach z dziedziny przedsiębiorczości. Wyboru publikatora dla danego zlecenia dokona każdorazowo Zamawiający spośród dwóch propozycji przedstawionych przez Wykonawcę na etapie wykonywania zlecenia. Wśród propozycji znajdą się portale (serwisy), których liczba polubień lub obserwujących użytkowników profilu Facebookowego w chwili wykonywania zlecenia przekracza 5000. W przypadku gdy post będzie publikowany na portalu LinkedIn, wówczas liczba obserwujących wybrany profil musi przekraczać 750. Przy wyborze portalu preferowane będą te, które dysponują możliwością publikacji zarówno na profilach Facebookowych, jak i LinkedInowych.

**Dodatkowe wymagania odnoszące się do zadań znajdujących się w pkt. III. 1 - 3**

* Zlecenie na emisję posta zostanie przekazane Wykonawcy najpóźniej do 3 dni roboczych przed planowaną datą emisji. W ciągu 1 dnia roboczego Wykonawca przedstawi do wyboru Zamawiającego minimum dwa publikatory spełniające wymagania SOPZ. Za przygotowanie treści posta odpowiada Wykonawca. W terminie 2 dni roboczych od przekazania zlecenia na emisję Wykonawca prześle do akceptacji Zamawiającego projekt posta dopasowany do grupy docelowej. Szczegółowe dane na temat ostatecznego kształtu posta zostaną ustalone w trakcie roboczych uzgodnień.
* W dniu zamieszczenia posta Wykonawca prześle do Zamawiającego zrzut ekranu oraz właściwy link do profilu Facebookowego lub LinkedIn, potwierdzający jego obecność na tym profilu.
* W ciągu 7 dni roboczych od publikacji posta, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane podsumowujące przeprowadzone działanie promocyjne, w tym: liczbę wyświetleń posta, liczbę aktywności związanych z postem, rodzaj aktywności związanej z reakcją na post.

1. **Redakcja i emisja artykułów (maksymalnie 3 razy)** na portalach (serwisach internetowych) o tematyce biznesowej.

* Portale (serwisy) internetowe, o którym mowa, muszą być adresowane do przedsiębiorców oraz osób zainteresowanych tematyką przedsiębiorczości i zakładania własnej działalności, poruszać tematykę istotną dla startupów (gospodarczą, biznesową), muszą cieszyć się popularnością wśród użytkowników, a publikowane tam materiały muszą się odznaczać wysokim poziomem merytorycznym. Poziom oglądalności portalu zostanie potwierdzony na podstawie statystyk dostarczonych przez Wykonawcę, np. prowadzonych na podstawie badań Megapanel PBI/Gemius lub podobnych. Wyboru publikatora dla danego zlecenia dokona każdorazowo Zamawiający spośród dwóch propozycji przedstawionych przez Wykonawcę na etapie wykonywania zlecenia. Wśród propozycji znajdą się portale (serwisy), których oglądalność wynosi co najmniej 1000 wizyt dziennie (średnia uwzględniająca 3 miesiące przed emisją materiału).
* Zlecenie na emisję artykułu na portalu (serwisie) internetowym zostanie przekazane Wykonawcy najpóźniej 7 dni przed planowaną datą emisji. Wraz ze zleceniem Zamawiający przekaże Wykonawcy merytoryczne materiały dotyczące problematyki planowanego artykułu.
* W pierwszym dniu emisji artykułu Wykonawca dostarczy Zamawiającemu link do adresu zamieszczonego artykułu.
* W ciągu 10 dni roboczych od daty emisji artykułu, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane na temat liczby wyświetleń artykułu – łącznie oraz w poszczególnych dniach.
* Artykuły o objętości do 5000 znaków ze spacjami zostaną przygotowane przez redaktora związanego z serwisem (portalem), na którym będą one publikowane. W terminie do 3 dni roboczych przed emisją projekt artykułu zostanie przesłany do Zamawiającego w celu dokonania ewentualnej korekty. Przy artykułach będzie możliwość zamieszczania materiałów graficznych i filmowych wskazanych przez Zamawiającego.
* Redaktor, o którym mowa, powinien wykazać się sumiennością, dokładną znajomością tematyki, zdolnością do selekcji informacji atrakcyjnych dla grupy docelowej, umiejętnością szybkiego i łatwego tworzenia tekstów (tzw. ”lekkie pióro”), a przygotowane materiały powinny mieć logicznie uporządkowany tekst pod względem merytorycznym, powinny być dostosowane do odbiorcy, powinny być poprawne językowo i stylistycznie.
* W terminie do 7 dni od daty emisji artykułu dostęp do artykułu będzie widoczny ze strony startowej serwisu (link prowadzący do artykułu będzie znajdował się w jej górnej części).

1. **Prowadzenie kampanii promocyjnej na profilach Facebookowych administrowanych przez Zamawiającego na etapie rekrutacji i na początkowym etapie realizacji edycji programów: inkubacyjnego i akceleracyjnego.**

* Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową, częściowo płatną, na wskazanych przez Zamawiającego profilach Facebookowych, administrowanych przez Województwo Małopolskie. Podczas tej kampanii promowane będą przygotowane przez Wykonawcę posty i inne aktywności określone na etapie wcześniej przygotowanego planu. Wszystkie te aktywności zostaną wdrożone po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega, że działania promocyjne mogą być prowadzone równolegle na więcej niż jednym profilu. Zamawiający zamierza przeznaczyć na tę płatną dla Facebooka kampanię kwotę 20 tys. zł. netto (kwota płatności dla Facebooka). **Podana kwota nie obejmuje kosztów obsługi ponoszonych przez Wykonawcę, które wraz z kwotą przeznaczoną przez Zamawiającego na reklamę na Facebooku (20 tys. zł netto)** **trzeba będzie zsumować i w ten sposób (zsumowane) określić na etapie składania oferty**. Kwota przeznaczona przez Zamawiającego zostanie zawarta w wynagrodzeniu Wykonawcy. Wykonawca będzie zobowiązany do dokonania zapłaty za płatną kampanię.
* Kampania, o której mowa, trwać będzie w trakcie prowadzenia rekrutacji do programów inkubacyjnego i akceleracyjnego oraz na początkowym etapie realizacji programów (okres 40-50 dni) - wówczas Wykonawca będzie zobligowany do uruchomienia minimum 3 aktywności tygodniowo na profilach Facebookowych. Potem, w trakcie realizacji programów przewidywana częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności miesięcznie.
* Główną grupę docelową działań reklamowych stanowić będą przedsiębiorcy i mieszkańcy województwa małopolskiego, w wieku 18-40 lat, w których obszarze zainteresowania pozostaje tematyka przedsiębiorczości. W przypadku, gdy grupa docelowa będzie wymagała dodatkowego uszczegółowienia bądź modyfikacji, wówczas informacje w tym zakresie Zamawiający przekazywać będzie Wykonawcy na bieżąco.
* Zamawiający zleci Wykonawcy podjęcie działań promocyjnych najpóźniej 4 dni robocze przed rozpoczęciem kampanii. Wykonawca w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 2 dni robocze przedstawi zakres planowanej promocji. W tym celu wyszczególnione zostaną m.in. następujące dane: wysokość płatności dla Facebooka przeznaczonej na przeprowadzenie działania promocyjnego, plan zamieszczania promowanych za odpłatnością i bezpłatnych postów oraz innych aktywności (w tym np. wydarzeń, modyfikacji graficznych profili), szczegółowa charakterystyka grupy docelowej, symulację zasięgów ilościowych promowanych postów przy zastosowaniu różnych form rozliczeń reklamy (CPC, CPA, CPM), określenie charakteru poszczególnych aktywności podejmowanych na Facebooku wraz z uzasadnieniem racjonalności ich zastosowania, przewidywany czas prowadzenia kampanii. Przedstawionym w planie propozycjom towarzyszyć będą argumenty przemawiające za podjęciem wyszczególnionych w planie działań. Zamawiający w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 1 dzień roboczy odniesie się do przedstawionego planu i wniesie ewentualne uwagi.
* W ciągu 3 dni roboczych od zakończenia kampanii, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane podsumowujące przeprowadzoną kampanię, weryfikujące założenia ww. planu. W przypadku, gdy zaplanowany zasięg ilościowy nie zostanie osiągnięty, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane, chyba że Wykonawca udowodni, przedstawiając obiektywne przesłanki, że niespełnienie warunków było od niego niezależne.

1. **Prowadzenie kampanii promocyjnej na profilach Facebookowych administrowanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji edycji programów inkubacyjnego i akceleracyjnego oraz przy organizacji spotkań podsumowujących te edycje.**

* Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową, częściowo płatną, na wskazanych przez Zamawiającego profilach Facebookowych, administrowanych przez Województwo Małopolskie. Podczas tej kampanii promowane będą przygotowane przez Wykonawcę posty i inne aktywności określone na etapie wcześniej przygotowanego planu. Wszystkie te aktywności zostaną wdrożone po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega, że działania promocyjne mogą być prowadzone równolegle na więcej niż jednym profilu. Zamawiający zamierza przeznaczyć na tę płatną dla Facebooka kampanię kwotę 5 tys. zł. netto (kwota płatności dla Facebooka). **Podana kwota nie obejmuje kosztów obsługi ponoszonych przez Wykonawcę, które wraz z kwotą przeznaczoną przez Zamawiającego na reklamę na Facebooku (5 tys. zł netto)** **trzeba będzie zsumować i w ten sposób (zsumowane) określić na etapie składania oferty**. Kwota przeznaczona przez Zamawiającego zostanie zawarta w wynagrodzeniu Wykonawcy. Wykonawca będzie zobowiązany do dokonania zapłaty za płatną kampanię.
* Kampania, o której mowa, trwać będzie w trakcie realizacji edycji programów inkubacyjnego i akceleracyjnego - przewidywana wówczas częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności miesięcznie oraz na etapie organizacji spotkań podsumowujących zrealizowaną edycję (przez 3-4 tygodnie) - przewidywana wówczas częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności tygodniowo.
* Główną grupę docelową działań reklamowych stanowić będą mieszkańcy przedsiębiorcy i województwa małopolskiego, w wieku 18-45 lat, w których obszarze zainteresowania pozostaje tematyka przedsiębiorczości. W przypadku, gdy grupa docelowa będzie wymagała dodatkowego uszczegółowienia bądź modyfikacji, wówczas informacje w tym zakresie Zamawiający przekazywać będzie Wykonawcy na bieżąco.
* Zamawiający zleci Wykonawcy podjęcie działań promocyjnych najpóźniej 4 dni robocze przed rozpoczęciem kampanii. Wykonawca w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 2 dni robocze przedstawi zakres planowanej promocji. W tym celu wyszczególnione zostaną m.in. następujące dane: wysokość płatności dla Facebooka przeznaczonej na przeprowadzenie działania promocyjnego, plan zamieszczania promowanych za odpłatnością i bezpłatnych postów oraz innych aktywności (w tym np. wydarzeń, modyfikacji graficznych profili), szczegółowa charakterystyka grupy docelowej, symulację zasięgów ilościowych promowanych postów przy zastosowaniu różnych form rozliczeń reklamy (CPC, CPA, CPM), określenie charakteru poszczególnych aktywności podejmowanych na Facebooku wraz z uzasadnieniem racjonalności ich zastosowania, przewidywany czas prowadzenia kampanii. Przedstawionym w planie propozycjom towarzyszyć będą argumenty przemawiające za podjęciem wyszczególnionych w planie działań. Zamawiający w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 1 dzień roboczy odniesie się do przedstawionego planu i wniesie ewentualne uwagi.
* W ciągu 3 dni roboczych od zakończenia kampanii, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane podsumowujące przeprowadzoną kampanię, weryfikujące założenia ww. planu. W przypadku, gdy zaplanowany zasięg ilościowy nie zostanie osiągnięty, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane, chyba że Wykonawca udowodni, że niespełnienie warunków było od niego niezależne.

1. **Prowadzenie kampanii promocyjnej na profilach LinkedIn administrowanych przez Zamawiającego na etapie rekrutacji i na początkowym etapie realizacji edycji programów inkubacyjnego i akceleracyjnego.** 
   * + Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową częściowo płatną, na wskazanych przez Zamawiającego profilach LinkedInowych, administrowanych przez Województwo Małopolskie. Podczas tej kampanii promowane będą przygotowane przez Wykonawcę posty i inne aktywności określone na etapie wcześniej przygotowanego planu. Wszystkie te aktywności zostaną wdrożone po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega, że działania promocyjne mogą być prowadzone równolegle na więcej niż jednym profilu. Zamawiający zamierza przeznaczyć na tę płatną dla LinkedIna kampanię kwotę 10 tys. zł. netto (kwota płatności dla LinkedIna). **Podana kwota nie obejmuje kosztów obsługi ponoszonych przez Wykonawcę, które wraz z kwotą przeznaczoną przez Zamawiającego na reklamę na LinkedInie 10 tys. zł netto** **trzeba będzie zsumować i w ten sposób (zsumowane) określić na etapie składania oferty**. Kwota przeznaczona przez Zamawiającego zostanie zawarta w wynagrodzeniu Wykonawcy. Wykonawca będzie zobowiązany do dokonania zapłaty za płatną kampanię.

* Kampania, o której mowa trwać będzie w trakcie prowadzenia rekrutacji do programów inkubacyjnego i akceleracyjnego oraz na początkowym etapie realizacji programów (okres 40-50 dni) - wówczas Wykonawca będzie zobligowany do uruchomienia minimum 1 aktywności tygodniowo na profilach LinkedInowych. Potem, w trakcie realizacji programów przewidywana częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności miesięcznie.
* Główną grupę docelową działań reklamowych stanowić będą przedsiębiorcy i mieszkańcy województwa małopolskiego, w wieku 18-40 lat, w których obszarze zainteresowania pozostaje tematyka przedsiębiorczości. W przypadku, gdy grupa docelowa będzie wymagała dodatkowego uszczegółowienia bądź modyfikacji, wówczas informacje w tym zakresie Zamawiający przekazywać będzie Wykonawcy na bieżąco.
* Zamawiający zleci Wykonawcy podjęcie działań reklamowych najpóźniej 4 dni robocze przed rozpoczęciem kampanii. Wykonawca w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 2 dni robocze przedstawi zakres planowanej promocji. W tym celu wyszczególnione zostaną m.in. następujące dane: wysokość kwoty przeznaczonej na przeprowadzenie danego działania, szczegółowa charakterystyka grupy docelowej, zasięg ilościowy (przewidywana ilość osób, do których dotrze reklama), forma promocji posta, przewidywany czas prowadzenia kampanii. Zamawiający w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 1 dzień roboczy odniesie się do przedstawionego planu i wniesie ewentualne uwagi.
* W ciągu 3 dni roboczych od zakończenia kampanii, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane podsumowujące przeprowadzoną kampanię, weryfikujące założenia ww. planu. W przypadku, gdy zaplanowany zasięg ilościowy nie zostanie osiągnięty, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane, chyba że Wykonawca udowodni, że niespełnienie warunków było od niego niezależne.

1. **Prowadzenie kampanii promocyjnej na profilach LinkedIn administrowanych przez Zamawiającego na końcowym etapie realizacji edycji programów inkubacyjnego i akceleracyjnego oraz przy organizacji spotkań podsumowujących te edycje.** 
   * + Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową częściowo płatną, na wskazanych przez Zamawiającego profilach LinkedInowych, administrowanych przez Województwo Małopolskie. Podczas tej kampanii promowane będą przygotowane przez Wykonawcę posty i inne aktywności określone na etapie wcześniej przygotowanego planu. Wszystkie te aktywności zostaną wdrożone po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega, że działania promocyjne mogą być prowadzone równolegle na więcej niż jednym profilu. Zamawiający zamierza przeznaczyć na tę kampanię (płatną dla LinkedIna) kwotę 4 tys. zł. netto. **Podana kwota nie obejmuje kosztów obsługi ponoszonych przez Wykonawcę, które wraz z kwotą przeznaczoną przez Zamawiającego na reklamę na LinkedInie (4 tys. zł netto), kwotę tą** **trzeba będzie zsumować i w ten sposób (zsumowane) określić na etapie składania oferty**. Kwota przeznaczona przez Zamawiającego zostanie zawarta w wynagrodzeniu Wykonawcy. Wykonawca będzie zobowiązany do dokonania zapłaty za płatną kampanię.

* Kampania, o której mowa trwać będzie w trakcie realizacji edycji programów inkubacyjnego i akceleracyjnego - przewidywana wówczas częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności miesięcznie oraz na etapie organizacji spotkań podsumowujących zrealizowaną edycję - przewidywana wówczas częstotliwość prowadzonych działań to 1-3 aktywności tygodniowo.
* Główną grupę docelową działań reklamowych stanowić będą przedsiębiorcy i mieszkańcy województwa małopolskiego, w wieku 18-45 lat, w których obszarze zainteresowania pozostaje tematyka przedsiębiorczości. W przypadku, gdy grupa docelowa będzie wymagała dodatkowego uszczegółowienia bądź modyfikacji, wówczas informacje w tym zakresie Zamawiający przekazywać będzie Wykonawcy na bieżąco.
* Zamawiający zleci Wykonawcy podjęcie działań reklamowych najpóźniej 4 dni robocze przed rozpoczęciem kampanii. Wykonawca w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 2 dni robocze przedstawi zakres planowanej promocji. W tym celu wyszczególnione zostaną m.in. następujące dane: wysokość kwoty przeznaczonej na przeprowadzenie danego działania, szczegółowa charakterystyka grupy docelowej, zasięg ilościowy (przewidywana ilość osób, do których dotrze reklama), forma promocji posta, przewidywany czas prowadzenia kampanii. Zamawiający w terminie umożliwiającym realizację zlecenia, nie dłuższym niż 1 dzień roboczy odniesie się do przedstawionego planu i wniesie ewentualne uwagi.
* W ciągu 3 dni roboczych od zakończenia kampanii, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, w którym umieszczone zostaną dane podsumowujące przeprowadzoną kampanię, weryfikujące założenia ww. planu. W przypadku, gdy zaplanowany zasięg ilościowy nie zostanie osiągnięty, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane, chyba że Wykonawca udowodni, że niespełnienie warunków było od niego niezależne.

1. **Wykonanie bannerów internetowych** (max. 20 szt.).

Wymiary bannerów będą każdorazowo określane przez Zamawiającego w zleceniach. Pliki muszą być przekazane w formie gotowej do publikacji/druku (np. jpg, pdf, png) wraz z plikami źródłowymi umożliwiającym edycję projektów (np. psd ). Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekty bannerów internetowych do akceptacji w ciągu 1 dnia roboczego od dnia przekazania zlecenia przez Zamawiającego. W ciągu 2 dni roboczych Zamawiający zaakceptuje projekt bądź wskaże konieczne do naniesienia poprawki. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 1 dnia roboczego przesłać poprawioną propozycję, z zastrzeżeniem, że ostateczna akceptacja projektu musi nastąpić w terminie nie później niż 6 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Jeśli poprawione projekty bannerów nie zostaną zaakceptowane, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane.

1. **Wykonanie infografik** (max. 8 szt.).

Infografiki będą zawierały informacje przekazane przez Zamawiającego oraz elementy graficzne. Infografiki zostaną wykonane w terminie 2 dni roboczych od dnia przekazania zlecenia od Zamawiającego wraz z materiałami merytorycznymi do wykonania infografik. W ciągu 2 dni roboczych Zamawiający zaakceptuje projekt bądź wskaże konieczne do naniesienia poprawki. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 1 dnia roboczego przesłać poprawioną propozycję, z zastrzeżeniem, że ostateczna akceptacja projektu musi nastąpić w terminie nie później niż 7 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Jeśli poprawione projekty infografik nie zostaną zaakceptowane, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane. Pliki muszą być przekazane w formie gotowej do publikacji/druku (np. jpg, pdf, png) wraz z plikami źródłowymi umożliwiającym edycję projektów (np. psd).

1. **Wykonanie projektów plakatów w formacie B1** (max. 2 szt.).

Projekt plakatu zostanie wykonany w terminie 2 dni roboczych od dnia przekazania zlecenia przez Zamawiającego. W ciągu 2 dni roboczych Zamawiający zaakceptuje projekt bądź wskaże konieczne do naniesienia poprawki. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 1 dnia roboczego przesłać poprawioną propozycję, z zastrzeżeniem, że ostateczna akceptacja projektu musi nastąpić w terminie nie później niż 9 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Jeśli poprawiony projekt plakatu nie zostanie zaakceptowany, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane. Pliki muszą być przekazane w formie gotowej do publikacji/druku (np. jpg, pdf, png) wraz z plikami źródłowymi umożliwiającym edycję projektów (np. psd).

1. **Wykonanie grafik do postów na profilach w mediach społecznościowych** (max. 20 szt.)

Grafiki do postów będą projektowane w wymiarach każdorazowo określanych przez Zamawiającego w zleceniu. Projekt grafiki zostanie wykonany w terminie 1 dnia roboczego od dnia przekazania zlecenia przez Zamawiającego. W ciągu 1 dnia roboczego Zamawiający zaakceptuje projekt bądź wskaże konieczne do naniesienia poprawki. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 1 dnia roboczego przesłać poprawioną propozycję, z zastrzeżeniem, że ostateczna akceptacja projektu musi nastąpić w terminie nie później niż 5 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Wykonawca projektując grafiki do postów musi brać pod uwagę wymagania portalów Facebook i LinkedIn wobec materiałów graficznych i ich wykorzystania w kampaniach reklamowych. Wykonawca projektując grafiki do postów musi zagwarantować, że portale nie odrzucązaprojektowanego materiału graficznego i jednocześnie projekt nie wpłynie niekorzystnie na zasięg danego posta. Pliki muszą być przekazane w formie gotowej do publikacji/druku (np. .jpg, .pdf, .png) wraz z plikami źródłowymi umożliwiającymi edycję projektów (np. .psd). Jeśli przygotowane projekty nie zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego, bądź przygotowane grafiki nie będą spełniać warunków określonych powyżej portali społecznościowych, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane. Projektowane grafiki do postów muszą nawiązywać w warstwie logicznej i plastycznej do postów zamieszczanych w mediach społecznościowych na podstawie innych zleceń w ramach umowy.

1. **Modyfikacja istniejących projektów graficznych** (max. 10 szt.).

W zakresie modyfikacji projektów graficznych możliwe są: zmiana treści, koloru, rozmieszczenia elementów, logotypów, rozmiaru grafiki. Projekt modyfikacji zostanie wykonany w terminie 1 dnia roboczego od dnia przekazania zlecenia przez Zamawiającego. W ciągu 1 dnia roboczego Zamawiający zaakceptuje projekt bądź wskaże konieczne do naniesienia poprawki. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 1 dnia roboczego przesłać poprawioną propozycję, z zastrzeżeniem, że ostateczna akceptacja projektu musi nastąpić w terminie nie później niż 5 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Wykonawca jest zobowiązany do uwzględnienia wszystkich ewentualnych uwag zgłoszonych przez Zamawiającego. Jeśli modyfikowane projekty nie zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego, wówczas uznaje się, że zlecenie nie zostało zrealizowane.

1. **Realizacja 30-sekundowego materiału filmowego zachęcającego do udziału w programie inkubacyjnym lub akceleracyjnym.**

* W materiale filmowym może/mogą wystąpić osoba/y promujące rekrutację wskazani przez Zamawiającego. Zamawiający nie gwarantuje, że wypowiedzi wszystkich tych osób zostaną nagrane w ciągu 1 dnia roboczego (maksymalna ilość dni nagraniowych to 2). Nagrania będą realizowane w Krakowie.
* Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia prześle do akceptacji scenariusz materiału filmowego. W scenariuszu zostaną uwzględnione propozycje wypowiedzi przedstawicieli Zamawiającego i/lub osób wdrażających program. Zamawiający zaakceptuje scenariusz w terminie 2 dni roboczych od dnia otrzymania lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu kolejnego 1 dnia roboczego przesłać propozycję poprawionego scenariusza, z zastrzeżeniem, że ostateczny materiał musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 7 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Prace nad scenariuszem nie mogą zakłócać procesu produkcji materiału filmowego.
* Wykonawca prześle do akceptacji materiał filmowy w ciągu 8 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Zamawiający zaakceptuje materiał filmowy w terminie 2 dni roboczych od dnia otrzymania materiału lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 2 dni roboczych przesłać propozycję poprawionego materiału filmowego, z zastrzeżeniem, że ostateczny materiał musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 14 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia.
* Wykonawca zobowiązany jest do dokonania montażu materiału filmowego, według wskazówek Zamawiającego, z materiałów wyprodukowanych przez Wykonawcę, zakupionych (w nie większej objętości niż 30% całego materiału filmowego) lub powstałych na jego zlecenie, dopuszczalna jest także możliwość skorzystania z materiałów udostępnionych przez Zamawiającego. Do wszystkich własnych lub zakupionych materiałów Wykonawca musi posiadać pełne prawa autorskie. Jeśli Zamawiający wskaże taką konieczność w zleceniu na realizację filmu, wówczas Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia promptera podczas nagrań wypowiedzi osób występujących w materiale.
* Materiały filmowe muszą być wykonane z uwzględnieniem współczesnych trendów produkcyjnych, muszą odznaczać się dynamiką i kreatywnością, muszą pobudzać do aktywności, zachęcać do udostępniania w mediach społecznościowych.
* Wykonawca opracuje materiały w jakości Full HD, format pliku: avi, mp4, w wersji umożliwiającej umieszczenie na stronach internetowych Zamawiającego, profilu Facebook, kanale You Tube.
* W dniu przekazania do akceptacji materiału filmowego Wykonawca przekaże również co najmniej 3 propozycje podkładu muzycznego oraz 3 propozycje głosu lektorskiego (o ile będzie potrzeba skorzystania z głosu lektora – co zostanie określone na etapie zlecenia), z których Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych wybierze jedną propozycję. Jeśli propozycje nie uzyskają akceptacji Zamawiającego, wówczas Wykonawca w ciągu 1 dnia roboczego przedstawi kolejne trzy propozycje podkładu muzycznego. Przedstawiane propozycje muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego w terminie pozwalającym na produkcję materiału filmowego.
* Wykonawca przekaże pełnię majątkowych praw autorskich do materiału filmowego na zasadach określonych w umowie.
* Wykonawca zagwarantuje zgodę osób występujących w materiale filmowym i udzielających w nich wypowiedzi na bezterminowe wykorzystanie ich wizerunku.
* Materiał filmowy musi być dostępny dla osób z niepełnosprawnościami tj. posiadać napisy rozszerzone (jako osobne pliki włączane lub wyłączane w odtwarzaczu) oraz audiodeskrypcje (Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy z audiodeskrypcją i bez audiodeskrypcji).

1. **Realizacja 80 – 90- sekundowego materiału filmowego podsumowującego realizację edycji programów: inkubacyjnego i akceleracyjnego.**

* W materiale filmowym może/mogą wystąpić wskazane przez Zamawiającego osoba/y informujące o programie inkubacyjnym i akceleracyjnym. Zamawiający nie gwarantuje, że wypowiedzi tych osób zostaną nagrane w ciągu 1 dnia roboczego (maksymalna ilość dni nagraniowych to 3). Nagrania będą realizowane w Krakowie.
* Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia prześle do akceptacji scenariusz materiału filmowego. W scenariuszu zostaną uwzględnione propozycje wypowiedzi uczestników programów, przedstawicieli Zamawiającego, osób wdrażających program, itp. Zamawiający zaakceptuje scenariusz w terminie 2 dni roboczych od dnia otrzymania lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu kolejnych 2 dni roboczych przesłać propozycję poprawionego scenariusza, z zastrzeżeniem, że ostateczny materiał musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 10 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Prace nad scenariuszem nie mogą zakłócać procesu produkcji materiału filmowego.
* Wykonawca prześle do akceptacji materiał filmowy w ciągu 12 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Zamawiający zaakceptuje materiał filmowy w terminie 3 dni roboczych od dnia otrzymania materiału lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 2 dni roboczych przesłać propozycję poprawionego materiału filmowego, z zastrzeżeniem, że ostateczny materiał musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 20 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia.
* Wykonawca zobowiązany jest do dokonania montażu materiału filmowego, według wskazówek Zamawiającego, z materiałów wyprodukowanych przez Wykonawcę, zakupionych (w nie większej objętości niż 30% całego materiału filmowego) lub powstałych na jego zlecenie, dopuszczalna jest także możliwość skorzystania z materiałów udostępnionych przez Zamawiającego. Do wszystkich własnych lub zakupionych materiałów Wykonawca musi posiadać pełne prawa autorskie. Zamawiający zastrzega, że część materiału filmowego zostanie zrealizowana podczas wydarzeń promujących przedsiębiorczość organizowanych na terenie Małopolski. Jeśli Zamawiający wskaże taką konieczność w zleceniu na realizację filmu, wówczas Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia promptera podczas nagrań wypowiedzi osób występujących w materiale.
* Zarówno scenariusz jak i wykonany materiał filmowy muszą uwzględniać współczesne trendy produkcyjne, muszą odznaczać się kreatywnością, pobudzać do aktywności, zachęcać do udostępniania w mediach społecznościowych.
* Wykonawca opracuje materiały w jakości Full HD, format pliku: .avi, .mp4, w wersji umożliwiającej umieszczenie na stronach internetowych Zamawiającego, profilu na Facebooku, kanale na YouTube.
* W dniu przekazania do akceptacji materiału filmowego Wykonawca przekaże również co najmniej 3 propozycje podkładu muzycznego oraz 3 propozycje głosu lektorskiego (o ile będzie potrzeba skorzystania z głosu lektora – co zostanie określone na etapie zlecenia), z których Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych wybierze jedną propozycję. Jeśli propozycje nie uzyskają akceptacji Zamawiającego, wówczas Wykonawca w ciągu 1 dnia roboczego przedstawi kolejne trzy propozycje podkładu muzycznego. Przedstawiane propozycje muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego w terminie pozwalającym na produkcję materiału filmowego.
* Wykonawca przekaże pełnię majątkowych praw autorskich do materiału filmowego na zasadach określonych w umowie.
* Wykonawca zagwarantuje zgodę osób występujących w materiale filmowym i udzielających w nich wypowiedzi na bezterminowe wykorzystanie ich wizerunku.
* Materiał filmowy musi być dostępny dla osób z niepełnosprawnościami tj. posiadać napisy rozszerzone (jako osobne pliki włączane lub wyłączane w odtwarzaczu) oraz audiodeskrypcje (Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy z audiodeskrypcją i bez audiodeskrypcji).

1. **Wykonanie krótkich filmików promocyjnych – rolek (max. 8 szt.)**

* Wykonawca przygotuje maksymalnie 8 rolek- krótkich filmików promocyjnych przeznaczonych do publikacji w mediach społecznościowych. Wykonawca nagra i wykona rolki promujące rekrutację do programu akceleracyjnego lub/i inkubacyjnego oraz spotkanie podsumowujące realizację edycji tych programów. Każda rolka powinna zawierać niezbędne logotypy i layout oraz hasztagi kojarzone z wydarzeniem, a także zawierać czołówkę i tyłówkę.
* Nagrania rolek będą realizowane na terenie Małopolski. Wykonawca przedstawi wstępny scenariusz/koncepcję materiału (przy współpracy z Zamawiającym oraz osobami występującymi w rolkach). W zakres zadania będzie wchodzić m.in. umówienie terminu, dojazd na miejsce, nagranie oraz późniejszy montaż materiału. Adresy siedzib osób do kontaktu w sprawie nagrań oraz kontakt do osób występujących w materiale filmowym, Zamawiający przekaże wraz ze zleceniem na realizację rolek. Na nagranie materiału filmowego do wykonania rolek należy przewidzieć maksimum 4 dni nagraniowe.
* Wykonawca prześle do akceptacji filmiki promocyjne w ciągu 5 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Zamawiający zaakceptuje filmiki promocyjne w terminie 2 dni roboczych od dnia otrzymania materiału lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 2 dni roboczych przesłać propozycję poprawionego filmiku promocyjnego, z zastrzeżeniem, że ostateczny filmik musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 11 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia.
* Wykonawca będzie zobowiązany do opracowania koncepcji poszczególnych rolek, przy współpracy z Zamawiającym oraz osobami występującymi w rolkach, nagrania oraz profesjonalnego montażu i obróbki materiału, pozyskania wszelkich niezbędnych zgód na wykorzystanie wizerunku wszelkich osób występujących w przygotowanych materiałach, dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności prawnych oraz technicznych w celu prawidłowej realizacji zadania.
* Przez rolkę promującą wydarzenie Zamawiający rozumie nagranie krótkiego profesjonalnego i dynamicznego filmu:
* o długości **20-60 sek.,** nadającego się do publikacji w mediach społecznościowych posiadający współczynnik proporcji obrazu **9:16,**
* zawierającego ścieżkę dźwiękową w tle,
* zawierającego napisy w języku polskim (o dostosowanym tempie wyświetlania),
* zawierającego emotikony lub dodatkowe elementy wzmacniające atrakcyjność wizualną rolki, atrakcyjne przejścia, zbliżenia, ujęcia, efekty,
* przygotowanego w całości przez Wykonawcę w profesjonalny sposób zgodny z aktualnymi trendami i najlepszymi praktykami filmów do social mediów,
* wysokiej jakości pod względem obrazu i dźwięku. W przygotowaniu powinno być wykorzystane dodatkowe oświetlenie oraz stabilizator (w przypadku kamery ręcznej), czystego dźwięku oraz czytelnej estetyki.

1. **Wykonanie krótkich relacji – rolek (max. 5 szt.)**

* Wykonawca przygotuje maksymalnie 5 rolek- krótkich filmików przeznaczonych do publikacji w mediach społecznościowych. Wykonawca nagra i wykona rolki relacjonujące przebieg programu akceleracyjnego lub/i inkubacyjnego oraz spotkania podsumowującego edycję tych programów. Każda rolka powinna zawierać niezbędne logotypy i layout oraz hasztagi kojarzone z wydarzeniem, a także zawierać czołówkę i tyłówkę.
* Nagrania rolek będą realizowane na terenie Małopolski. Wykonawca przedstawi wstępny scenariusz/koncepcję materiału (przy współpracy z Zamawiającym oraz osobami występującymi w rolkach). W zakres zadania będzie wchodzić m.in. umówienie terminu, dojazd na miejsce, nagranie oraz późniejszy montaż materiału. Adresy siedzib osób do kontaktu w sprawie nagrań oraz kontakt do osób występujących w materiale filmowym, Zamawiający przekaże wraz ze zleceniem na realizację rolek. Na nagranie materiału filmowego do wykonania rolek należy przewidzieć maksimum 3 dni nagraniowe.
* Wykonawca prześle do akceptacji filmiki promocyjne w ciągu 5 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia. Zamawiający zaakceptuje filmiki promocyjne w terminie 2 dni roboczych od dnia otrzymania materiału lub zwróci z uwagami. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić uwagi i w ciągu 2 dni roboczych przesłać propozycję poprawionego filmiki promocyjne, z zastrzeżeniem, że ostateczny filmik musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego nie później niż 11 dni roboczych od dnia przesłania zlecenia.
* Wykonawca będzie zobowiązany do opracowania koncepcji poszczególnych rolek, przy współpracy z Zamawiającym oraz osobami występującymi w rolkach, nagrania oraz profesjonalnego montażu i obróbki materiału, pozyskania wszelkich niezbędnych zgód na wykorzystanie wizerunku wszelkich osób występujących w przygotowanych materiałach, dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności prawnych oraz technicznych w celu prawidłowej realizacji zadania.
* Przez rolkę promującą wydarzenie Zamawiający rozumie nagranie krótkiego profesjonalnego i dynamicznego filmu:
* długości: **20-60 sek.,** nadającego się do publikacji w mediach społecznościowych posiadający współczynnik proporcji obrazu **9:16,**
* zawierającego ścieżkę dźwiękową w tle,
* zawierającego napisy w języku polskim (o dostosowanym tempie wyświetlania),
* zawierającego emotikony lub dodatkowe elementy wzmacniające atrakcyjność wizualną rolki, atrakcyjne przejścia, zbliżenia, ujęcia, efekty,
* przygotowanego w całości przez Wykonawcę w profesjonalny sposób zgodny z aktualnymi trendami i najlepszymi praktykami filmów do social mediów,
* wysokiej jakości pod względem obrazu i dźwięku. W przygotowaniu powinno być wykorzystane dodatkowe oświetlenie oraz stabilizator (w przypadku kamery ręcznej), czystego dźwięku oraz czytelnej estetyki.

1. **Obsługa fotograficzna – relacja ze spotkań podsumowujących program akceleracyjny i program inkubacyjny** (odrębne spotkania).

* Szczegółowe informacje o terminie i dokładnej lokalizacji spotkań Zamawiający przekaże Wykonawcy w terminie 10 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem wydarzenia.
* Czas realizacji usługi – jeden dzień, 3-5 godzin, miejsce – Kraków, wstępny termin: I kwartał 2026 r.
* Wykonawca jest zobowiązany oddelegować do realizacji usługi profesjonalnego fotografa, posiadającego stosowne kompetencje i doświadczenie.
* Na 7 dni roboczych przed realizacją obsługi fotograficznej spotkań Wykonawca przedstawi Zamawiającemu portfolio fotografa oddelegowanego do realizacji usługi. Zamawiający zastrzega sobie prawo w terminie 2 dni roboczych do niewyrażenia akceptacji wobec przedstawionej propozycji, jeśli informacje w portfolio nt. doświadczenia i kompetencji fotografa będą budzić wątpliwości Zamawiającego, co do rzetelności realizacji usługi. W takim przypadku Wykonawca przedstawi w ciągu 1 dnia roboczego portfolio kolejnego fotografa. Ostateczna akceptacja wydelegowanego na obsługę wydarzenia fotografa musi nastąpić najpóźniej 3 dni robocze przed jego rozpoczęciem.
* Zamawiający wymaga, aby fotograf oddelegowany do realizacji usługi posiadał doświadczenie nie mniejsze niż wykonanie w okresie ostatnich trzech lat przed terminem składania ofert obsługi fotograficznej co najmniej 5 wydarzeń konferencyjnych, sportowych, rozrywkowych, kulturalnych itp. (nie dotyczy to imprez okolicznościowych typu śluby, wesela, chrzciny itp.).W ramach usługi Wykonawca przeprowadzi stosowną edycję zdjęć oraz dostarczy co najmniej 30 zdjęć z obsługiwanego wydarzenia. Wszystkie zdjęcia dostarczone zostaną w następujących rozdzielczościach: 1200 px (dłuższy bok) – do korespondencji elektronicznej oraz pełna rozdzielczość (tj. min. 4000 px) dostosowana do druku.
* Wykonawca przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie do zdjęć na zasadach określonych w umowie. Przekazane zdjęcia nie mogą naruszać praw osób trzecich, czyli z odpowiednio ukrytymi twarzami uczestników lub pozyskaniem zgody na wykorzystanie wizerunku.
* Przekazane zdjęcia muszą odznaczać się dobrą jakością wykonania. Przez dobrą jakość wykonania rozumie się zdjęcia obrobione i przygotowane w profesjonalnym programie, atrakcyjne wizualnie, nadające się do publikacji w mediach społecznościowych oraz na stronie Zamawiającego, odpowiednio naświetlone, z właściwą ostrością, pozbawione wyraźnych szumów (ziarna) przy dużym powiększeniu, pozbawione efektu aberracji; zdjęcia powinny być pozbawione poruszeń, wykonane w dobrej kompozycji ujęć, odpowiednio wykadrowane, pozbawione elementów zakłócających estetykę i kompozycję ujęć. Zestaw przekazanych zdjęć powinien uwzględniać założenie, że wydarzenie lub obiekt będzie fotografowane z różnych punktów odniesienia.
* Wykonawca dostarczy zdjęcia w wersji elektronicznej w następujących terminach (zdjęcia te zostaną dostarczone na adresy mailowe wskazane przez Zamawiającego):

- 5 zdjęć w trakcie wydarzenia,

- 15 zdjęć z wydarzenia - w następnym dniu kalendarzowym po organizacji spotkań, do godz. 11:00,

- wszystkie zdjęcia (co najmniej 30) z wydarzenia – do 3 dni roboczych po dniu organizacji spotkań.

1. **Aktywność ambasadora programu inkubacyjnego i akceleracyjnego** (max. 4 działania)

* Wykonawca zapewni do prowadzonych działań promocyjno–informacyjnych (aktywność w mediach społecznościowych) usługę ambasadora programów inkubacyjnego i akceleracyjnego realizowanych w ramach projektu „Małopolska Przedsiębiorcza”.
* Wynagrodzenie ambasadora związane z oczekiwaną przez Zamawiającego działalnością pokryje w całości Wykonawca.
* Wyboru ambasadora dokona Zamawiający spośród minimum dwóch propozycji przedstawionych przez Wykonawcę w ciągu 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Jeśli Zamawiający nie zaakceptuje żadnej propozycji, wówczas Wykonawca przedstawi następne propozycje. Jeśli ponownie przedstawione przez Wykonawcę propozycje nie uzyskają akceptacji Zamawiającego, wówczas Zamawiający przedstawi propozycję ambasadora, który po zgodzie Wykonawcy, będzie pełnił tę rolę. Jeśli w ciągu 10 dni roboczych żaden kandydat na ambasadora nie uzyska akceptacji Zamawiającego, wówczas element zamówienia związany z aktywnością ambasadora nie będzie realizowany.
* Przedstawiona w propozycji Wykonawcy instytucja - ambasador musi wyróżniać się rozpoznawalnością wśród osób prowadzących aktywność zawodową w Małopolsce i zainteresowanych tematyką przedsiębiorczości. Powinna być to instytucja bardzo mocno związana ze środowiskiem startupowym, aktywnie współpracująca z przedsiębiorcami. Instytucja ta musi działać w Małopolsce. Powinna być to instytucja wzbudzająca zaufanie, inspirująca, dysponująca potencjałem promocyjnym.
* Wraz z przedstawieniem propozycji instytucji – kandydata na ambasadora, Wykonawca przedstawi plan jej aktywności w tej roli. Plan ten powinien uzyskać wstępną akceptację tej instytucji. Zamawiający wraz z oceną samej kandydatury równolegle będzie dokonywał oceny planu aktywności obejmującej maksymalnie 4 działania, zastrzegając sobie przy tym możliwość jego modyfikacji i uzależniając od tego akceptację instytucji pełniącej rolę ambasadora. W sugerowanych polach aktywności ambasadora, możliwych do uwzględnienia w planie znajdą się aktywność na kanałach internetowych i/lub wpisy na blogu i/lub aktywność w mediach społecznościowych.

## **DODATKOWE INFORMACJE DOT. REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Wszystkie materiały opracowywane przez Wykonawcę muszą zawierać – poza zakresem opisanym w niniejszym SOPZ – także następujące logotypy: znak Funduszy Europejskich, znak Unii Europejskiej, flagę Rzeczpospolitej Polskiej oraz logotyp Województwa Małopolskiego, zgodnie z zasadami określonymi na stronie internetowej: <https://www.fundusze.malopolska.pl/node/6028>.

Ponadto każdorazowo w przypadku zlecania poszczególnych działań Zamawiający przekaże Wykonawcy informacje o dodatkowych logotypach, w tym m.in. logotypach patronów medialnych lub współorganizatorów, które muszą zostać zamieszczone w poszczególnych materiałach promocyjnych.