

Wielkopolska Organizacja Turystyczna
ul. 27 Grudnia 17/19
61-737 Poznań

Poznań, 05.02.2015r.

Rozeznanie rynku na realizację zadania pn. Kampania promocyjna markowego produktu turystyki wodnej Wielka Pętla Wielkopolski – promocja w Internecie i wybranych mediach oraz organizacja eventów, w tym konferencji prasowej

Wielkopolska Organizacja Turystyczna, **celem dokonania rozeznania rynku w przedmiocie i zakresie opisanym poniżej**, zwraca się z uprzejmą prośbą o przygotowanie informacji w zakresie szacunkowej wartości netto i brutto zamówienia obejmującego realizację kampanii promocyjnej markowego produktu turystyki wodnej Wielka Pętla Wielkopolski – promocja w Internecie i wybranych mediach oraz organizacja eventów, w tym konferencji prasowej.

Zamówienie to jest planowane do realizacji w ramach projektu pt. „*Promocja Wielkiej Pętli Wielkopolski – markowego produktu turystyki wodnej w Wielkopolsce – etap II*” – współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Priorytetu VI – Turystyka i środowisko kulturowe, Działania 6.1 - Turystyka, Schematu II – Promocja i informacja turystyczna Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013.

W dalszej części niniejszego zapytania przekazujemy Państwu szczegóły wstępnej szacunkowej wyceny z Państwa strony. Jednocześnie uprzejmie informujemy, iż Wielkopolska Organizacja Turystyczna posiada ograniczone środki na realizację w/w zadania.

Z uwagi na konieczność pilnego rozpoczęcia odpowiednich procedur zależnych od niniejszego rozeznania rynku prosimy o przesłanie propozycji – kalkulacji cenowej na realizację zamówienia do dnia 12 lutego 2015 r. godz. 12:00.

Złożona propozycja – kalkulacja cenowa nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy Kodeks cywilny oraz ustawy Prawo zamówień publicznych.

W razie jakichkolwiek pytań i wątpliwości informacji udziela pan Przemysław Woźniak tel: 61/66-45-236 lub prosimy o kontakt mailowy: przemyslaw.wozniak@wot.org.pl

Z wyrazami szacunku,

Przemysław Woźniak
Asystent Projektu
Wielkopolska Organizacja Turystyczna

I. Informacje o projekcie pn. „Promocja Wielkiej Pętli Wielkopolski – markowego produktu turystyki wodnej w Wielkopolsce – etap II”

1. Przedmiotem projektu „Promocja Wielkiej Pętli Wielkopolski – markowego produktu turystyki wodnej w Wielkopolsce – etap II” jest profesjonalna, kompleksowa kampania promocyjna markowego produktu turystyki wodnej o nazwie Wielkiej Pętli Wielkopolski, która będzie kontynuacją projektu promocji Wielkiej Pętli Wielkopolski realizowanego w latach 2012-2014. Wielka Pętla Wielkopolski łączy drogi wodne naszego regionu w wodny szlak turystyczny. Jego wyjątkowość polega na wykorzystaniu równoleżnikowego kierunku przepływu głównych rzek regionu – Warty i Noteci oraz południkowego położenia kanału Warta - Gopło. Szlak ten, liczący 690 km, przebiega przez 15 powiatów woj. wielkopolskiego, których mieszkańcy stanowią 54% ludności regionu. Projekt promować będzie walory przyrodnicze szlaku oraz walory kulturowe położonych na szlaku miast i miasteczek. Działania w sferze promocji turystycznej planuje się przeprowadzić zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym. Przewidywane grupy docelowe na rynku krajowym stanowić będą mieszkańcy wielkopolski, województw ościennych oraz dużych miast i aglomeracji Polski. Ponadto osoby uprawiające turystykę motorowodną i kajakową, właściciele łodzi płaskodennych, barek itp., a także gestorów marin i właściciele firm czarterujących łodzie i kajaki operujący na Wielkiej Pętli Wielkopolski. Promocja projektu oraz jego poszczególne etapy obejmować będą również rynek niemiecki i holenderski. Działania promocyjne obejmować będą w głównej części turystykę wodną na Wielkiej Pętli Wielkopolski, ale także turystykę kulturową i aktywną na terenach wokół niej.

Jednym z zadań projektu jest komunikacyjna kampania promocyjna w telewizji, prasie i Internecie oraz eventy.

II. Informacje szczegółowe zamówienia

1. **Niniejsze rozeznanie rynku ma na celu wyłącznie oszacowanie kwoty wartości realizacji zadania.** W związku z powyższym prosimy o przesyłanie informacji zwrotnych z informacją zawierającą łączną kwotę netto oraz brutto.
2. Wykonawca przeprowadzi komunikacyjną kampanię promocyjną markowego produktu turystyki wodnej Wielka Pętla Wielkopolski zgodnie z wytycznymi opisanymi w rozdziale II Informacje szczegółowe niniejszego dokumentu.
3. Kampania przeprowadzona zostanie we wskazanych przez Zamawiającego mediach, tzn. w telewizji, prasie i Internecie. Ponadto zadaniem Wykonawcy będzie zorganizowanie i przeprowadzenie eventów, zgodnie z wytycznymi wskazanymi przez Zamawiającego.
4. Obowiązkiem Wykonawcy przy realizacji wszystkich zadań jest bieżąca aktualizacja, zapoznanie się, przestrzeganie i stosowanie aktualnych wytycznych Instytucji Zarządzającej Wielkopolskim Regionalnym Programem Operacyjnym na lata 2007-2013 dla Beneficjentów w zakresie informacji i promocji, znajdującymi się na stronie www.wrpo.wielkopolskie.pl



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
WIELKOPOLSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



5. Lista zadań dzieli się na następujące, szczegółowo rozpisane w dalszej części niniejszego rozeznania rynku:

Telewizja

- Zadanie nr 1 Emisja 30-sekundowego spotu promocyjnego w telewizyjnych stacjach regionalnych
- Zadanie nr 2 Wywiad dla telewizji regionalnej przedstawiciela Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej

Internet

- Zadanie nr 1 Kampania typu display (Google Display Network)
- Zadanie nr 2 Emisja spotu 30-sekundowego na platformie VOD/TVN Player
- Zadanie nr 3 Emisja spotu 30-sekundowego na Youtube (kampania typu ROS)
- Zadanie nr 4 Działania na Facebooku

Prasa

Eventy

- Zadanie nr 1 Organizacja eventu pn. „Dzień otwarty Wielkiej Pętli Wielkopolski”
- Zadanie nr 2 Organizacja konferencji prasowej

6. Przewidywany termin realizacji – **od 1 kwietnia 2015 do 31 lipca 2015 roku.**

7. Wykonawca zobowiązany będzie do przedstawienia raportu dotyczącego efektów zrealizowanych działań na podstawie:

- Raportów z monitoringu mediów – liczby publikacji medialnych ogółem (wg monitoringu Instytutu Monitorowania Mediów), liczby publikacji medialnych uwzględniających kluczowe cele komunikacyjne, ekwiwalentu reklamowego z doniesień medialnych, liczby odwiedzin stron internetowych oraz unikalnych użytkowników, „polubień” i pozytywnych komentarzy na Facebooku i Youtube,
- Oglądalności spotów TV w oparciu o badanie Nielsen – ilość zrealizowanych GRP, zasięgi 1+ oraz 3+ w planowanej grupie docelowej,
- Działania on-line - realizacja planowanych ilości odsłon, klików w linki tekstowe i formy graficzne, odtworzeń materiałów wideo
- Opinii publicznej w wybranych regionach,
- Kluczowych liderów opinii,
- Innych, określonych przez Zamawiającego

8. **Wielkopolska Organizacja Turystyczna prosi o uwzględnienie w przygotowanej przez Państwa ofercie wszystkich możliwych kosztów związanych z realizacją w/w zadania, w tym przede wszystkim:**

- Bezterminowe przekazanie zależnych praw autorskich na wszystkich polach eksploatacji,
- Koszty przygotowywania poszczególnych wyznaczonych zadań, związanych z realizacją kampanii (w tym koszty prac zespołu),
- Koszty należnego honorarium za realizację zadania,
- Inne nieuwzględnione koszty.

III. Główne zadania do realizacji

TELEWIZJA

Zadanie nr 1 Emisja 30" spotu promocyjnego w telewizyjnych stacjach regionalnych

1. Zadaniem Wykonawcy jest emisja 30" spotu promocyjnego w następujących telewizyjnych stacjach regionalnych:
 - a. TVP Poznań
 - b. TVP Bydgoszcz
 - c. TVP Gdańsk
 - d. TVP Szczecin
 - e. TVP Warszawa
 - f. TVP Wrocław
 - g. TVP Gorzów Wlkp - lubuskie
 - h. TVP Katowice
 - i. TVP Łódź
 - j. TVP Regionalna (OTV)
 - k. WTK
2. Liczba emisji w każdej z wymienionych stacji wynosi 20 emisji.
3. Emisja spotu promocyjnego powinna odbyć się w dniach 1-31 maja 2015r.
4. Spot promocyjny do emisji zostanie przekazany przez Zamawiającego w ciągu 5 dni od podpisania umowy.
5. Obowiązkiem Wykonawcy jest **przedstawienie szczegółowego planu emisji do akceptacji Zamawiającego w ciągu 14 dni od dnia podpisania umowy** na realizację zadania. W przypadku braku akceptacji wskazanego planu emisji, Wykonawca zobligowany jest do jego korekty zgodnie z oczekiwaniami Zamawiającego i niezwłocznego przedstawienia go po wskazanych korektach.
6. Przynajmniej 60% emisji spotów winno być zrealizowane między godziną 18.00 - 22.00.
7. Przynajmniej 30% emisji spotów dla stacji regionalnych winno być zrealizowane przed głównymi serwisami informacyjnymi poszczególnych stacji.
8. Wykonawca przedstawi dokumentację emisji reklam uwzględniającą godziny emisji, potwierdzoną przez stacje.

Zadanie nr 2 Wywiad dla telewizji regionalnej przedstawiciela Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej

Wykonawca zapewni co najmniej 2 wywiady minimum 8-minutowe z przedstawicielem Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej w wielkopolskich telewizjach regionalnych o największym zasięgu w regionie.

INTERNET

Zadanie nr 1 Kampania typu display (Google Display Network)

1. Wykonawca zrealizuje kampanię typu display (Google Display Network) w polskich serwisach internetowych.
2. Kampania trwać będzie w miesiącach maj-lipiec 2015r.
3. Wykonawca przygotuje wstępną listę serwisów internetowych do akceptacji Zamawiającego w terminie do 17 kwietnia 2015r. W trakcie kampanii Wykonawca będzie modyfikował reklamy i dodawał nowe, w celu osiągnięcia jak najlepszych wskaźników.



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
WIELKOPOLSKIE



wielkopolska



WIELKA PĘTLA
WIELKOPOLSKI
z nurtem przyszłości

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



4. W trakcie kampanii reklamy muszą osiągnąć **30 000** kliknięć (CPC).
5. Nośniki reklamowe (750x200, 728x90, 300x250 wszystkie formaty do 50 KB) do kampanii dostarczy Zamawiający w terminie ustalonym przez strony.
6. Wymienione w pkt. 5 nośniki reklamowe będą przekierowywały na stronę internetową ustaloną z Zamawiającym.
7. Do zadań Wykonawcy należeć będzie prowadzenie rzetelnych statystyk kampanii internetowej zgodnie z przyjętymi ogólnie standardami i na podstawie statystyk dostarczanych przez wydawców. Wykonawca na życzenie Zamawiającego zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu miesięcznych statystyk z działań oraz na każde dodatkowe żądanie Zamawiającego.

Zadanie nr 2 Emisja spotu 30'' na platformie VOD/TVN Player

1. Wykonawca wyemituje 30'' spot Wielkiej Pętli Wielkopolski, dostarczony przez Zamawiającego na platformie TVN Player.
2. Spot będzie emitowany przed odtworzeniem wybranego przez użytkownika materiału (odcinka serialu).
3. Liczba emisji spotu, którą Wykonawca musi osiągnąć, to **500 000** obejrzeń (CPV).
4. Emisja odbędzie się w terminie 1-31 maja 2015r.
5. Wykonawca przedstawi dokumentację emisji spotu, uwzględniającą powyższe wytyczne, potwierdzoną przez stacje.

Zadanie nr 3 Emisja spotu 30'' na Youtube (kampania typu ROS)

1. Wykonawca zrealizuje kampanię na Youtube typu ROS (Run on site – kampania puszczona po witrynie YouTube bez targetowania), z wykorzystaniem spotu 30'' dostarczonego przez Zamawiającego.
2. Liczba emisji spotu, które powinien osiągnąć Wykonawca to **200 000** obejrzeń (CPV).
3. Emisja odbędzie się w terminie 1-31 maja 2015r.
4. Do zadań Wykonawcy należeć będzie prowadzenie rzetelnych statystyk emisji spotu uwzględniających powyższe wytyczne.

Zadanie nr 4 Działania na Facebooku

1. Wykonawca będzie realizował działania na portalu Facebook na rynku polskim i za granicą – w Niemczech i Holandii, przy wykorzystaniu istniejącego konta Visit Wielkopolska do prowadzenia komunikacji.
2. Komunikacja atrakcji i walorów Wielkiej Pętli Wielkopolski trwać będzie przez cały okres kampanii z uwzględnieniem pór roku oraz promocji w innych mediach.
3. Komunikacja w językach polskim oraz niemieckim i holenderskim – posty w danym języku będą widoczne tylko dla użytkowników danego rynku. Komunikacja w każdym z języków powinna być zapewniona i realizowana przez osoby posługujące się danym językiem (native speaker lub tłumacz). Niedopuszczalne jest wykonywanie tłumaczeń za pomocą programów komputerowych służących do translacji tekstu.
4. Przekazywanie użytkownikom ciekawostek o Wielkiej Pętli Wielkopolski i przydatnych informacji turystycznych w atrakcyjnej formie (zdjęcia, wideo, infografiki itp.).
5. Zachęcanie użytkowników do dzielenia się wrażeniami i doświadczeniami z pobytu w Wielkopolsce.
6. Wykonawca zobowiązany jest dodawać co najmniej 5 wpisów tygodniowo w języku polskim oraz co najmniej 3 wpisy tygodniowo w języku niemieckim i co najmniej 3 wpisy tygodniowo w języku holenderskim.



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
WIELKOPOLSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



7. Cel na czas trwania kampanii tj. od 1 kwietnia do 31 lipca 2015 roku to osiągnięcie minimalnej ilości fanów na poziomie **10 000** (na dzień publikacji ogłoszenia liczba fanów wynosi **7 089**).
8. Wykonawca zorganizuje minimum 2 konkursy na profilu Visit Wielkopolska na Facebooku podczas trwania kampanii (jeden w maju i jeden w czerwcu, każdy z nich trwający od 7 do 14 dni). Szczegóły dotyczące konkursów, lista nagród oraz regulamin zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji w terminie 14 dni przed uruchomieniem konkursu. Wykonawca zapewni nagrody dla 3 pierwszych miejsc, o wartości 600 zł brutto w ramach każdego z konkursów.
9. Właścicielem profilu po zakończeniu realizacji kampanii jest Zamawiający.
10. Wykonawca przekaze Zamawiającemu wszelkie dane, w tym pliki tekstów, zdjęć źródłowych oraz wszelkich innych danych zamieszczonym na profilu (login i hasła, nazwy).

PRASA

1. Wykonawca przygotuje 6 artykułów (adwertoriali) dotyczące Wielkiej Pętli Wielkopolski.
2. Przygotowanie obejmuje zarówno napisanie tekstu, pozyskanie zdjęć, złożenie artykułu oraz jego emisję.
3. Emisja odbędzie się w prasie specjalistycznej. Wymagane są czasopisma wyłącznie o tematyce dotyczące turystyki wodnej oraz podróżniczej. Minimum 3 różne tytuły. Lista czasopism zostanie przedstawiona Zamawiającemu do akceptacji.
4. Każdy artykuł powinien obejmować 4 pełne strony czasopisma, w którym będzie publikowany.
5. Odpowiednio wcześniej przed emisją Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję tekstu, a po jego akceptacji propozycję złożonego artykułu.
6. Wykonawca do każdego artykułu zapewni odpowiednie, dostosowane do tematyki profesjonalne zdjęcia. Zdjęcia zostaną przekazane Zamawiającemu wraz z pełnymi prawami autorskimi po wykonaniu zadania.
7. Artykuły ukażą się w terminie od początku maja do końca lipca 2015r. Wykonawca przedstawi daty emisji do akceptacji Zamawiającemu.

EVENTY

Zadanie nr 1 Organizacja eventu pn. „Dzień otwarty Wielkiej Pętli Wielkopolski”

1. Wykonawca zorganizuje event pn. „Dzień Otwarty Wielkiej Pętli Wielkopolski”, który będzie wydarzeniem towarzyszącym wybranej imprezie regionalnej w Wielkopolsce.
2. Event tematycznie dotyczyć będzie różnego rodzaju aktywności związanych z Wielką Pętlą Wielkopolski. Trwać będzie minimum 4 godziny.
3. Event odbędzie się w wybrany dzień (sobotę lub niedzielę) w miesiącu maju lub czerwcu.
4. Wykonawca poinformuje media o evencie (listę kontaktów dziennikarskich Wykonawca prześle Zamawiającemu na 14 dni przed pierwszym eventem). Ponadto, Wykonawca utworzy wydarzenie na Facebooku dotyczące eventu, gdzie uczestnicy będą mogli się zapisywać.
5. Informacja o evencie powinna być udostępniona na profilu Visit Wielkopolska na Facebooku oraz na portalach internetowych, które publikują informacje o planowanych wydarzeniach w regionie (min. 3 portale). Wykonawca zapewni również zapowiedzi imprezy w radiu lokalnym, odpowiednim dla miejsca odbywania się eventu (min. 5 emisji spotu 30 sek. w dniu poprzedzającym imprezę) Szczegóły zostaną ustalone z Zamawiającym.



6. Podczas eventu Wykonawca zorganizuje pokaz stand up paddle.
7. Wykonawca zapewni oznakowany stand z ladą informujący o kampanii Wielkiej Pętli Wielkopolski. Do tego Wykonawca powinien rozstawić namiot z logotypami Wielkiej Pętli Wielkopolski o wielkości przynajmniej 3x3 m. (Zamawiający może udostępnić własny namiot - do uzgodnienia z Zamawiającym), w tym także obsługę co najmniej 2 osób. Uczestnikom eventu prezentowane będą materiały promocyjne o Wielkiej Pętli Wielkopolski oraz zdjęcia z Wielkiej Pętli Wielkopolski (np. wystawa) – szczegóły do ustalenia z Zamawiającym.
8. Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym przygotowuje i rozda uczestnikom materiały o Wielkiej Pętli Wielkopolski (np. wydawnictwa Wielkiej Pętli Wielkopolski).
9. Podczas eventu Wykonawca zorganizuje konkurs dla uczestników, z wykorzystaniem sceny głównej imprezy wraz z nagłośnieniem, w którym główną nagrodą będzie 2-osobowy namiot (o wartości min. 300 zł brutto). Na stoisku promocyjnym prowadzony będzie stały quiz wiedzy o WPW i Wielkopolsce, w którym nagrodami będą drobne gadżety z logo WPW (50 szt. gadżetów o wartości około 20 zł/szt.) Wszystkie nagrody zapewnia Wykonawca na swój koszt.
Pytania konkursowe zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji.
10. Na miesiąc przed datą eventu, Wykonawca powiadomi wszystkie szkoły podstawowe w województwie wielkopolskim o konkursie plastycznym pn. „Wakacje z Wielką Pętlą Wielkopolski”, wysyłając do szkół pocztą tradycyjną oraz mailem i faksem zaproszenie do udziału w konkursie wraz z regulaminem konkursu i oświadczeniem dotyczącym danych osobowych oraz praw autorskich. Zgłaszane prace Wykonawca będzie przyjmował i gromadził, a po terminie ich nadsyłania, przeprowadzi wstępną selekcję, wybierając 50 najlepszych prac. Prace te zostaną przekazane Zamawiającemu, który dokona wyboru zwycięskich 20 prac. Wyniki oraz skany zwycięskich prac konkursowych zostaną opublikowane na profilu Visit Wielkopolska na Facebooku oraz stronie internetowej Zamawiającego.
Podczas eventu odbędzie się uroczyste wręczenie nagród autorom wybranych 20 prac (osobom, które nie zgłoszą się po odbiór, Wykonawca wyśle nagrody pocztą). Wykonawca zapewni również wyeksponowanie wybranych 20 prac podczas eventu w pobliżu namiotu promocyjnego. Wykonawca zakupi nagrody w konkursie: za 3 pierwsze miejsca o wartości odpowiednio 500, 300 i 200 zł brutto oraz za 7 kolejnych miejsc o wartości min. 100 zł brutto każda. Dla autorów prac z drugiej dziesiątki Wykonawca zapewni gadżety Wielkiej Pętli Wielkopolski (10 szt. o wartości ok. 20 zł brutto/szt.). Propozycje nagród będą przedstawione Zamawiającemu do akceptacji. Wszystkie nadesłane w konkursie prace plastyczne przejdą w oryginale na własność Zamawiającego i prezentowane będą podczas wydarzeń promocyjnych. Dodatkowo mogą one zostać wydane w formie kartki pocztowej lub plakatu – do uzgodnienia z Zamawiającym.
11. Harmonogram imprezy, listę zaproszonych gości, planowane atrakcje (w tym założenia, nagrody i regulaminy konkursów oraz listę szkół), jak i wszelkich innych elementów rozmieszczenia i dekoracji stoiska, Wykonawca winien przesłać do uzgodnienia i akceptacji Zamawiającego na min. 4 tygodnie przed dniem rozpoczęcia imprezy.
12. Wykonawca zapewni obsługę fotograficzną. Wykonane zdjęcia zostaną przekazane Zamawiającemu wraz z pełnymi prawami autorskimi po wykonaniu zadania.
Ponadto Wykonawca przygotowuje ok. 2-3 minutowy filmik z eventu i umieści na kanale Youtube (Wielkopolska Travel).



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
WIELKOPOLSKIE



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



13. Event odbędzie się na terenie Wielkopolski, w promieniu 150 km od Poznania. Dokładne miejsce i termin organizacji eventu zostaną skonsultowane z Zamawiającym po podpisaniu umowy.

Zadanie nr 2

Organizacja konferencji prasowej

1. W trakcie trwania kampanii Wykonawca zorganizuje jedną konferencję prasową, która odbędzie się w maju lub w czerwcu. Dokładny termin konferencji zostanie uzgodniony z Zamawiającym.
2. Konferencja odbędzie się podczas rejsu statkiem wycieczkowym na trasie z Puszczykowa do Poznania. Statek musi posiadać Wspólnotowe Świadectwo Zdolności Żeglugowej.
3. Statek wycieczkowy musi pomieścić minimum 35 osób oraz posiadać pokład zadaszony oraz mieć źródło prądu do podłączenia sprzętu audiowizualnego.
4. Wykonawca zapewni:
 - transport dla wszystkich uczestników z Poznania do Puszczykowa niepublicznym, klimatyzowanym środkiem transportu,
 - sprzęt do przeprowadzenia prezentacji: rzutnik, laptop, ekran, mikrofon,
 - oznakowanie miejsca konferencji informacjami o projekcie w postaci banerów lub roll-upów.
5. Wykonawca zapewni recepcję z listą obecności, moderatora konferencji, a także materiały konferencyjne w papierowych teczkach lub papierowych torbach z logo Wielkiej Pętli Wielkopolski. Materiały konferencyjne będą składać się z: informacji prasowej na temat Wielkiej Pętli Wielkopolski, profesjonalnego serwisu zdjęciowego z Wielkiej Pętli Wielkopolski przygotowanego przez Wykonawcę po konsultacji z Zamawiającym. Zdjęcia zostaną przekazane uczestnikom konferencji na nośniku mobilnym oraz przekazane Zamawiającemu wraz z pełnymi prawami autorskimi po wykonaniu zadania. Ponadto uczestnicy otrzymają drukowane materiały promocyjne, które dostarczy Zamawiający.
6. Wykonawca przygotowuje i uzgodni z Zamawiającym projekt zaproszenia, a następnie roześle zaproszenia mailowo do bazy dziennikarzy (Wykonawca na 10 dni przed konferencją przedstawi listę dziennikarzy do akceptacji). Zaproszenia zostaną wysłane również do członków Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej.
7. Podczas konferencji Wykonawca zapewni dla uczestników konferencji poczęstunek: kawa, herbata, woda, soki, 2 rodzaje ciasta oraz zimne przekąski (do konsumpcji bez sztućców i talerzy). Menu zostanie uzgodnione z Zamawiającym.
8. Wykonawca zapewni profesjonalną obsługę fotograficzną dokumentującą konferencję. Zdjęcia zostaną przekazane Zamawiającemu wraz z pełnymi prawami autorskimi po wykonaniu zadania.