

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe świadczenie usług organizacyjnych oraz promocyjnych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w targach i misji na terenie Niemiec w ramach projektu „Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020.

Zamawiający w ramach realizacji zamówienia nie widzi potrzeby wymogu od Wykonawcy przedłożenia poświadczenia o zawartej umowie o pracę z osobami realizującymi zadania w ramach przedmiotowego zamówienia z uwagi na charakter wykonywanych czynności (zgodnie z art. 22 § 1 Kodeksu Pracy)

Nazwa osi priorytetowej i działania

II Oś priorytetowa: Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka, Działanie: II.2: Internacjonalizacja przedsiębiorstw, Poddziałanie: II.2.2: Promocja gospodarcza regionu.

Przedmiot zamówienia:

W ramach realizacji projektu „Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 Zamawiający planuje realizację następującego zamówienia

Kompleksowe świadczenie usług organizacyjnych oraz promocyjnych wraz z przekazaniem autorskich praw majątkowych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w targach i misji na terenie Niemiec.

Charakterystyka projektu „Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”:

Zjawisko wzmożonej konkurencji, nie tylko pomiędzy przedsiębiorstwami ale także między regionami i państwami, przybiera coraz bardziej wyspecjalizowane i wyrafinowane formy, dlatego też prowadzenie profesjonalnego marketingu regionalnego stało się koniecznością. Istotne jest nie tylko promowanie zasobów i walorów województwa łódzkiego, ale także prowadzenie działań na rzecz zwiększania atrakcyjności oraz rozpoznawalności przedsiębiorstw z regionu na rynkach światowych. Jak wynika z badań przeprowadzonych na

potrzeby opracowania *Kompleksowej Strategii Rozwoju Współpracy Zagranicznej Województwa Łódzkiego* jedną z kluczowych potrzeb przedsiębiorców MŚP regionu łódzkiego jest promocja na arenie międzynarodowej, która w znacznym stopniu przyczynia się do podniesienia konkurencyjności przedsiębiorstw.

Najlepsze efekty (rozumiane jako nawiązanie kontaktów handlowych i podpisanie umów handlowych) przynoszą działania polegające na bezpośredniej prezentacji podczas misji gospodarczych oraz targów o charakterze branżowym. W rezultacie dochodzi do zwiększenia potencjału eksportowego firm. Tego typu działania przyczyniają się ponadto do rozszerzania rynków eksportowych i do pozyskania partnerów zagranicznych, a realizacja założonych wytycznych przyczynia się do zwiększenia wartości dodanej dla gospodarki regionu łódzkiego, a tym samym jego promocji, reklamy i utrwalania pozytywnego wizerunku.

Przedsiębiorstwa z województwa łódzkiego, aby skutecznie konkurować muszą być firmami innowacyjnymi, wchodzącymi ze swoimi produktami/usługami na rynki międzynarodowe. Udział regionalnych MŚP w misjach i targach przyczyni się do nawiązywania kontaktów handlowych na poziomie międzynarodowym (ze specjalnym uwzględnieniem firm z kraju będącego organizatorem ww. wydarzeń) i tym samym do wzrostu poziomu internacjonalizacji na zagranicznych rynkach.

Cele projektu „Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”

Celem projektu „Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych” jest zwiększenie wartości eksportu firm z branż posiadających strategiczne znaczenie dla gospodarki województwa łódzkiego. Prezentacja oferty inwestycyjnej i eksportowej ma na celu stały i długotrwały rozwój przedsiębiorstw w szczególności z sektora MŚP. Projekt ma przyczynić się do wzrostu konkurencyjności firm z województwa łódzkiego poprzez stworzenie przez Wnioskodawcę warunków sprzyjających ich internacjonalizacji. Cel ten zostanie osiągnięty poprzez organizację misji i targów zagranicznych, opracowanie Zintegrowanej Oferty Inwestycyjnej Województwa Łódzkiego, a także szereg działań marketingowych wspierających promocję gospodarczą regionu.

Celami szczegółowymi przyczyniającymi się do osiągnięcia celu głównego są:

- 1) Zwiększenie poziomu handlu zagranicznego przedsiębiorstw, w szczególności z sektora MŚP, pozyskanie nowych rynków zbytu oraz nawiązywanie kontaktów i współpracy z partnerami zagranicznymi. Ważnym elementem tych działań jest również pozyskiwanie informacji na temat rynków zagranicznych, w tym na temat komercjalizacji i promocji na światowych rynkach.

- 2) Promocja atrakcyjności gospodarczej i inwestycyjnej województwa łódzkiego ze szczególnym uwzględnieniem specjalizacji regionalnych (m.in. poprzez opracowanie Zintegrowanej Oferty Inwestycyjnej Województwa Łódzkiego) a co za tym idzie nawiązywanie kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu.
- 3) Promowanie województwa łódzkiego jako regionu innowacyjnego i nowych technologii. Przedsiębiorstwa z województwa łódzkiego, aby skutecznie konkurować muszą być przedsiębiorstwami innowacyjnymi, wychodzącymi ze swoimi produktami/usługami na rynki międzynarodowe. Dlatego można założyć, że obecny i przyszły poziom innowacyjności regionu łódzkiego może w istotny sposób wpłynąć na rozwój i zwiększenie wartości eksportu.
- 4) Podniesienie konkurencyjności MŚP poprzez zapewnienie dostępu do nowych technologii.

Zakładanym wskaźnikiem rezultatu bezpośredniego ma być w ramach wszystkich targów i misji podpisanie trzech kontraktów handlowych zagranicznych, przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji.

Realizacja projektu ma przynieść korzyści w postaci umocnienia zagranicznego wizerunku województwa jako regionu innowacyjnego, atrakcyjnego gospodarczo, a także poprzez zagraniczną promocję oferty regionalnych przedsiębiorstw, zwiększenia eksportu i pozyskania nowych rynków zbytu dla tutejszych MŚP oraz nawiązania kontaktów z partnerami zagranicznymi. W efekcie realizacji projektu nastąpi zwiększenie międzynarodowej rangi gospodarczej regionu.

Grupy docelowe:

Zamawiający w ramach realizacji przedmiotu zamówienia wyodrębnił grupy docelowe:

- grupą docelową/ostatecznymi odbiorcami wsparcia są przedsiębiorstwa sektora MŚP z województwa łódzkiego prowadzące działalność gospodarczą w obrębie regionalnych specjalizacji wskazanych w Regionalnej Strategii Innowacji (RSI) LORIS 2030 (klient wewnętrzny),
- zagraniczni: inwestorzy, przedsiębiorcy, przedstawiciele izb przemysłowo-handlowych, izb gospodarczych, przedstawiciele jednostek rządowych, przedstawiciele agencji rozwoju regionalnego, przedstawiciele stref ekonomicznych, firm pośredniczących w obrocie nieruchomościami itp. zainteresowani nawiązaniem kontaktów z przedstawicielami przedsiębiorstw sektora MŚP województwa łódzkiego prezentującymi ofertę inwestycyjną/gospodarczą z kluczowych branż dla rozwoju

województwa łódzkiego jak i regionalnych specjalizacji wskazanych w RSI LORIS 2030: zaawansowane materiały budowlane, innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno – spożywcze, nowoczesny przemysł włókienniczy i mody, medycyna, farmacja oraz kosmetyki, energetyka i odnawialne źródła energii oraz informatyka i telekomunikacja i inne (klient zewnętrzny). Zamawiający wymaga aby powyższa grupa docelowa została doprecyzowana każdorazowo przez Wykonawcę na etapie realizacji poszczególnych działań ujętych w opisie przedmiotu zamówienia oraz dopasowana do specyfiki targów jak i potrzeb przedsiębiorców/podmiotów uczestniczących w misjach i targach. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.

ZAMÓWIENIE ZOSTAŁO PODZIELONE NA 2 CZĘŚCI:

Zamawiający w poniższym opisie dokonał charakterystyki misji i udziału w targach jak i wskazał elementy istotne oraz wymagane w ramach realizacji poszczególnych działań.

CZEŚĆ 1

Misja gospodarcza branży rolniczej, owocowo-warzywnej i przetwórczej połączona z udziałem w targach rolno-spożywczych Anuga.

Targi Anuga to jedno z największych targów przemysłu spożywczego na świecie, które odbywają się co dwa lata w Kolonii w Niemczech. Podczas tego wydarzenia spotykają się jednocześnie przedstawiciele świata gospodarki żywnościowej z całego świata - czołowi gracze branży produkcji żywności, napojów, handlu i gastronomii oraz odbiorcy. W targach uczestniczy ponad 6000 wystawców z niemal stu krajów. Z edycji na edycję (targi odbywają się w odstępach dwuletnich), liczba wystawców wzrasta, co wskazuje na pomyślny rozwój branży spożywczej i gastronomicznej. Targi odwiedza ponad 150 000 zwiedzających, w tym specjaliści z branży. Prezentacja jest możliwa w Kolońskim Centrum Handlowym na 280.000 mkw powierzchni wystawienniczej. Targi skierowane są do specjalistów z branży spożywczej i właśnie oni stanowią główną grupę odwiedzających. Są to typowe targi branżowe, na których dochodzi niejednokrotnie do nawiązywania kontaktów i zawierania umów handlowych.

Minimalny zakres realizacji:

- Termin odbywania się targów to 7-11.10.2017 r.,
- powierzchnia stoiska na targach 40 m²,
- udział maksymalnie 7 osób,

Etap I: Przygotowanie i realizacja działań promocyjnych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w misji gospodarczej branży rolniczej, owocowo-warzywnej i przetwórczej połączona z udziałem w targach Anuga .

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego, opracowanie koncepcji strategicznej kampanii promocyjnej dla wydarzenia, z terminem realizacji 7 dni od dnia podpisania umowy oraz przeprowadzenie kampanii promocyjnej zgodnie z zaproponowaną koncepcją w terminie 14 dni przed misją, w jej trakcie oraz 7 dni po terminie misji.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Koncepcja strategiczna kampanii promocyjnej będzie uszczegółowieniem złożonej przez Wykonawcę wraz z ofertą wstępnej koncepcji przeprowadzenia kampanii i musi być z nią zgodna, a jej ostateczna wersja będzie opracowana przy ścisłej współpracy z Zamawiającym.
- 2) Po opracowaniu ostatecznej wersji kampanii promocyjnej, zaakceptowanej przez Zamawiającego, Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjną udziału Województwa Łódzkiego w targach. Kampania promocyjna będzie przeprowadzona za pośrednictwem kanałów promocyjnych zagranicznych w Niemczech.
- 3) Przekaz kampanii powinien być: atrakcyjny, nieszablonowy, intrygujący, zaskakujący przez kontekst, wzbudzający zainteresowanie. Każde z powyższych określeń musi być dopasowane do kultury Niemiec i zwyczajów tam panujących.
- 4) Przekaz kampanii powinien:
 - a) wykorzystywać standardowe i niestandardowe formy komunikacji,
 - b) angażować grupy docelowe do wzięcia udziału w targach oraz do nawiązania współpracy międzynarodowej,
 - c) być spójny i adekwatny do grup docelowych w kontekście przedmiotowych targów i ich specjalizacji regionalnych,
 - d) proponować różnorodne dziania reklamowe w mediach.
- 5) Wszystkie elementy składające się na kampanię powinny być ze sobą spójne na każdym etapie realizacji usługi.
- 6) Zamawiający wymaga, aby wszystkie zaproponowane layouty były zgodne z księgą identyfikacji wizualnej Województwa Łódzkiego (załącznik nr 1 do opisu przedmiotu zamówienia) oraz kv projektu (załącznik nr 3 do opisu przedmiotu zamówienia).
- 7) Zamawiający wymaga aby w ramach podanej koncepcji, jako podstawowe narzędzie prowadzonej komunikacji marketingowej, wykorzystać reklamę cyfrową, w tym m.in. e-mailing, strony internetowe, reklamy typu display, reklamy video, mobile, reklamy natywne, reklamy w wyszukiwarkach internetowych targetowane do zdefiniowanych grup docelowych oraz kampanie display (audience buying, RTB), wykorzystanie formatów rich media, kampania linków sponsorowanych w wyszukiwarce, kampania video, kampania e-mail

marketingowa, content marketing (poradniki, raporty, case study, informacje, reklama kontekstowa), reklama natywna, remarketing, wykorzystanie strony www Zamawiającego. Pozostałe kanały komunikacji, które powinien uwzględnić Wykonawca w projekcie to: media lokalne (prasa branżowa, a ponadto radio i telewizja), reklama outdoorowa, druki reklamowe.

- 8) Wykonawca przedstawi szczegółowy harmonogram realizacji kampanii dla wydarzenia z uwzględnieniem planu mediowego w kontekście rekomendowanych kanałów komunikacji. Przy opracowywaniu harmonogramu Zamawiający będzie oczekiwał od Wykonawcy inwencji i kreatywności oraz umiejętności dotarcia do wskazanych powyżej grup docelowych oraz zorganizowania z nimi spotkań. Wykonawca zobowiązany będzie do uzyskania od przedsiębiorstw/podmiotów uczestniczących w targach sugestii dotyczących przedstawicieli grup docelowych, z którymi powinni się spotkać oraz tematyki, którą są zainteresowani. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić projekt harmonogramu w oparciu o ww. sugestie. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.
- 9) Działania marketingowe zorientowane powinny być na grupy docelowe także poprzez nastawienie na budowanie relacji bezpośrednich i tworzenie ambasadorów marki wśród przedstawicieli beneficjentów projektu (działania z obszaru B2B). Relacje te Zamawiający chce budować poprzez rekrutację jak i spotkanie z przedsiębiorcami z województwa łódzkiego. Spotkanie powinno być realizowane na terenie centrum miasta Łodzi. W wyniku spotkania, do wyjazdu na targi powinno zostać wyłonionych 5 firm (o danej specjalizacji regionalnej), z każdej po 1 przedstawicielu.
- a) Celem tego spotkania będzie:
- i) Wyposażenie przedsiębiorców w wiedzę i praktyczne narzędzia mające na celu analizę i diagnozę ich potencjału wewnętrznego, zewnętrznego, określenie ich pozycji rynkowej oraz wsparcie w zakresie określenia celów strategicznych mających na celu wzrost konkurencyjności na rynku międzynarodowym w kontekście udziału w planowanych wydarzeniach.
 - ii) Przekazanie wiedzy na temat potencjalnych rynków docelowych, w tym analiza aktów prawnych, procedur, zwyczajów, praktyk handlowych i innych zasad warunkujących dostęp do poszczególnych rynków zbytu. Analiza poszczególnych rynków i wiedza dotycząca zasad, reguł, procedur, zwyczajów przyjętych za normy może w znacznym stopniu przyczynić się do wzrostu pozycji rynkowej w międzynarodowym środowisku gospodarczym (w odniesieniu do planowanych przedsięwzięć).
 - iii) Dostarczenie praktycznej wiedzy przedsiębiorcom w zakresie projektowania produktów i usług w celu wzmocnienia innowacyjności i konkurencyjności produktów,

w tym przeznaczonych na rynki międzynarodowe, ze szczególnym uwzględnieniem metodologii „myślenia projektowego”. Myślenie projektowe to metodologia, która w centrum zainteresowania stawia człowieka i jego potrzeby, łącząc je z tym, co jest technologicznie wykonalne. Główne cechy tej metodologii to innowacyjność oraz myślenie rozwiązaniami. Jest to nauka projektowania innowacyjnych produktów usług ułatwiających życie i wspomagających rozwój.

- iv) Zbudowanie w świadomości uczestników misji pożądanego wizerunku marki „Łódzkie Promuje”.
- b) Zamawiający zapewni na spotkaniu obecność min. 15 maks 30 przedsiębiorców MŚP z województwa łódzkiego zainteresowanych udziałem w misji. Wszelkie obowiązki związane z rekrutacją uczestników należą do Zamawiającego. Jako dokumentację z przeprowadzonego spotkania Wykonawca dostarczy imienną listę obecności przedsiębiorców oraz przygotuje dokumentację fotograficzną (min 10 zdjęć) ze spotkania.
- c) Wykonawca zorganizuje i przeprowadzi spotkanie w terminie co najmniej 30 dni przed datą misji. Czas trwania spotkania: min. 4 godziny maks. 6 godzin. Konkretny ramy czasowe będą ustalane w porozumieniu z Zamawiającym. Propozycja terminu Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii Zamawiającego.
- d) Wykonawca zapewni odpowiednią liczbę prowadzących posiadających odpowiednie kwalifikacje, którzy zrealizują zakładane cele spotkania. Spotkanie będzie podzielone na dwie części.
 - i) wykładowo-konwersacyjną; w tej części uczestnicy zostaną wyposażeni w konkretną wiedzę dotyczącą rynku docelowego. Prowadzący przedstawi uwarunkowania historyczne, prawne, podatkowe, gospodarcze, handlowe, zwyczaje, i inne kwestie organizacyjne dotyczące operowania na danym rynku, a które mogą mieć wpływ na możliwości nawiązania przez uczestników spotkania owocnych międzynarodowych kontaktów handlowych. Ta część spotkania będzie zawierała prezentację przedstawioną uczestnikom przez prowadzącego oraz sesję pytań i odpowiedzi. Stosunek czasu trwania prezentacji do czasu trwania sesji pytań i odpowiedzi będzie wynosił 50%:50%.
 - ii) Warsztatową ze szczególnym uwzględnieniem metodologii „myślenia projektowego”; ta część spotkania będzie poświęcona przekazaniu wiedzy i praktycznych narzędzi dotyczących możliwości wsparcia innowacyjności i przewagi konkurencyjnej uczestników spotkania. Treść materiałów dla uczestników będzie zawierała zagadnienia związane z rozpoznaniem potencjału uczestników, określeniem ich pozycji rynkowej, celów strategicznych w kontekście możliwości nawiązania i utrzymania kontaktów międzynarodowych.

Prezentacja, materiały dla uczestników i narzędzia wykorzystane podczas spotkania będą uwzględniały specyfikę branż reprezentowanych przez uczestników spotkania. Prezentacja, materiały dla uczestników spotkania oraz opis wykorzystanych metod pracy i treści przedstawionych podczas spotkania zostanie przekazany do akceptacji Zamawiającego najpóźniej na 7 przed planowanym terminem spotkania. Po zapoznaniu się z prezentacją i materiałami, Zamawiający będzie uprawniony do zgłoszenia uwag, które Wykonawca uwzględni w ostatecznej wersji.

- e) Wykonawca zapewni salę szkoleniową/konferencyjną dostosowaną do ilości uczestników w centrum miasta Łodzi (obszar określony w uchwale Nr LVI/1069/05 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 26.10.2005 r. w sprawie Systemu Informacji Miejskiej w Łodzi – dokument dostępny pod adresem <http://www.zdit.uml.lodz.pl/plik.php?id=1918>) wraz z wyposażeniem, tj. rzutnikiem multimedialnym, ekranem, przenośnym komputerem, pilotem do prezentacji, flipchartem wraz kartonami i flamastrami (4 kolory), nagłośnieniem dostosowanym do powierzchni i planowanej ilości uczestników, bezprzewodowym dostępem do Internetu; miejscami parkingowymi dla wszystkich uczestników spotkania (parking bezpłatny dla uczestników); szatnią dla uczestników spotkania.
- f) Wykonawca będzie zobowiązany do rozstawienia nośników promocyjnych Zamawiającego w miejscu odbywania się spotkania. Nośniki zostaną odebrane przez Wykonawcę z siedziby Zamawiającego lub miejsca przez niego wskazanego najpóźniej 1 dzień przed spotkaniem oraz zwrócone najpóźniej 1 dzień po skończonym spotkaniu.
- g) Wykonawca zapewni ciągłą przerwę kawową: świeżo parzona, gorąca kawa i herbata, mleko do kawy, cukier, cytryna, kruche ciastka - min. 2 rodzaje, ok. 100 g/os, ciasta - min. 2 rodzaje, ok.150 g/os, woda mineralna niegazowana i gazowana, soki owocowe -min. 2 smaki, drobne kanapki - 4 szt./osoba. Liczba osób korzystających z przerwy kawowej podczas spotkania zostanie ustalona na podstawie liczby uczestników z uwzględnieniem przedstawicieli (maks.3 osoby) Zamawiającego.
- h) Wykonawca przygotuje materiały szkoleniowe dla każdego z uczestników spotkania (minimum: prezentacja, z miejscem przewidzianym na notatki). Materiały zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji najpóźniej do 3 dni przed planowanym terminem spotkania.
- i) Wykonawca przygotuje certyfikaty dla każdego z uczestników spotkania poświadczające udział w spotkaniu. Certyfikaty zostaną wręczone uczestnikom na zakończenie spotkania.
- j) Wykonawca przeniesie autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego do materiałów przygotowanych na potrzeby spotkania zgodnie z § 6 umowy.
- k) Wykonawca zapewni wszelkie dodatkowe materiały wizualne, audio, papiernicze i inne niezbędne do przeprowadzenia obydwu części spotkania.

- 10) Planowany zakres promocji (kierowanej do klientów wewnętrznych i zewnętrznych) uzupełniony powinien zostać także o inne tradycyjne oraz niestandardowe narzędzia komunikacji marketingowej z zakresu marketingu bezpośredniego, w kontekście zapewnienia kompleksowości i osiągnięcia wymaganych polityk horyzontalnych (polityki równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami, polityki zrównoważonego rozwoju, polityki równych szans kobiet i mężczyzn).
- 11) Zamawiający wymaga aby Wykonawca prowadził badania skuteczności podejmowanych działań reklamowych w formie raportów.
- 12) Wykonawca spełni obowiązek informowania opinii publicznej poprzez oznaczenie znakiem Unii Europejskiej i znakiem Funduszy Europejskich oraz herbem województwa łódzkiego lub jego oficjalnym logo promocyjnym wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących projektu np. publikacji, notatek prasowych, stron internetowych, e-mailingu, materiałów filmowych, materiałów promocyjnych, spotkań.
- 13) Zadaniem Wykonawcy będzie zakup/wykonanie materiałów promocyjnych jako elementu wspierającego organizację udziału w targach. Zamawiający zaplanował, iż poniższe materiały promocyjne stanowić będą element wyposażenia stoiska na targach mający za zadanie zachęcić klienta zewnętrznego do nawiązania kontaktów z przedsiębiorcami z regionu łódzkiego. Ponadto każdy materiał poza jego funkcją reprezentacyjną pełni także rolę praktyczną co w połączeniu z oznaczeniami graficznymi UE sprzyja interakcji uczestników targów i staje się czynnikiem wspierającym kooperację międzynarodową.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- a) Wykonawca zakupi/wykona materiały promocyjne zgodnie z poniższymi wytycznymi Zamawiającego:
- i) Drażetki miętowe w okrągłym metalowym pudełku. Zamawiający na etapie realizacji zamówienia zakłada wykonanie materiałów promocyjnych w ilości nie większej niż 1000 sztuk.



Drażetki: miętowe

Kolor pudełka: do wyboru przez Zamawiającego

Wymiar puszek: $\varnothing 45 \times 15$ mm (+/- 5mm)

Ilość drażetek: 12 g (+/- 5g)

Nadruk na spodzie puszek: 1 kolor Pantone

Nadruk na wieczku puszek: 1 kolor Pantone

Opakowanie: jednostkowo foliowane folią termokurczliwą na gorąco, pakowane

zbiorczo

w pudełko kartonowe,

Otwieranie: poprzez naciśnięcie wieczka, przy otwieraniu i zamykaniu wieczka wymagany charakterystyczny „klik”.

Ilość: 1000 sztuk

**Wizualizacja przedstawia przykładowy produkt spełniający wymogi*

- ii) Notes w okładce z imitacji skóry; zamykany na gumkę w kolorze okładki notatnika; z wewnętrzną kieszenią na dodatkowe notatki, przymocowaną na tylnej okładce; z materiałową zakładką. Zamawiający na etapie realizacji zamówienia zakłada wykonanie materiałów promocyjnych w ilości nie większej niż 100 sztuk.



Materiał: bezkwasowy papier
Wymiar: 9x14cm
Ilość kartek: 192 strony
Oprawa: o zaokrąglonych rogach minimalnie wystających poza grzbiet kartek
Zamykanie: na gumkę w kolorze oprawy notatnika
Znakowanie: tłoczenie na okładkach do 70% powierzchni
Kolory notesu: cztery różne kolory do wyboru przez Zamawiającego
Ilość: 100 sztuk

**Wizualizacja przedstawia przykładowy produkt spełniający wymogi*

Znakowanie wykonane na produktach musi być zgodne z księgą identyfikacji wizualnej Województwa Łódzkiego (Załącznik nr 1) oraz oznaczone ciągiem znaków (logo) informujących o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2.

Etap II: Organizacja udziału Województwa Łódzkiego w misji gospodarczej branży rolniczej, owocowo-warzywnej i przetwórczej połączona z udziałem w targach Anuga.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego, organizacja udziału Województwa Łódzkiego w misji.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Opracowanie wstępnego, szczegółowego programu uczestnictwa Województwa Łódzkiego w misji pod względem merytorycznym i logistycznym dla wydarzenia. Przy opracowywaniu programu Zamawiający będzie oczekiwał od Wykonawcy inwencji i kreatywności oraz umiejętności dotarcia do wskazanych powyżej grup docelowych oraz zorganizowania z nimi spotkań. Wykonawca zobowiązany będzie do uzyskania od przedsiębiorstw/podmiotów uczestniczących w misji sugestii dotyczących przedstawicieli grup docelowych, z którymi powinni się spotkać oraz tematyki, którą są zainteresowani. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić projekt programu w oparciu o ww. sugestie, który musi zyskać akceptację Zamawiającego. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności związanych z organizacją uczestnictwa Województwa Łódzkiego w misji w tym pokrycia

wszelkich niezbędnych kosztów z tym związanych uwzględnionych w opisie przedmiotu zamówienia.

- 3) Wykonawca zobowiązany jest do zorganizowania co najmniej trzech spotkań/rozmów Business to Business (b2b) zagranicznych odbiorców z przedstawicielami województwa łódzkiego (dla każdego z przedsiębiorstw sektora MŚP), prezentującymi ofertę gospodarczą regionu. Celem rozmów ma być m.in.: nawiązanie kontaktów z parterami zagranicznymi, wzrost inwestycji zagranicznych czy też zwiększenie potencjału eksportowego firm z regionu łódzkiego. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia przetłumaczonych na język polski materiałów zawierających charakter działalności jak i opis zagranicznych odbiorców oferty WŁ, z którymi spotkają się przedstawiciele WŁ podczas planowanego wydarzenia. Ponadto Zamawiający wymaga od Wykonawcy dostarczenia przedsiębiorcom/uczestnikom misji/targów minimalnego zakresu informacji: o specyfice firmy, specyfice oferowanych usług/produktów, zdolności produkcyjnej/zapotrzebowaniu, ilości nawiązanych kontaktów z partnerami zagranicznymi w ciągu ostatnich 5 lat, przedstawieniu kluczowych aspektów nawiązania współpracy (warunków, wymagań, rozwiązań formalnych). Zamawiający dopuszcza możliwość przekazania ww. informacji przedstawicielom WŁ za pośrednictwem poczty elektronicznej – korespondencja będzie również przekazywana do wiadomości Zamawiającego.
- 4) Wykonawca zobowiązany jest do przesłania zaproszenia do potencjalnych odbiorców zainteresowanych ofertą gospodarczą województwa łódzkiego. W przygotowanym zaproszeniu Wykonawca zobowiązany jest zawrzeć informacje o organizowanej misji, uczestnictwie w targach jak i ofercie przedsiębiorstw z sektora MŚP biorących udział w wydarzeniu. Wykonawca zobowiązany jest przygotować projekt zaproszenia (zgodnie z identyfikacją wizualną Województwa Łódzkiego) i przedstawić Zamawiającemu do ostatecznej akceptacji. Zaproszenie zostanie przygotowane w odpowiedniej wersji językowej wynikającej z potrzeb zapraszanego odbiorcy. Zobowiązany jest również do wysyłki zaproszeń, jednak w liczbie nie większej niż 300 zaproszeń. System Identyfikacji Wizualnej WŁ stanowi załącznik nr 1, kv projektu stanowi załącznik nr 3.
- 5) Wykonawca proponuje dodatkowe wydarzenie w ramach organizacji udziału Województwa Łódzkiego w misji, którego celem będzie promocja atrakcyjności gospodarczej i inwestycyjnej WŁ ze szczególnym uwzględnieniem specjalizacji regionalnych jak również nawiązywanie kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.
- 6) Wykonawca zobowiązany jest do pokrycia wszelkich kosztów związanych z uczestnictwem osób biorących udział w misji w tym m.in.: transport, ubezpieczenie, koszty uzyskania dokumentów umożliwiających pobyt na terytorium innego państwa (np wizy) .

- 7) Wykonawca w ramach organizacji udziału w misji zobowiązany jest do zapewnienia obsługi minimum 1 tłumacza trzyjęzycznego (w tym język polski) ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego.
- Zamawiający w porozumieniu z Wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy tłumacza, jednakże czas obsługi tłumaczeniowej nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę. Wykonawca gwarantuje, że zlecone tłumaczenia będą wykonywane z należytą starannością, zasadami sztuki, etyką zawodową, z zachowaniem spójności słownictwa, zwrotów językowych i form gramatycznych czy nazewnictwa. Wykonawca zobowiązany jest zachować w tajemnicy wszelkie informacje uzyskane w trakcie wykonywania umowy oraz do wykorzystywania ich wyłącznie do celów związanych z realizacją umowy.
- 8) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia wejściówek dla wszystkich osób uczestniczących w prezentacji WŁ podczas targów. Wykonawca zapewni:
- a) wejściówki na okres koordynacji zabudowy na potrzeby Zamawiającego,
 - b) **maksimum 7** wejściówek na targi dla na potrzeby Zamawiającego,
- 9) Wykonawca zobowiązany jest do zamieszczania na: materiałach, tablicach informacyjnych, ulotkach, broszurach, ogłoszeniach, zaproszeniach, programach, listach uczestników, ankietach, elementach stoiska, materiałach elektronicznych (e-mail) itp. ciągu znaków (logo), informującego o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2
- 10) Wykonawca zobowiązany jest do dokonania wszelkich niezbędnych formalności w ramach realizacji zamówienia dotyczących gromadzenia danych osobowych oraz postępowania zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych bądź też innym prawem obowiązującym na terenie Unii Europejskiej w ścisłej współpracy z Zamawiającym. Pełną odpowiedzialność za zarządzanie i ochronę danych osobowych w ramach realizacji zamówienia ponosi Wykonawca.
- 11) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z realizacją etapu I – IV w tym:
- a) koszty transportu i ubezpieczenia (OC i NNW) wszelkich materiałów i zasobów ludzkich,
 - b) transportu oraz wejścia na teren targów osób oddelegowanych przez Wykonawcę, niezbędnych do realizacji **Etapu I - IV**.
- 12) Wykonawca zobowiązany jest do przekazania dokumentu zawierającego informację o poniesionych kosztach udziału przedsiębiorców w targach, gdyż będzie on podstawą do wystawienia zaświadczeń dla przedsiębiorców o udzielonej pomocy de minimis w ramach projektu.
- 13) Wykonawca będzie pełnił nadzór nad przebiegiem całego wydarzenia.
- 14) Wykonawca wykona dokumentację fotograficzną z przebiegu wydarzenia.

- 15) Wykonawca przygotowuje oraz zbierze ankiety ewaluacyjne od wszystkich uczestników wyjazdu, prezentujące potencjał gospodarczy oraz inwestycyjny województwa łódzkiego. Ankiety muszą zawierać informacje dotyczące oceny organizacji wyjazdu, ocenę przydatności praktycznej, spotkań, ocenę spełnienia oczekiwań.
- 16) Wykonawca zobowiązany jest do opracowania z każdego dnia udziału w misji „wiadomości” wraz z dokumentacją zdjęciową z odbywających się wydarzeń i przesyłanie ich tego samego dnia do Departamentu Promocji i Współpracy Zagranicznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego na adres e-mail ustalony na etapie realizacji przedmiotu zamówienia przez Zamawiającego i Wykonawcę.
- 17) Wykonawca zobowiązany jest do współpracy ze wskazanymi przez Zamawiającego podmiotami wykonującymi inne działania w ramach realizacji projektu *„Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”*.

Etap III: Usługi transportowe.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego realizacja usług transportowych

- 1) Transport:
 - a) materiałów promocyjnych na potrzeby organizacyjne i promocyjne wyjazdu,
 - b) innych rzeczy niezbędnych do udziału w targach,(przewóz lub wysyłka materiałów promocyjnych/rzeczy wszystkich uczestników wg. potrzeb (max 100 kg/uczestnika)) wraz z pokryciem kosztów ubezpieczenia oraz innych formalności. Materiały promocyjne/rzeczy wszystkich uczestników wg. potrzeb zostaną dostarczone przez Wykonawcę do miejsca wskazanego przez Zamawiającego na jeden dzień przed rozpoczęciem wydarzenia. Po zakończeniu wydarzenia pozostałe materiały/rzeczy wskazane powyżej, zostaną przez Wykonawcę przetransportowane z miejsca, w którym będzie odbywało się wydarzenie do siedziby Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego (al. Piłsudskiego 8, Łódź). Dostawa i odbiór materiałów nastąpi w terminach uzgodnionych z Zamawiającym.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia transportu autokarem/busem/samolotem dla wszystkich osób uczestniczących w targach - przez cały okres ich trwania. Przy czym Zamawiający wymaga zapewnienia transportu maksymalnie w okresie dwóch dni przed i jednego po wydarzeniu. Transport swym zakresem będzie obejmował:
 - a) transport max 7 osób na trasie Łódź - hotel, w którym zostaną zapewnione noclegi. Zamawiający przekaze informacje Wykonawcy o lokalizacji hotelu.
 - b) transport max 7 osób na trasie: hotel, w którym zostaną zapewnione noclegi – Łódź
 - c) dojazd z hotelu na miejsce odbywania się targów jak i powrót do hotelu z miejsca odbywania się targów,

d) dojazd z hotelu/miejsca odbywania się targów lub innych wydarzeń do miejsc wyznaczonych przez Zamawiającego, jednakże z zastrzeżeniem odległości nie przekraczającej 30 km w promieniu hotelu/miejsca odbywania się targów lub innych wydarzeń.

W przypadku transportu autokarem/busem przewoźnik powinien posiadać wymagane przepisami dokumenty m.in. licencje przewoźnika oraz pełną dokumentację gwarantującą jego przejazd na trasie określonej w umowie zgodnie z obowiązującymi przepisami (m.in. aktualne badanie techniczne pojazdu, którym będą podróżować uczestnicy, aktualną licencję na wykonywanie transportu drogowego osób - dla przewoźnika, odpowiednie kwalifikacje zawodowe kierowcy/kierowców), a także posiadać odpowiednie ubezpieczenie. Przy czym w przypadku transportu samolotem Zamawiający wymaga aby lotnisko znajdowało się w odległości nie większej niż 250 km od Łodzi.

3) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić ubezpieczenie OC i NNW wszystkim uczestnikom misji.

Etap IV: Kompleksowa organizacja stoiska wystawienniczego na targach w tym: projekt, wykonanie, obsługa, montaż i demontaż.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego kompleksowa organizacja stoiska wystawienniczego na targach w tym: projekt, obsługa, wykonanie, montaż i demontaż.

Rezerwacja powierzchni oraz pokrycie kosztów wynajmu powierzchni leży po stronie Zamawiającego.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Uszczegółowienie **projektu stoiska**, który uwzględnił będzie następujące elementy:
 - a) wielkość wynajmowanej powierzchni wystawienniczej na targach,
 - b) użycie do zabudowy stoiska materiałów dobrej jakości tj.: płyty kartonowo-gipsowej, PCV, MDF z połyskiem, pleksi, szkła, poliwęglanu komórkowego, stali, blachy perforowanej, wykładziny podłogowej, panele itp.
 - c) miejsca na ekspozycję materiałów informacyjno – promocyjnych,
 - d) miejsce do przeprowadzenia rozmów (co najmniej 6 - 8 miejsc siedzących),
 - e) zaplecze stoiska (minimum 3 m²), którego wyposażenie stanowić będą co najmniej następujące elementy:
 - i) lodówka 135 l (wys. od 80 do 110 cm, pozostałe wymiary to ok. 50cm x 64cm),
 - ii) zlewozmywak z odpływem wodno-kanalizacyjnym oraz kranem z doprowadzoną ciepłą i zimną wodą,
 - iii) wieszak wiszący na ubrania/min. 8 haczyków,
 - iv) kosz na śmieci o pojemności min. 35 l,

- v) regał z minimum 3 półkami,
 - vi) szafka zamykana na klucz (do przechowywania rzeczy),
 - f) miejsce na prezentację oferty 5 przedstawicieli przedsiębiorstw MŚP/jednostek prezentujących swój potencjał gospodarczy/inwestycyjny.
- 2) **Projekt stoiska** musi być zgodny z poniższymi sugestiami Zamawiającego:
- a) w pełni autorski oraz zgodny z wytycznymi organizatora targów,
 - b) stoisko musi być funkcjonalne, spójne i utrzymane w stylu nowoczesnym oraz być jednym z narzędzi budowania przewagi konkurencyjnej marki „Łódzkie Promuje”, której: idea brzmi: *„pionier rozwiązań, które czynią życie przyjemniejszym, łatwiejszym i prostszym”*, misją jest: *„poprawiać jakość życia dzięki myśleniu projektowemu, które ma stać się zasadą działania”*, wizja brzmi: *„nowa Ziemia Obiecana dla kreatorów myślenia projektowego, nowoczesna reinterpretacja dziedzictwa historycznego regionu, które łączy z przeszłością, jednocześnie rysując nowe wektory rozwojowe marki województwa w przyszłości”*.
 - c) wizualizacja graficzna musi być zgodna z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Łódzkiego stanowiącym Załącznik nr 1 oraz kv projektu stanowiącym Załącznik nr 3,
 - d) powinien zostać opracowany w sposób otwarty, dopasowany do specyfiki targów, ich odbiorców, przy czym Zamawiający wymaga m.in. właściwego wyeksponowania części, w której prowadzone będą rozmowy biznesowe oraz zapewnienia miejsca na prezentację oferty jednostek oraz przedsiębiorstw MŚP z województwa łódzkiego.
 - e) Wszystkie elementy zaproponowane w projekcie powinny być ciekawe, innowacyjne, oraz budować wizerunek województwa łódzkiego jako regionu ludzi otwartych, odważnych, kreatywnych, w którym klimat sprzyja twórczemu rozwijaniu pomysłów i postaw oraz wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych i poprawiających jakość życia oraz którego istotnym elementami jest łączenie współczesności z tradycją, różnorodność, awangardowość oraz oryginalność rozwiązań.
 - f) projekt musi uwzględniać zamieszczenie na elementach stoiska oraz innych materiałach będących częścią stoiska ciągu znaków (logo) lub ciągu znaków (logo) wraz z opisem, informujący o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2.
- 3) Wykonawca wykonując stoisko zgodnie z projektem, zobowiązany jest uwzględnić wszelkie wymagania organizacyjno-techniczne organizatora targów lub przedstawicielstwa targów w Polsce, w tym wymagania w zakresie instalacji wodno-kanalizacyjnej i elektrycznej,
- 4) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia wyposażenia zaplecza stoiska – zgodnie z projektem oraz wytycznymi Zamawiającego, na które składać się będą co najmniej następujące elementy:

- a) lodówka 135 l (wys. od 80 do 110 cm, pozostałe wymiary to ok. 50cm x 64cm),
- b) nowy/sprawny czajnik elektryczny,
- c) sprawny ekspres do kawy,
- d) zlewozmywak z odpływem wodno-kanalizacyjnym oraz kranem z doprowadzoną ciepłą i zimną wodą,
- e) płyn do zmywania (1 l) i gąbki do mycia (max. 5 sztuk),
- f) 8 rolek papierowych ręczników,
- g) komplet naczyń do kawy i herbaty wielokrotnego użytku (zestaw na 24 osoby).
W zestawie powinno znajdować się: dwadzieścia cztery identyczne filiżanki, dwadzieścia cztery identyczne podstawki, dwadzieścia cztery identyczne łyżeczki, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru, tworzyw sztucznych oraz aluminium, w kolorze dowolnym pasującym do wystroju stoiska;
- h) komplet 24 szklanek do napojów bez uchwytów; wykonane ze szkła bez naniesionych znaków reklamowych, towarowych itp.; minimalna dopuszczalna pojemność szklanki to 0,33l.; wszystkie szklanki powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niezakurzone, niewyszczerbione, niepopękane, nieporysowane;
- i) 3 jednakowe talerze na ciastka suche, w kolorze dowolnym pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia; wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; wszystkie talerze powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, nieporysowane;
- j) 2 identyczne cukiernice, w kolorze dowolnym, pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; cukiernice powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, niezakurzone, nieporysowane;
- k) 2 identyczne mleczniki, w kolorze dowolnym, pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; mleczniki powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, niezakurzone, nieporysowane;
- l) 2 noże; dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, naostrzone, niezardzewiałe/niezaśniedziałe;
- m) wieszak wiszący na ubrania/min. 8 haczyków,
- n) kosz na śmieci o pojemności min. 35 l wraz z workami na śmieci, minimum 20 szt.,
- o) regał z minimum 3 półkami,
- p) szafka zamykana na klucz (do przechowywania rzeczy).

- 5) Wszystkie wykorzystane do aranżacji nowe, nieużywane lub nie noszące śladów użytkowania meble oraz urządzenia winny posiadać aktualne atesty dopuszczające do użytku na terenie Unii Europejskiej oraz spełniać zasady BHP, w szczególności nie mogą narażać na niebezpieczeństwo upadków, skaleczeń i innych obrażeń. Wykonawca przedstawi na żądanie Zamawiającego niezbędne dokumenty poświadczające spełnienie tego wymogu.
- 6) Wykonawca do obsługi stoiska Województwa Łódzkiego w trakcie prezentacji oferty regionu łódzkiego na targach zobowiązany jest zapewnić minimum 1 hostessę trzyletnią ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego (w tym język polski), Zamawiający w porozumieniu z wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy hostess przed rozpoczęciem prezentacji na targach, jednakże czas obsługi nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę. Do zadań hostess należało będzie m.in. informowanie o prezentowanej ofercie, udzielanie informacji na temat samego województwa oraz zapraszanie do odwiedzania stoiska lub na wydarzenia towarzyszące.
- 7) Wykonawca w ramach organizacji udziału w targach zobowiązany jest zapewnić minimum 1 eksperta trzyletniego (w tym język polski) ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego. Zadaniem eksperta będzie udzielanie informacji z zakresu czynności prawno-finansowych dla potencjalnych, zainteresowanych nawiązaniem współpracy z przedstawicielami województwa łódzkiego w trakcie prezentacji oferty regionu łódzkiego na targach. Zamawiający w porozumieniu z Wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy eksperta, jednakże czas obsługi nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę.
- 8) Wykonawca zaproponuje **min. 3 działania** zachęcające do odwiedzenia stoiska województwa łódzkiego podczas targów, z czego Zamawiający oczekuje, iż:
- a) jednym z działań będzie degustacja produktu spożywczego z regionu województwa łódzkiego,
 - b) dwa działania będą działaniami typu: trendsetting, aktywna akwizycja itp.
- Celem powyższych działań będzie zwiększenie możliwości nawiązania kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu. Zaproponowane działania zwiększą zainteresowanie prezentowanej oferty inwestycyjnej, uatrakcyjnią formułę prezentacji oraz wpłyną na pozytywny jej odbiór przez uczestników imprezy targowej. Zaproponowane działania powinny cechować się unikalnością oraz budować zaangażowanie wśród potencjalnych odbiorców oferty.
- 9) Wykonawca zapewni Zamawiającemu obsługę techniczną składającą się z co najmniej jednej osoby będącej do dyspozycji Zamawiającego w trakcie targów. Zamawiający wymaga aby osoba do obsługi technicznej posiadała umiejętność obsługi co najmniej: przyłączy: elektrycznych, wod- kan, internetowych oraz urządzeń multimedialnych itd.

Wykonawca pokryje koszty związane z zapewnieniem obsługi w tym: koszty transportu, ubezpieczenia oraz wejścia na teren targów.

- 10) Wykonawca swoje czynności w ramach obsługi technicznej będzie realizował w sposób nie kolidujący z funkcjonowaniem stoiska.
- 11) Montaż zabudowy stoiska, w tym podłączenie prądu i montaż oświetlenia zakończy się w dniu poprzedzającym rozpoczęcie targów, natomiast demontaż zabudowy stoiska rozpocznie się po zakończeniu targów.
- 12) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić Zamawiającemu wykonanie zabudowy powierzchni (opisanej w punkcie 1), bieżącą obsługę, naprawy, montaż i demontaż stoiska, jego transport oraz usługi sprzątania stoiska i wywozu śmieci.
- 13) Wykonawca zobowiązany jest do pokrycia kosztów związanych z udziałem w targach (bez pokrycia kosztów wynikających z rezerwacji powierzchni dokonanej przez Zamawiającego) dokonania czynności formalnych związanych z techniczno-organizacyjnym funkcjonowaniem stoiska (bezpośredni kontakt z organizatorem lub przedstawicielstwem w Polsce) oraz inne niezbędne do prezentacji na targach. Wykonawca w ofercie uwzględni różnice w przyłączach prądowych.
- 14) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić sprawność wszystkich przyłączy i urządzeń, znajdujących się na wyposażeniu stoiska oraz kompletność elementów wyposażenia stoiska przez cały okres trwania targów.
- 15) Wykonawca zobowiązany jest do udzielania informacji i pomocy w zakresie obsługi technicznej stoiska, w szczególności obsługi wyposażenia zapewnianego przez Wykonawcę oraz do niezwłocznego usuwania wszelkich awarii i usterek, zgłoszonych przez Zamawiającego powstałych w obrębie stoiska (włącznie z wymianą wadliwych lub uszkodzonych elementów) - niezależnie od przyczyny powstałej awarii/usterki.
- 16) Wykonawca ponosi wszelką odpowiedzialność za wszelkiego rodzaju uszkodzenia stoiska i jego wyposażenia, powstałe w okresie korzystania ze stoiska przez Zamawiającego.
- 17) Wykonawca ponosi odpowiedzialność za utrzymanie estetycznego wystroju stoiska i jego bieżące sprzątanie.
- 18) Wykonawca nie może wykorzystać stoiska ani jego elementów do promowania innych wydarzeń, firm lub osób nie związanych z celami i wymogami określonymi w opisie przedmiotu zamówienia w sposób umożliwiający identyfikację co do wykonania niniejszego zamówienia.

CZĘŚĆ 2

Udział w targach Expo Real w Monachium

To największe targi inwestycyjne w Europie. Ostatnia edycja potwierdziła wiodące znaczenie targów w światowej branży nieruchomości. Na podkreślenie zasługuje fakt, że niemal wszyscy odwiedzający to profesjonaliści bezpośrednio związani z rynkiem inwestycji i nieruchomości. Organizowane od 1998 roku stały się najważniejszą platformą biznesu dla międzynarodowego sektora nieruchomości i inwestycji. Na targach wystawiają się firmy, samorządy, organizacje i dostawcy usług zajmujący się rozwojem, finansowaniem, realizacją, marketingiem i użytkowaniem wszelkiego rodzaju nieruchomości. Odwiedzający dowiedzą się o korzyściach wynikających z lokaty kapitału w województwie łódzkim. W ofercie na targi EXPO REAL podkreślony zostanie potencjał gospodarczy regionu: partnerstwo poważnych inwestorów z branży logistycznej, przemysłowej czy rolno-spożywczej. Udział w targach ma na celu prezentację atrakcyjności gospodarczej i inwestycyjnej województwa łódzkiego ze szczególnym uwzględnieniem specjalizacji regionalnych oraz nawiązywanie kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu. Obecność na targach ma umożliwić przedstawicielom regionu łódzkiego nawiązanie współpracy gospodarczej z międzynarodowymi inwestorami z kluczowych branż dla rozwoju województwa łódzkiego. Oferta będzie prezentowana w celu pozyskania partnerów z branż: budowlanej, innowacyjnego rolnictwa i przetwórstwa, logistyki, energetyki i odnawialnych źródeł energii oraz informatyki i telekomunikacji. Targi Expo Real dają możliwość dotarcia do szerokiego grona potencjalnych inwestorów i partnerów, którzy gwarantują współpracę na wysokim, zaawansowanym poziomie technologicznym oraz umożliwią bezpośredni wpływ na wzrost konkurencyjności i rozwój przedsiębiorstw z województwa łódzkiego. To z powodu wyselekcjonowanego grona odbiorców oferty prezentowanej przez wystawców na targi Expo Real przyciągają tłumy - w ostatnich edycjach wzięło udział prawie 2 tys. wystawców i 40 tys. odwiedzających z ponad 70 krajów świata. Od kilku lat w każdej edycji bierze udział kilkudziesięciu polskich wystawców, plasując nasz kraj w czołówce wystawców spoza Niemiec. Relacje z wydarzenia przekazuje ponad 1000 dziennikarzy akredytowanych z całego świata.

Minimalny zakres realizacji:

- Termin odbywania się targów to 4 - 6.10.2017 r.,
- powierzchnia stoiska na targach 30 m²,
- udział maksymalnie 7 osób,

Etap I: Przygotowanie i realizacja działań promocyjnych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w targach Expo Real w Monachium.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego, opracowanie koncepcji strategicznej kampanii promocyjnej dla każdego z wydarzeń, z terminem realizacji 7 dni od dnia podpisania umowy oraz przeprowadzenie kampanii promocyjnej zgodnie z zaproponowaną koncepcją w terminie 14 dni przed targami, w ich trakcie oraz 7 dni po terminie danych targów.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Koncepcja strategiczna kampanii promocyjnej będzie uszczegółowieniem złożonej przez Wykonawcę wraz z ofertą wstępnej koncepcji przeprowadzenia kampanii i musi być z nią zgodna, a jej ostateczna wersja będzie opracowana przy ścisłej współpracy z Zamawiającym.
- 2) Po opracowaniu ostatecznej wersji kampanii promocyjnej, zaakceptowanej przez Zamawiającego, Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjną udziału Województwa Łódzkiego w targach. Kampania promocyjna będzie przeprowadzona za pośrednictwem kanałów promocyjnych zagranicznych w Niemczech.
- 3) Przekaz kampanii powinien być: atrakcyjny, nieszablonowy, intrygujący, zaskakujący przez kontekst, wzbudzający zainteresowanie. Każde z powyższych określeń musi być dopasowane do kultury Niemiec i zwyczajów tam panujących.
- 4) Przekaz kampanii powinien:
 - a) wykorzystywać standardowe i niestandardowe formy komunikacji,
 - b) angażować grupy docelowe do wzięcia udziału w targach oraz do nawiązania współpracy międzynarodowej
 - c) być spójny i adekwatny do grup docelowych w kontekście poszczególnych targów i ich specjalizacji regionalnych
 - d) proponować różnorodne dziania reklamowe w mediach.
- 5) Wszystkie elementy składające się na kampanię powinny być ze sobą spójne na każdym etapie realizacji usługi.
- 6) Zamawiający wymaga, aby wszystkie zaproponowane layouty były zgodne z księgą identyfikacji wizualnej Województwa Łódzkiego (załącznik nr 1 do opisu przedmiotu zamówienia) oraz kv projektu (załącznik nr 3 do opisu przedmiotu zamówienia).
- 7) Zamawiający wymaga aby w ramach podanej koncepcji, jako podstawowe narzędzie prowadzonej komunikacji marketingowej, wykorzystać reklamę cyfrową, w tym m.in. e-mailing, strony internetowe, reklamy typu display, reklamy video, mobile, reklamy natywne, reklamy w wyszukiwarkach internetowych targetowane do zdefiniowanych grup docelowych oraz kampanie display (audience buying, RTB), wykorzystanie formatów rich media, kampania linków sponsorowanych w wyszukiwarce, kampania video, kampania e-mail marketingowa, content marketing (poradniki, raporty, case study, informacje, reklama kontekstowa), reklama natywna, remarketing, wykorzystanie strony www Zamawiającego. Pozostałe kanały komunikacji, które powinien uwzględnić Wykonawca w projekcie to: media lokalne (prasa branżowa, a ponadto radio i telewizja), reklama outdoorowa, druki reklamowe.
- 8) Wykonawca przedstawi szczegółowy harmonogram realizacji kampanii dla wydarzenia z uwzględnieniem planu mediowego w kontekście rekomendowanych kanałów komunikacji. Przy opracowywaniu harmonogramu Zamawiający będzie oczekiwał od

Wykonawcy inwencji i kreatywności oraz umiejętności dotarcia do wskazanych powyżej grup docelowych oraz zorganizowania z nimi spotkań. Wykonawca zobowiązany będzie do uzyskania od przedsiębiorstw/podmiotów uczestniczących w targach sugestii dotyczących przedstawicieli grup docelowych, z którymi powinni się spotkać oraz tematyki, którą są zainteresowani. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić projekt harmonogramu w oparciu o ww. sugestie. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.

- 9) Działania marketingowe zorientowane powinny być na grupy docelowe także poprzez nastawienie na budowanie relacji bezpośrednich i tworzenie ambasadorów marki wśród przedstawicieli beneficjentów projektu (działania z obszaru B2B). Relacje te Zamawiający chce budować poprzez rekrutację jak i spotkanie z przedsiębiorcami z województwa łódzkiego. Spotkanie powinno być realizowane w centrum Łodzi. W wyniku spotkania, do wyjazdu na targi powinno zostać wyłonionych 5 firm (o danej specjalizacji regionalnej), z każdej po 1 przedstawicielu.

a) Celem tego spotkania będzie:

- i) Wyposażenie przedsiębiorców w wiedzę i praktyczne narzędzia mające na celu analizę i diagnozę ich potencjału wewnętrznego, zewnętrznego, określenie ich pozycji rynkowej oraz wsparcie w zakresie określenia celów strategicznych mających na celu wzrost konkurencyjności na rynku międzynarodowym w kontekście udziału w planowanych wydarzeniach.
- ii) Przekazanie wiedzy na temat potencjalnych rynków docelowych, w tym analiza aktów prawnych, procedur, zwyczajów, praktyk handlowych i innych zasad warunkujących dostęp do poszczególnych rynków zbytu. Analiza poszczególnych rynków i wiedza dotycząca zasad, reguł, procedur, zwyczajów przyjętych za normy może w znacznym stopniu przyczynić się do wzrostu pozycji rynkowej w międzynarodowym środowisku gospodarczym (w odniesieniu do planowanych przedsięwzięć).
- iii) Dostarczenie praktycznej wiedzy przedsiębiorcom w zakresie projektowania produktów i usług w celu wzmocnienia innowacyjność i konkurencyjności produktów, w tym przeznaczonych na rynki międzynarodowe, ze szczególnym uwzględnieniem metodologii „myślenia projektowego”. Myślenie projektowe to metodologia, która w centrum zainteresowania stawia człowieka i jego potrzeby, łącząc je z tym, co jest technologicznie wykonalne. Główne cechy tej metodologii to innowacyjność oraz myślenie rozwiązaniami. Jest to nauka projektowania innowacyjnych produktów usług ułatwiających życie i wspomagających rozwój.
- iv) Zbudowanie w świadomości uczestników misji i targów pożądanego wizerunku marki „Łódzkie Promuje”.

- b) Zamawiający zapewnieni na spotkaniu obecność min. 15 maks 30 przedsiębiorców MŚP z województwa łódzkiego zainteresowanych udziałem w misji. Wszelkie obowiązki związane z rekrutacją uczestników należą do Zamawiającego. Jako dokumentację z przeprowadzonego spotkania Wykonawca dostarczy imienną listę obecności przedsiębiorców oraz przygotuje dokumentację fotograficzną (min 10 zdjęć) ze spotkania. Wykonawca zorganizuje i przeprowadzi spotkanie w terminie co najmniej 30 dni przed datą misji. Czas trwania spotkania: min. 4 godziny maks. 6 godzin. Konkretny ramy czasowe będą ustalane w porozumieniu z Zamawiającym. Propozycja terminu Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii Zamawiającego.
- c) Wykonawca zapewni odpowiednią liczbę prowadzących posiadających odpowiednie kwalifikacje, którzy zrealizują zakładane cele spotkania. Spotkanie będzie podzielone na dwie części.
- i) wykładowo-konwersacyjną; w tej części uczestnicy zostaną wyposażeni w konkretną wiedzę dotyczącą rynku docelowego. Prowadzący przedstawi uwarunkowania historyczne, prawne, podatkowe, gospodarcze, handlowe, zwyczaje, i inne kwestie organizacyjne dotyczące operowania na danym rynku, a które mogą mieć wpływ na możliwości nawiązania przez uczestników spotkania owocnych międzynarodowych kontaktów handlowych. Ta część spotkania będzie zawierała prezentację przedstawioną uczestnikom przez prowadzącego oraz sesję pytań i odpowiedzi. Stosunek czasu trwania prezentacji do czasu trwania sesji pytań i odpowiedzi będzie wynosił 50%:50%.
 - ii) Warsztatową ze szczególnym uwzględnieniem metodologii „myślenia projektowego”; ta część spotkania będzie poświęcona przekazaniu wiedzy i praktycznych narzędzi dotyczących możliwości wsparcia innowacyjności i przewagi konkurencyjnej uczestników spotkania. Treść materiałów dla uczestników będzie zawierała zagadnienia związane z rozpoznaniem potencjału uczestników, określeniem ich pozycji rynkowej, celów strategicznych w kontekście możliwości nawiązania i utrzymania kontaktów międzynarodowych.

Prezentacja, materiały dla uczestników i narzędzia wykorzystane podczas spotkania będą uwzględniały specyfikę branż reprezentowanych przez uczestników spotkania. Prezentacja, materiały dla uczestników spotkania oraz opis wykorzystanych metod pracy i treści przedstawionych podczas spotkania zostanie przekazany do akceptacji Zamawiającego najpóźniej na 7 przed planowanym terminem spotkania. Po zapoznaniu się z prezentacją i materiałami, Zamawiający będzie uprawniony do zgłoszenia uwag, które Wykonawca uwzględni w ostatecznej wersji.

- d) Wykonawca zapewni salę szkoleniową/konferencyjną dostosowaną do ilości uczestników w centrum miasta Łodzi (obszar określony w uchwale Nr LVI/1069/05 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 26.10.2005 r. w sprawie Systemu Informacji Miejskiej w Łodzi – dokument dostępny pod adresem <http://www.zdit.uml.lodz.pl/plik.php?id=1918>) wraz z wyposażeniem, tj. rzutnikiem multimedialnym, ekranem, przenośnym komputerem, pilotem do prezentacji, flipchartem wraz kartonami i flamastrami (4 kolory), nagłośnieniem dostosowanym do powierzchni i planowanej ilości uczestników, bezprzewodowym dostępem do Internetu; miejscami parkingowymi dla wszystkich uczestników spotkania (parking bezpłatny dla uczestników); szatnią dla uczestników spotkania.
 - e) Wykonawca będzie zobowiązany do rozstawienia nośników promocyjnych Zamawiającego w miejscu odbywania się spotkania. Nośniki zostaną odebrane przez Wykonawcę z siedziby Zamawiającego lub miejsca przez niego wskazanego najpóźniej 1 dzień przed spotkaniem oraz zwrócone najpóźniej 1 dzień po skończonym spotkaniu.
 - f) Wykonawca zapewni ciągłą przerwę kawową: świeżo parzona, gorąca kawa i herbata, mleko do kawy, cukier, cytryna, kruche ciastka - min. 2 rodzaje, ok. 100 g/os, ciasta - min. 2 rodzaje, ok. 150 g/os, woda mineralna niegazowana i gazowana, soki owocowe - min. 2 smaki, drobne kanapki - 4 szt./osoba. Liczba osób korzystających z przerwy kawowej podczas spotkania zostanie ustalona na podstawie liczby uczestników z uwzględnieniem przedstawicieli (maks. 3 osoby) Zamawiającego.
 - g) Wykonawca przygotuje materiały szkoleniowe dla każdego z uczestników spotkania (minimum: prezentacja, z miejscem przewidzianym na notatki). Materiały zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji najpóźniej do 3 dni przed planowanym terminem spotkania.
 - h) Wykonawca przygotuje certyfikaty dla każdego z uczestników spotkania poświadczające udział w spotkaniu. Certyfikaty zostaną wręczone uczestnikom na zakończenie spotkania.
 - i) Wykonawca przeniesie autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego do materiałów przygotowanych na potrzeby spotkania zgodnie z § 6 umowy.
 - j) Wykonawca zapewni wszelkie dodatkowe materiały wizualne, audio, papiernicze i inne niezbędne do przeprowadzenia obydwu części spotkania.
- 10) Planowany zakres promocji (kierowanej do klientów wewnętrznych i zewnętrznych) uzupełniony powinien zostać także o inne tradycyjne oraz niestandardowe narzędzia komunikacji marketingowej z zakresu marketingu bezpośredniego, w kontekście zapewnienia kompleksowości i osiągnięcia wymaganych polityk horyzontalnych (polityki równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób

z niepełnosprawnościami, polityki zrównoważonego rozwoju, polityki równych szans kobiet i mężczyzn).

- 11) Zamawiający wymaga aby Wykonawca prowadził badania skuteczności podejmowanych działań reklamowych w formie raportów.
- 12) Wykonawca spełni obowiązek informowania opinii publicznej poprzez oznaczenie znakiem Unii Europejskiej i znakiem Funduszy Europejskich oraz herbem województwa łódzkiego lub jego oficjalnym logo promocyjnym wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących projektu np. publikacji, notatek prasowych, stron internetowych, e-mailingu, materiałów filmowych, materiałów promocyjnych, spotkań.
- 13) Zadaniem Wykonawcy będzie zakup/wykonanie materiałów promocyjnych jako elementu wspierającego organizację udziału w targach. Zamawiający zaplanował, iż poniższe materiały promocyjne stanowić będą element wyposażenia stoiska na targach mający za zadanie zachęcić klienta zewnętrznego do nawiązania kontaktów z przedsiębiorcami z regionu łódzkiego. Ponadto każdy materiał poza jego funkcją reprezentacyjną pełni także rolę praktyczną co w połączeniu z oznaczeniami graficznymi UE sprzyja interakcji uczestników targów i staje się czynnikiem wspierającym kooperację międzynarodową.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- a) Wykonawca zakupi/wykona materiały promocyjne zgodnie z poniższymi wytycznymi Zamawiającego:
 - i) Drażetki miętowe w okrągłym metalowym pudełku. Zamawiający na etapie realizacji zamówienia zakłada wykonanie materiałów promocyjnych w ilości nie większej niż 1000 sztuk.



Drażetki: miętowe

Kolor pudełka: do wyboru przez Zamawiającego

Wymiar puszek: ø45x15 mm (+/- 5mm)

Ilość drażetek: 12 g (+/- 5g)

Nadruk na spodzie puszek: 1 kolor Pantone

Nadruk na wieczku puszek: 1 kolor Pantone

Opakowanie: jednostkowo foliowane folią termokurczliwą na gorąco, pakowane zbiorczo w pudełko kartonowe,

Otwieranie: poprzez naciśnięcie wieczka, przy otwieraniu i zamykaniu wieczka wymagany charakterystyczny „klik”.

Ilość: 1000 sztuk

**Wizualizacja przedstawia przykładowy produkt spełniający wymogi*

- ii) Notes w okładce z imitacji skóry; zamykany na gumkę w kolorze okładki notatnika; z wewnętrzną kieszenią na dodatkowe notatki, przymocowaną na tylnej okładce; z materiałową zakładką. Zamawiający na etapie realizacji

zamówienia zakłada wykonanie materiałów promocyjnych w ilości nie większej niż 100 sztuk.



Materiał: bezkwasowy papier
Wymiar: 9x14cm
Ilość kartek: 192 strony
Oprawa: o zaokrąglonych rogach minimalnie wystających poza grzbiec kartek
Zamykanie: na gumkę w kolorze oprawy notatnika
Znakowanie: tłoczenie na okładkach do 70% powierzchni
Kolory notesu: cztery różne kolory do wyboru przez Zamawiającego
Ilość: 100 sztuk

**Wizualizacja przedstawia przykładowy produkt spełniający wymogi*

Znakowanie wykonane na produktach musi być zgodne z księgą identyfikacji wizualnej Województwa Łódzkiego (Załącznik nr 1) oraz oznaczone ciągiem znaków (logo) informujących o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2.

Etap II: Organizacja udziału Województwa Łódzkiego w targach Expo Real.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Opracowanie wstępnego, szczegółowego programu uczestnictwa Województwa Łódzkiego w targach pod względem merytorycznym i logistycznym dla wydarzenia. Przy opracowywaniu programu Zamawiający będzie oczekiwał od Wykonawcy inwencji i kreatywności oraz umiejętności dotarcia do wskazanych powyżej grup docelowych oraz zorganizowania z nimi spotkań. Wykonawca zobowiązany będzie do uzyskania od przedsiębiorstw/podmiotów uczestniczących w targach sugestii dotyczących przedstawicieli grup docelowych, z którymi powinni się spotkać oraz tematyki, którą są zainteresowani. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić projekt programu w oparciu o ww. sugestie, który musi zyskać akceptację Zamawiającego. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności związanych z organizacją uczestnictwa Województwa Łódzkiego w targach w tym pokrycia wszelkich niezbędnych kosztów z tym związanych uwzględnionych w opisie przedmiotu zamówienia.
- 3) Wykonawca zobowiązany jest do zorganizowania co najmniej trzech spotkań/rozmów Business to Business (b2b) zagranicznych odbiorców z przedstawicielami województwa łódzkiego (dla każdego z przedsiębiorstw sektora MŚP), prezentującymi ofertę gospodarczą regionu w targów. Celem rozmów ma być m.in.: nawiązanie kontaktów z parterami

zagranicznymi, wzrost inwestycji zagranicznych czy też zwiększenie potencjału eksportowego firm z regionu łódzkiego. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia przetłumaczonych na język polski materiałów zawierających charakter działalności jak i opis zagranicznych odbiorców oferty WŁ, z którymi spotkają się przedstawiciele WŁ podczas planowanego wydarzenia. Ponadto Zamawiający wymaga od Wykonawcy dostarczenia przedsiębiorcom/uczestnikom targów minimalnego zakresu informacji: o specyfice firmy, specyfice oferowanych usług/produktów, zdolności produkcyjnej/zapotrzebowaniu, ilości nawiązanych kontaktów z partnerami zagranicznymi w ciągu ostatnich 5 lat, przedstawieniu kluczowych aspektów nawiązania współpracy (warunków, wymagań, rozwiązań formalnych). Zamawiający dopuszcza możliwość przekazania ww. informacji przedstawicielom WŁ za pośrednictwem poczty elektronicznej – korespondencja będzie również przekazywana do wiadomości Zamawiającego.

- 4) Wykonawca zobowiązany jest do przesłania zaproszenia do potencjalnych odbiorców zainteresowanych ofertą gospodarczą województwa łódzkiego. W przygotowanym zaproszeniu Wykonawca zobowiązany jest zawrzeć informacje o uczestnictwie w targach jak i ofercie przedsiębiorstw z sektora MŚP biorących udział w wydarzeniu. Wykonawca zobowiązany jest przygotować projekt zaproszenia (zgodnie z identyfikacją wizualną Województwa Łódzkiego) i przedstawić Zamawiającemu do ostatecznej akceptacji. Zaproszenie zostanie przygotowane w odpowiedniej wersji językowej wynikającej z potrzeb zapraszanego odbiorcy. Zobowiązany jest również do wysyłki zaproszeń, jednak w liczbie nie większej niż 300 zaproszeń. System Identyfikacji Wizualnej WŁ stanowi załącznik nr 1, kv projektu stanowi załącznik nr 3.
- 5) Wykonawca proponuje dodatkowe wydarzenie w ramach organizacji udziału Województwa Łódzkiego w targach, którego celem będzie promocja atrakcyjności gospodarczej i inwestycyjnej WŁ ze szczególnym uwzględnieniem specjalizacji regionalnych jak również nawiązywanie kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu. Propozycja Wykonawcy musi uzyskać akceptację Zamawiającego, w przypadku jej braku Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia sugestii oraz wymagań Zamawiającego i naniesienia poprawek.
- 6) Wykonawca zobowiązany jest do pokrycia wszelkich kosztów związanych z uczestnictwem osób biorących udział w targach w tym m.in.: transport, ubezpieczenie, koszty uzyskania dokumentów umożliwiających pobyt na terytorium innego państwa (np wizy).
- 7) Wykonawca w ramach organizacji udziału w targach zobowiązany jest do zapewnienia obsługi minimum 1 tłumacza trójjęzycznego (w tym język polski) ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego.

Zamawiający w porozumieniu z Wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy tłumacza, jednakże czas obsługi tłumaczeniowej nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę. Wykonawca gwarantuje, że zlecone tłumaczenia będą wykonywane z

należyta starannością, zasadami sztuki, etyką zawodową, z zachowaniem spójności słownictwa, zwrotów językowych i form gramatycznych czy nazewnictwa. Wykonawca zobowiązany jest zachować w tajemnicy wszelkie informacje uzyskane w trakcie wykonywania umowy oraz do wykorzystywania ich wyłącznie do celów związanych z realizacją umowy.

- 8) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia wejściówek dla wszystkich osób uczestniczących w prezentacji WŁ podczas targów. Wykonawca zapewni:
 - a) wejściówki na okres koordynacji zabudowy na potrzeby Zamawiającego,
 - b) **maksimum 7** wejściówek dla „wystawcy” na potrzeby Zamawiającego,
- 9) Wykonawca zobowiązany jest do zamieszczania na: materiałach, tablicach informacyjnych, ulotkach, broszurach, ogłoszeniach, zaproszeniach, programach, listach uczestników, ankietach, elementach stoiska, materiałach elektronicznych (e-mail) itp. ciągu znaków (logo), informującego o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2
- 10) Wykonawca zobowiązany jest do dokonania wszelkich niezbędnych formalności w ramach realizacji zamówienia dotyczących gromadzenia danych osobowych oraz postępowania zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych bądź też innym prawem obowiązującym na terenie Unii Europejskiej w ścisłej współpracy z Zamawiającym. Pełną odpowiedzialność za zarządzanie i ochronę danych osobowych w ramach realizacji zamówienia ponosi Wykonawca.
- 11) Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z realizacją etapu I – IV w tym:
 - a) koszty transportu i ubezpieczenia (OC i NNW) wszelkich materiałów i zasobów ludzkich,
 - b) transportu oraz wejścia na teren targów osób oddelegowanych przez Wykonawcę, niezbędnych do realizacji **Etapu I - IV**.
- 12) Wykonawca zobowiązany jest do przekazania dokumentu zawierającego informację o poniesionych kosztach udziału przedsiębiorców w targach, gdyż będzie on podstawą do wystawienia zaświadczeń dla przedsiębiorców o udzielonej pomocy de minimis w ramach projektu.
- 13) Wykonawca będzie pełnił nadzór nad przebiegiem całego wydarzenia.
- 14) Wykonawca wykona dokumentację fotograficzną z przebiegu wydarzenia.
- 15) Wykonawca przygotuje oraz zbierze ankiety ewaluacyjne od wszystkich uczestników wyjazdu, prezentujące potencjał gospodarczy oraz inwestycyjny województwa łódzkiego. Ankiety muszą zawierać informacje dotyczące oceny organizacji wyjazdu, ocenę przydatności praktycznej, spotkań, ocenę spełnienia oczekiwań .
- 16) Wykonawca zobowiązany jest do opracowania z każdego dnia udziału w targach „wiadomości” wraz z dokumentacją zdjęciową z odbywających się wydarzeń i przesyłanie ich tego samego dnia do Departamentu Promocji i Współpracy Zagranicznej Urzędu

Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego na adres e-mail ustalony na etapie realizacji przedmiotu zamówienia przez Zamawiającego i Wykonawcę.

- 17) Wykonawca zobowiązany jest do współpracy ze wskazanymi przez Zamawiającego podmiotami wykonującymi inne działania w ramach realizacji projektu „*Promocja gospodarcza Województwa Łódzkiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych*”.

Etap III: Usługi transportowe.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego realizacja usług transportowych:

4) Transport:

- a) materiałów promocyjnych na potrzeby organizacyjne i promocyjne wyjazdu,
 - b) innych rzeczy niezbędnych do udziału w targach,
- (przewóz lub wysyłka materiałów promocyjnych/rzeczy wszystkich uczestników wg. potrzeb (max 100 kg/uczestnika)) wraz z pokryciem kosztów ubezpieczenia oraz innych formalności. Materiały promocyjne/rzeczy wszystkich uczestników wg. potrzeb zostaną dostarczone przez Wykonawcę do miejsca wskazanego przez Zamawiającego na jeden dzień przed rozpoczęciem wydarzenia. Po zakończeniu wydarzenia pozostałe materiały/rzeczy wskazane powyżej, zostaną przez Wykonawcę przetransportowane z miejsca, w którym będzie odbywało się wydarzenie do siedziby Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego (al. Piłsudskiego 8, Łódź). Dostawa i odbiór materiałów nastąpi w terminach uzgodnionych z Zamawiającym.

- 5) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia transportu autokarem/busem/samolotem dla wszystkich osób uczestniczących w targach - przez cały okres ich trwania. Przy czym Zamawiający wymaga zapewnienia transportu maksymalnie w okresie dwóch dni przed i jednego po wydarzeniu. Transport swym zakresem będzie obejmował:

- a) transport max 7 osób na trasie Łódź - hotel, w którym zostaną zapewnione noclegi. Zamawiający przekaze informację Wykonawcy o lokalizacji hotelu.
- b) transport max 7 osób na trasie: hotel, w którym zostaną zapewnione noclegi – Łódź
- c) dojazd z hotelu na miejsce odbywania się targów jak i powrót do hotelu z miejsca odbywania się targów,
- d) dojazd z hotelu/miejsca odbywania się targów lub innych wydarzeń do miejsc wyznaczonych przez Zamawiającego, jednakże z zastrzeżeniem odległości nie przekraczającej 30 km w promieniu hotelu/miejsca odbywania się targów lub innych wydarzeń.

W przypadku transportu autokarem/busem przewoźnik powinien posiadać wymagane przepisami dokumenty m.in. licencje przewoźnika oraz pełną dokumentację gwarantującą jego przejazd na trasie określonej w umowie zgodnie z obowiązującymi przepisami

(m.in. aktualne badanie techniczne pojazdu, którym będą podróżować uczestnicy, aktualną licencję na wykonywanie transportu drogowego osób - dla przewoźnika, odpowiednie kwalifikacje zawodowe kierowcy/kierowców), a także posiadać odpowiednie ubezpieczenie. Przy czym w przypadku transportu samolotem Zamawiający wymaga aby lotnisko znajdowało się w odległości nie większej niż 250 km od Łodzi.

- 6) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić ubezpieczenie OC i NNW wszystkim uczestnikom misji.

Etap IV: Kompleksowa organizacja stoiska wystawienniczego na targach w tym: projekt, wykonanie, obsługa, montaż i demontaż.

Zadaniem Wykonawcy będzie, na zlecenie Zamawiającego kompleksowa organizacja stoiska wystawienniczego na targach w tym: projekt, obsługa, wykonanie, montaż i demontaż.

Zakres obowiązków Wykonawcy:

- 1) Wykonawca dokona rezerwacji powierzchni wystawienniczej w wielkości 30 m² oraz pokryje koszty wynajmu powierzchni pod stoisko na terenie targów.
- 2) uszczegółowienie **projektu stoiska**, który uwzględnił będzie następujące elementy:
 - a) wielkość wynajmowanej powierzchni wystawienniczej na targach,
 - b) użycie do zabudowy stoiska materiałów dobrej jakości tj.: płyty kartonowo-gipsowej, PCV, MDF z połyskiem, pleksi, szkła, poliwęglanu komórkowego, stali, blachy perforowanej, wykładziny podłogowej, panele itp.
 - c) miejsca na ekspozycję materiałów informacyjno – promocyjnych,
 - d) miejsce do przeprowadzenia rozmów (co najmniej 6 - 8 miejsc siedzących),
 - e) zaplecze stoiska (minimum 3 m²), którego wyposażenie stanowić będą co najmniej następujące elementy:
 - i) lodówka 135 l (wys. od 80 do 110 cm, pozostałe wymiary to ok. 50cm x 64cm),
 - ii) zlewozmywak z odpływem wodno-kanalizacyjnym oraz kranem z doprowadzoną ciepłą i zimną wodą,
 - iii) wieszak wiszący na ubrania/min. 8 haczyków,
 - iv) kosz na śmieci o pojemności min. 35 l,
 - v) regał z minimum 3 półkami,
 - vi) szafka zamykana na klucz (do przechowywania rzeczy),
 - f) miejsce na prezentację oferty 5 przedstawicieli przedsiębiorstw MŚP/jednostek prezentujących swój potencjał gospodarczy/inwestycyjny.
- 3) **Projekt stoiska** musi być zgodny z poniższymi sugestiami Zamawiającego:
 - a) w pełni autorski oraz zgodny z wytycznymi organizatora targów,
 - b) stoisko musi być funkcjonalne, spójne i utrzymane w stylu nowoczesnym oraz być jednym z narzędzi budowania przewagi konkurencyjnej marki „Łódzkie Promuje”, której:

idea brzmi: „*pionier rozwiązań, które czynią życie przyjemniejszym, łatwiejszym i prostszym*”, misją jest: „*poprawiać jakość życia dzięki myśleniu projektowemu, które ma stać się zasadą działania*”, wizja brzmi: „*nowa Ziemia Obiecana dla kreatorów myślenia projektowego, nowoczesna reinterpretacja dziedzictwa historycznego regionu, które łączy z przeszłością, jednocześnie rysując nowe wektory rozwojowe marki województwa w przyszłości*”.

- c) wizualizacja graficzna musi być zgodna z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Łódzkiego stanowiącym Załącznik nr 1 oraz kv projektu stanowiącym Załącznik nr 3,
 - d) powinien zostać opracowany w sposób otwarty, dopasowany do specyfiki targów, ich odbiorców, przy czym Zamawiający wymaga m.in. właściwego wyeksponowania części, w której prowadzone będą rozmowy biznesowe oraz zapewnienia miejsca na prezentację oferty jednostek oraz przedsiębiorstw MŚP z województwa łódzkiego.
 - e) Wszystkie elementy zaproponowane w projekcie powinny być ciekawe, innowacyjne, oraz budować wizerunek województwa łódzkiego jako regionu ludzi otwartych, odważnych, kreatywnych, w którym klimat sprzyja twórczemu rozwijaniu pomysłów i postaw oraz wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych i poprawiających jakość życia oraz którego istotnym elementami jest łączenie współczesności z tradycją, różnorodność, awangardowość oraz oryginalność rozwiązań.
 - f) projekt musi uwzględniać zamieszczenie na elementach stoiska oraz innych materiałach będących częścią stoiska ciągu znaków (logo) lub ciągu znaków (logo) wraz z opisem, informujący o realizacji projektu przy współudziale Funduszy Europejskich dla Rozwoju Regionu Łódzkiego - załącznik nr 2.
- 4) Wykonawca wykonując stoisko zgodnie z projektem, zobowiązany jest uwzględnić wszelkie wymagania organizacyjno-techniczne organizatora targów lub przedstawicielstwa targów w Polsce, w tym wymagania w zakresie instalacji wodno-kanalizacyjnej i elektrycznej,
- 5) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić dostęp do bezprzewodowego Internetu przez cały czas trwania targów. Wykonawca zobligowany jest do zapewnienia:
- osobnego SSID,
 - możliwości podłączenia minimum 50 użytkowników jednocześnie do punktu dostępowego,
 - minimum 3 Mb download i 1 Mb upload/na jednego użytkownika
 - dostępu do sieci zabezpieczony kluczem co najmniej WPA2,
- 6) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia wyposażenia zaplecza stoiska – zgodnie z projektem oraz wytycznymi Zamawiającego, na które składać się będą co najmniej następujące elementy:
- a) lodówka 135 l (wys. od 80 do 110 cm, pozostałe wymiary to ok. 50cm x 64cm),

- b) nowy/sprawny czajnik elektryczny,
- c) sprawny ekspres do kawy,
- d) zlewozmywak z odpływem wodno-kanalizacyjnym oraz kranem z doprowadzoną ciepłą i zimną wodą,
- e) płyn do zmywania (1 l) i gąbki do mycia (max. 5 sztuk),
- f) 8 rolek papierowych ręczników,
- g) komplet naczyń do kawy i herbaty wielokrotnego użytku (zestaw na 24 osoby).
W zestawie powinno znajdować się: dwadzieścia cztery identyczne filiżanki, dwadzieścia cztery identyczne podstawki, dwadzieścia cztery identyczne łyżeczki, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru, tworzyw sztucznych oraz aluminium, w kolorze dowolnym pasującym do wystroju stoiska;
- h) komplet 24 szklanek do napojów bez uchwytów; wykonane ze szkła bez naniesionych znaków reklamowych, towarowych itp.; minimalna dopuszczalna pojemność szklanki to 0,33l.; wszystkie szklanki powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niezakurzone, niewyszczerbione, niepopękane, nieporysowane;
- i) 3 jednakowe talerze na ciastka suche, w kolorze dowolnym pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia; wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; wszystkie talerze powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, nieporysowane;
- j) 2 identyczne cukiernice, w kolorze dowolnym, pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; cukiernice powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, niezakurzone, nieporysowane;
- k) 2 identyczne mleczniki, w kolorze dowolnym, pasującym do wystroju stoiska i pozostałych elementów wyposażenia, wykonane z dowolnego materiału z wyłączeniem papieru oraz tworzyw sztucznych; mleczniki powinny zostać dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, niewyszczerbione, niepopękane, niezakurzone, nieporysowane,
- l) 2 noże; dostarczone w stanie nadającym się do użytkowania, tj. umyte, naostrzone, niezardzewiałe/niezaśniedziałe;
- m) wieszak wiszący na ubrania/min. 8 haczyków,
- n) kosz na śmieci o pojemności min. 35 l wraz z workami na śmieci, minimum 20 szt.,
- o) regał z minimum 3 półkami,
- p) szafka zamykana na klucz (do przechowywania rzeczy).

- 7) Wszystkie wykorzystane do aranżacji nowe, nieużywane lub nie noszące śladów użytkowania meble oraz urządzenia winny posiadać aktualne atesty dopuszczające do użytku na terenie Unii Europejskiej oraz spełniać zasady BHP, w szczególności nie mogą narażać na niebezpieczeństwo upadków, skaleczeń i innych obrażeń. Wykonawca przedstawi na żądanie Zamawiającego niezbędne dokumenty poświadczające spełnienie tego wymogu.
- 8) Wykonawca do obsługi stoiska Województwa Łódzkiego w trakcie prezentacji oferty regionu łódzkiego na targach zobowiązany jest zapewnić minimum hostessę trzyletnią ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego (w tym język polski), Zamawiający w porozumieniu z wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy hostess przed rozpoczęciem prezentacji na targach, jednakże czas obsługi nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę. Do zadań hostess należało będzie m.in. informowanie o prezentowanej ofercie, udzielanie informacji na temat samego województwa oraz zapraszanie do odwiedzania stoiska lub na wydarzenia towarzyszące.
- 9) Wykonawca w ramach organizacji udziału w targach zobowiązany jest zapewnić minimum 1 eksperta trzyletniego (w tym język polski) ze znajomością języka niemieckiego oraz angielskiego. Zadaniem eksperta będzie udzielanie informacji z zakresu czynności prawno-finansowych dla potencjalnych, zainteresowanych nawiązaniem współpracy z przedstawicielami województwa łódzkiego w trakcie prezentacji oferty regionu łódzkiego na targach. Zamawiający w porozumieniu z Wykonawcą uzgodni szczegółowy zakres godzinowy pracy eksperta, jednakże czas obsługi nie powinien być dłuższy niż 10 godzin dziennie/osobę.
- 10) Wykonawca zaproponuje **min. 3 działania** zachęcające do odwiedzenia stoiska województwa łódzkiego podczas targów, z czego Zamawiający oczekuje, iż:
- a) jednym z działań będzie degustacja produktu spożywczego z regionu województwa łódzkiego,
 - b) dwa działania będą działaniami typu: trendsetting, aktywna akwizycja itp.
- Celem powyższych działań będzie zwiększenie możliwości nawiązania kontaktów z partnerami zagranicznymi zainteresowanymi ofertą inwestycyjną i gospodarczą regionu. Zaproponowane działania zwiększą zainteresowanie prezentowanej oferty inwestycyjnej, uatrakcyjnią formułę prezentacji oraz wpłyną na pozytywny jej odbiór przez uczestników imprezy targowej. Zaproponowane działania powinny cechować się unikalnością oraz budować zaangażowanie wśród potencjalnych odbiorców oferty.
- 11) Wykonawca zapewni Zamawiającemu obsługę techniczną składającą się z co najmniej jednej osoby będącej do dyspozycji Zamawiającego w trakcie targów. Zamawiający wymaga aby osoba do obsługi technicznej posiadała umiejętność obsługi co najmniej: przyłączy: elektrycznych, wod- kan, internetowych oraz urządzeń multimedialnych itd.

Wykonawca pokryje koszty związane z zapewnieniem obsługi w tym: koszty transportu, ubezpieczenia oraz wejścia na teren targów.

- 12) Wykonawca swoje czynności w ramach obsługi technicznej będzie realizował w sposób nie kolidujący z funkcjonowaniem stoiska.
- 13) Montaż zabudowy stoiska, w tym podłączenie prądu i montaż oświetlenia zakończy się w dniu poprzedzającym rozpoczęcie targów, natomiast demontaż zabudowy stoiska rozpocznie się po zakończeniu targów.
- 14) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić Zamawiającemu wykonanie zabudowy powierzchni (opisanej w punkcie 1), bieżącą obsługę, naprawy, montaż i demontaż stoiska, jego transport oraz usługi sprzątania stoiska i wywozu śmieci.
- 15) Wykonawca zobowiązany jest do dokonania czynności formalnych związanych z techniczno-organizacyjnym funkcjonowaniem stoiska (bezpośredni kontakt z organizatorem lub przedstawicielstwem w Polsce) w tym m.in. zgłoszenie na targi (w tym każdego z przedsiębiorstw), rezerwacja powierzchni, wpis do katalogu (w tym: województwa i każdego z przedsiębiorstw) oraz inne niezbędne do prezentacji na targach. Wykonawca w ofercie uwzględni różnice w przyłączach prądowych.
- 16) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić sprawność wszystkich przyłączy i urządzeń, znajdujących się na wyposażeniu stoiska oraz kompletność elementów wyposażenia stoiska przez cały okres trwania targów.
- 17) Wykonawca zobowiązany jest do udzielania informacji i pomocy w zakresie obsługi technicznej stoiska, w szczególności obsługi wyposażenia zapewnianego przez Wykonawcę oraz do niezwłocznego usuwania wszelkich awarii i usterek, zgłoszonych przez Zamawiającego powstałych w obrębie stoiska (włącznie z wymianą wadliwych lub uszkodzonych elementów) - niezależnie od przyczyny powstałej awarii/usterki.
- 18) Wykonawca ponosi wszelką odpowiedzialność za wszelkiego rodzaju uszkodzenia stoiska i jego wyposażenia, powstałe w okresie korzystania ze stoiska przez Zamawiającego.
- 19) Wykonawca ponosi odpowiedzialność za utrzymanie estetycznego wystroju stoiska i jego bieżące sprzątanie.
- 20) Wykonawca nie może wykorzystać stoiska ani jego elementów do promowania innych wydarzeń, firm lub osób nie związanych z celami i wymogami określonymi w opisie przedmiotu zamówienia w sposób umożliwiający identyfikację co do wykonania niniejszego zamówienia.

Załącznik nr 1 do OPZ – http://www.lodzkie.pl/files/Identyfikacja/lozdzkie_brand_manual.pdf

Załącznik 2 do OPZ: <http://www.cop.lodzkie.pl/realizuje-projekt?id=36>

Załącznik nr 3 do OPZ – odrębny plik w wersji elektronicznej