

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (OPZ)

I. Przedmiot zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia są „Usługi w zakresie kompleksowej realizacji misji przyjazdowych, kampanii informacyjno-promocyjnych oraz raportów branżowych w ramach siedmiu sektorowych programów promocji w projekcie „Umiędzynarodowienie MŚP – Brand HUB”, finansowanego z Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021–2027 (FENG).
2. **Wyjaśnienie**
Ilekoć w OPZ mowa jest o siedmiu sektorach bądź sektorowych programach promocji, Zamawiający ma na myśli siedem sektorów gospodarczych, promowanych w ramach projektu „Umiędzynarodowienie MŚP – Brand HUB” przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu S.A. Są to:
 - Sektor kosmetyczny
 - Sektor maszyn i urządzeń
 - Sektor meblarski
 - Sektor motoryzacyjny
 - Sektor pojazdów szynowych
 - Sektor statków specjalistycznych, jachtów i łodzi
 - Sektor wysokich technologii w obszarze bezpieczeństwa i towarów podwójnego zastosowania.
3. **Przedmiot zamówienia obejmuje:**
 - 3.1 Kompleksowe przygotowanie merytoryczne i organizacyjne siedmiu misji przyjazdowych - Study Tour (po jednej dla każdego sektora) dla dziennikarzy z redakcji branżowych ze wskazanych przez Zamawiającego w tabeli nr 1 rynków perspektywicznych;
 - 3.2 Kompleksowe przygotowanie dziennikarskie, merytoryczne i organizacyjne siedmiu kampanii informacyjno-promocyjnych (w ramach jednej kampanii publikowane będą trzy artykuły tematyczne), po jednej dla każdego sektora, opublikowanych na rynkach perspektywicznych wskazanych przez Zamawiającego w tabeli nr 1;
 - 3.3 Merytoryczne i graficzne przygotowanie serii siedmiu raportów branżowych, po jednym dla każdego sektora;
 - 3.4 Wszystkie wymienione w pkt. 3.1 – 3.3 działania stanowią łącznie przedmiot Zamówienia, a każde z tych działań osobno stanowi odrębny etap realizacji przedmiotu Zamówienia;
 - 3.5 Wykonawca zapewni, iż wszystkie działania mające na celu realizację Zamówienia, prowadzone będą w sposób profesjonalny, z zachowaniem najwyższych standardów komunikacyjnych, jakościowych i etycznych, z jednoczesnym poszanowaniem dla prestiżu i wizerunku Zamawiającego oraz dla trójstronnych relacji między Zamawiającym a podmiotami branżowymi i przedstawicielami mediów, biorącymi udział w misji.

II. Termin i miejsce realizacji zamówienia

1. Przedmiot zamówienia dla pkt. 3.1 i 3.2 zostanie zrealizowany do 30.11.2026 r.
2. Przedmiot zamówienia dla pkt. 3.3 zostanie zrealizowany do 26.02.2027 r.
3. Misje przyjazdowe będą realizowane w różnych lokalizacjach na terenie Polski, w zależności od danego etapu i sektora. Mogą uwzględniać spotkania stacjonarne na terenie zakładów przemysłowych czy w salach konferencyjnych, ale też pokazy w otwartym terenie. Zamawiający przewiduje, że misje przyjazdowe będą obejmowały transport osób na łącznym dystansie do ok. 1500 km dla każdej misji.
4. Kampanie informacyjno-promocyjne będą realizowane na zagranicznych rynkach perspektywicznych wskazanych w Tabeli nr 1.

Tabela nr 1 - Rynki perspektywiczne (kraje) dla poszczególnych sektorów

Sektor	Rynek perspektywiczny 2026
Kosmetyczny	Włochy
Maszyn i urządzeń	Czechy
Meblarski	ZEA
Motoryzacyjny	Turcja
Pojazdów szynowych	RPA
Statków specjalistycznych, jachtów i łodzi	Holandia
Wysokich technologii w obszarze bezpieczeństwa i towarów podwójnego zastosowania	Francja

Tabela nr 2 – Wydarzenia targowe na rynkach perspektywicznych

Sektor	Targi i terminy	Miejsce
Kosmetyczny	Cosmoprof 26-29.03.2026	Bolonia, Włochy
Maszyn i urządzeń	MSV październik 2026	Brno, Czechy
Meblarski	Index maj 2026	Dubaj, ZEA
Motoryzacyjny	Automechanica czerwiec 2026	Stambuł, Turcja
Pojazdów szynowych	Africa Rail maj/czerwiec 2026	Johannesburg, RPA
Statków specjalistycznych, jachtów i łodzi	METS listopad 2026	Amsterdam, Holandia
Sektor wysokich technologii w obszarze bezpieczeństwa i towarów podwójnego zastosowania	Eurosatory 15-19.06.2026	Paryż, Francja

III. Definicje

OPZ – Opis Przedmiotu Zamówienia.

Zamawiający – Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (PAIH).

Dni robocze – Dni od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy.

Uczestnik misji – Członek grupy (dziennikarz, opiekun grupy, przedstawiciel Zamawiającego, ew. tłumacz lub inne niezbędne do realizacji misji osoby), biorący udział w misji przyjazdowej.

Projekt – Projekt pozakonkursowy pn. „Umieźdzyarodowienie MŚP – BRAND HUB” działanie 2.26 Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021–2027, w ramach którego realizowane są działania zawarte w OPZ.

MPG – Marka Polskiej Gospodarki – identyfikacja wizualna zawarta w księdze znaku Marki Polskiej Gospodarki, oparta na hasle promocyjnym *Poland. Business Forward*, zawierająca wytyczne do znakowania wszystkich materiałów powstałych na potrzeby Projektu.

Koordynator Projektu – Osoba zatrudniona przez Wykonawcę do koordynacji realizacji poszczególnych etapów Zamówienia.

Opiekun misji - Osoba zatrudniona przez Wykonawcę do koordynacji przebiegu misji - study tour, biorąca udział w misji.

Autor tekstów / Copywriter- Osoba dedykowana do przygotowywania wszystkich materiałów tekstowych, stanowiących elementy Zamówienia, pod względem językowym, stylistycznym i gramatycznym i zgodności z celem komunikacyjnym. Autor tekstów / Copywriter nie będzie opierał swej pracy na narzędziach wykorzystujących sztuczną inteligencję.

Researcher / Analityk danych – Osoba odpowiedzialna za rzetelne pozyskanie i przetworzenie danych na potrzeby realizacji Zamówienia, a także wskazanie źródeł tych danych. Researcher / Analityk danych nie będzie opierał swej pracy na narzędziach wykorzystujących sztuczną inteligencję.

Projektant graficzny – Osoba odpowiedzialna za kompleksowe opracowanie atrakcyjnych wizualnie materiałów graficznych, w tym stworzenie ich koncepcji i layoutu, a także zadbanie o zgodność z Księgą Znaku i innymi wytycznymi Zamawiającego.

Tłumacz - Osoba zatrudniona przez Wykonawcę do tłumaczenia konsekwentnego z języka polskiego na język uczestnika misji i z języka uczestnika misji na język polski podczas trwania misji

Etap Zamówienia – Określenie dla pojedynczego działania w ramach Zamówienia, tj. jednej misji przyjazdowej, jednej kampanii informacyjno-promocyjnej i przygotowania jednego raportu branżowego.

MRiT – Ministerstwo Rozwoju i Technologii.

IV. Realizacja poszczególnych etapów Zamówienia

1. **Koordynator projektu.** Do realizacji wszystkich części zamówienia Wykonawca zapewni Koordynatora projektu posługującego się biegle językiem polskim oraz językiem angielskim oraz posiadającego udokumentowane, co najmniej trzyletnie doświadczenie w zakresie zarządzania projektami o charakterze biznesowym i/lub gospodarczym. Koordynator wykaże także, w przeciągu trzech ostatnich lat przed upływem terminu składania ofert: realizację w funkcji osoby odpowiedzialnej za prowadzenie projektu min. 3 misji przyjazdowych - Study Tour, dla kontrahentów zagranicznych lub dziennikarzy zagranicznych oraz przygotowanie i organizację kampanii informacyjno-promocyjnej na min. 3 rynkach zagranicznych. Weryfikacja uprawnień leży po stronie Wykonawcy.

1.1 Do zadań Koordynatora projektu należeć będą:

- a. ustalenie wspólnie z Zamawiającym harmonogramu realizacji zamówienia;
- b. koordynacja prac w projekcie wg. ustalonego harmonogramu;
- c. przydzielanie zadań członkom zespołu, monitorowanie postępów realizacji projektu
- d. reagowanie na pojawiające się problemy i przeszkody;
- e. utrzymywanie stałego kontaktu z Zamawiającym;
- f. monitorowanie jakości wykonania zadań;
- g. raportowanie Zamawiającemu przebiegu przygotowań i prac;
- h. wskazywanie potencjalnych ryzyk i sposobów na ich ograniczenie;
- i. prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją projektu;
- j. Wykonywanie działań i rozliczenie projektu zgodnie zapisami OPZ oraz umowy.

2. Organizacja misji przyjazdowych - Study Tour

Wykonawca zapewni kompleksowe przygotowanie merytoryczne i organizacyjne siedmiu misji przyjazdowych - Study Tour (po jednej dla każdego z siedmiu sektorów) dla dziennikarzy z redakcji branżowych ze wskazanych przez Zamawiającego w Tabeli nr. 1 rynków perspektywicznych.

2.1 Przygotowanie i przebieg misji przyjazdowych:

2.1.1 Wykonawca zobligowany jest do opracowania programu misji oraz szczegółowego harmonogramu misji.

2.1.2 **Program misji** zostanie przekazany Zamawiającemu nie później niż 40 dni przed datą rozpoczęcia planowanej misji i zawierać będzie: datę realizacji misji, miejsce/a zakwaterowania, informacje nt. opiekuna misji, tłumacza oraz dziennikarzy i reprezentowanych przez nich redakcji wraz z danymi tych osób (tj. imię, nazwisko, stanowisko, nazwa i adres instytucji, adres email oraz nr telefonu). W tym celu Wykonawca pozyska od ww. osób pisemne zgody na przetwarzanie danych osobowych do celów ewaluacji i monitoringu projektu.

2.1.3 W programie misji znajdują się także: minimum 3 pełne dni realizacji programu (liczone bez dni przylotów i odlotów), stacjonarne spotkania z udziałem przedstawicieli minimum 3 polskich firm, minimum 1 spotkanie stacjonarne z branżową organizacją otoczenia biznesu, prezentację branży

- i polskich firm z danego sektora i/lub wizyty studyjne w przedsiębiorstwach, pokazy / warsztaty / inne atrakcje związane z daną branżą (np. testy na wodzie, jazdy próbne itp.).
- 2.1.4 **Szczegółowy harmonogram misji** Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji nie później niż na 10 dni przed planowanym terminem rozpoczęcia misji. Szczegółowy harmonogram obejmować będzie wszystkie elementy wymienione w pkt. 2.1.2 i 2.1.3 (tj. wszystkie elementy programu misji) oraz dodatkowo będzie zawierał: planowane trasy i czas przejazdu pomiędzy kolejnymi punktami programu, dane przedstawiciela/i organizacji którzy wezmą udział w spotkaniach z uczestnikami misji tj. imię, nazwisko, stanowisko, nazwa i adres instytucji, adres email oraz nr telefonu a także proponowane restauracje w których odbędą się posiłki. W tym celu Wykonawca pozyska od ww. osób pisemne zgody na przetwarzanie danych osobowych do celów ewaluacji i monitoringu projektu.
- 2.1.5 Misja przyjazdowa powinna zostać skorelowana z udziałem uczestników w targach, wystawie lub konferencji odpowiadającej branży, którą reprezentują uczestnicy misji.
- 2.1.6 Wykonawca zobligowany jest do zakupu biletów wstępu, pokrycia innych kosztów związanych z pobytem na targach, wystawie lub konferencji dla wszystkich uczestników misji, jeśli zostały ujęte w programie.
- 2.1.7 W każdej misji Wykonawca zapewni udział co najmniej 4 dziennikarzy reprezentujących branżowe portale internetowe i/lub prasę branżową i/lub radio i/lub telewizję z rynków perspektywicznych, wskazanych przez Zamawiającego (tabela nr 1). W przypadku braku możliwości udziału trzech dziennikarzy reprezentujących media branżowe, Zamawiający dopuszcza możliwość udziału dziennikarzy mediów ogólnokrajowych zajmujących się tematyką danego sektora, przy czym warunkiem realizacji misji jest obecność minimum jednego dziennikarza branżowego.
- 2.1.8 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę uwzględniającą co najmniej 10 dziennikarzy z co najmniej 5 redakcji do wyboru do udziału w misji. W przypadku braku akceptacji propozycji przez Zamawiającego, Wykonawca zaproponuje kolejnych przedstawicieli mediów.
- 2.1.9 Poprzez media branżowe z rynku perspektywicznego Zamawiający rozumie te media branżowe, których największa grupa odbiorców, bądź druga z kolei grupa odbiorców (jednak o udziale wśród odbiorców nie mniejszym niż 40%), w ujęciu miesięcznym i / lub rocznym, pochodzi z danego rynku perspektywicznego.
- 2.1.10 Wykonawca w pierwszej kolejności będzie proponował media branżowe o największej liczbie odbiorców na danym rynku.
- 2.1.11 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę mediów branżowych z danego rynku perspektywicznego wraz z danymi statystycznymi potwierdzającymi ich udział w rynku i pochodzenie odbiorców. Wykonawca bierze odpowiedzialność za weryfikację prawdziwości tych danych.
- 2.1.12 Rynki perspektywiczne dla realizacji misji przyjazdowych zostały zdefiniowane w pkt. II tab. 1 OPZ.
- 2.1.13 Wykonawca zapewni czterem przedstawicielom Zamawiającego udział we wszystkich wydarzeniach organizowanych w ramach misji, a także ich zakwaterowanie, wyżywienie i transport.
- 2.1.14 Wykonawca zapewni, na cały czas trwania misji, **certyfikowanego tłumacza konsekwentnego** z języka polskiego na język uczestników misji. Tłumacz musi wykazać się min. trzyletnim, udokumentowanym doświadczeniem (referencje) w obsłudze tłumaczeniowej wizyt o charakterze gospodarczym lub spotkań biznesowych, gospodarczych z udziałem gości zagranicznych, w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert. Weryfikacja doświadczenia tłumacza leży po stronie Wykonawcy.
- 2.1.15 Wykonawca zapewni udział **Opiekuna misji** dla misji przyjazdowych, posiadającego: udokumentowane, co najmniej trzyletnie doświadczenie (min. 3 referencje) w zakresie prowadzenia spotkań o charakterze dziennikarsko-gospodarczym z udziałem gości międzynarodowych, w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, oraz biegłą znajomość języka polskiego oraz angielskiego. Weryfikacja znajomości języków leży po stronie Wykonawcy. Każdorazowo, na 30 dni przed rozpoczęciem misji, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję Opiekuna misji wraz z dokumentami potwierdzającymi jego

- doświadczenie. W przypadku brak akceptacji przez Zamawiającego, Wykonawca przedstawi do akceptacji kolejną osobę.
- 2.1.16 Opiekun będzie towarzyszył misji podczas całego czasu jej trwania i będzie odpowiedzialny za nadzór nad wszelkimi pracami organizacyjnymi i merytorycznymi, podczas trwania misji
- 2.1.17 Do zadań opiekuna w szczególności należeć będą:
- nadzór nad prawidłowym przebiegiem misji oraz zgodnością z harmonogramem;
 - koordynacja wszelkich działań podczas trwania misji;
 - towarzyszenie dziennikarzom podczas realizacji programu misji;
 - rozwiązywanie ewentualnych problemów podczas realizacji programu misji;
 - budowanie pozytywnych relacji z dziennikarzami.
- 2.1.18 Zamawiający dopuszcza, aby Koordynator projektu pełnił jednocześnie rolę tłumacza lub opiekuna misji, o ile zapewni przy tym ciągłość realizacji zadań na profesjonalnym poziomie tj. zadania będą realizowane zgodnie z harmonogramem w sposób uporządkowany, z dotrzymaniem terminów i z należytą dbałością o szczegóły.
- 2.1.19 Wykonawca zadba o dopełnienie przez uczestników misji wszystkich wymogów formalnych związanych z ich obecnością, w tym kwestii wizowych i paszportowych i pokryje ewentualnie związane z tym koszty.
- 2.1.20 Wykonawca zapewni uczestnikom misji ubezpieczenie zdrowotne i ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków, obowiązujące w Polsce i ważne przez okres trwania misji.
- 2.1.21 Wykonawca zapewni ubezpieczenie zdrowotne oraz ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków personelu realizującego usługi przewidziane w niniejszym zamówieniu dla swoich pracowników, współpracowników oraz podwykonawców.
- 2.1.22 Wykonawca przedłoży odpowiednie dokumenty ubezpieczenia do wglądu Zamawiającego nie później niż na dzień przed rozpoczęciem pierwszej misji przyjazdowej.
- 2.1.23 Wykonawca zobowiązany jest do posiadania – w całym okresie realizacji Zamówienia ważnego ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej z tytułu wykonywanej działalności na kwotę minimum 500 000 zł (pięćset tysięcy złotych).
- 2.1.24 Wykonawca zapewni, tj. opracuje koncepcyjnie i merytorycznie, przygotuje graficznie i wyprodukuje dla każdego uczestnika „pakiet powitalny”, w dwóch wersjach językowych: angielskiej i rynku pochodzenia dziennikarzy, z którego organizowana jest misja zawierający:
- program wizyty wraz z danymi kontaktowymi do Opiekuna misji, wskazanego przedstawiciela Zamawiającego oraz tłumacza,
 - informacje na temat odwiedzanych instytucji, rozmówców, tematyki spotkań itp.,
 - atrakcyjną wizualnie broszurę informacyjno-promocyjną na temat danego sektora w Polsce, zawierającą aktualne dane i informacje oraz infografiki – w formie drukowanej oraz udostępnioną w formie elektronicznej,
 - materiały informacyjno-promocyjne, o których mowa w punkcie 2.1.25.
 - ewentualnie inne materiały dostarczone przez Zamawiającego, które nie podlegają wycenie,
- 2.1.25 Materiały informacyjno-promocyjne, o których mowa w punkcie 2.1.24 d OPZ, to:
- Torba bawełniana - z dwoma uszami, z płaskim dnem, z kieszonką wewnętrzną wszytą podłużnie, wzdłuż długiego boku, kolor czerwony, drelich nie mniej niż 280 g/m², wymiary (+/- 2 cm dla wszystkich wymiarów): szerokość 35 cm, wysokość 40 cm, dno i boki zaprasowane 10 cm, ucho szerokość: minimum 4 cm, uszy długość: 65 cm każde, nadruk: sitodruk, druk: jednostronny kolorowy, zawartość nadruku: zgodnie z wytycznymi Zamawiającego (logo MPG, tekst, wskazane logotypy).
 - Notes; format B5, ilość stron – 80, liniatura – gładki, papier z recyklingu (makulaturowy) o gramaturze 80 g/m², okładka wykonana z naturalnego korka, z brandingiem zgodnym z księgą znaku Marki Polskiej Gospodarki (*Poland. Business Forward*, logotypy). Naturalne wykończenie, bez dodatkowych lakierów lub z delikatnym, matowym wykończeniem, które nie narusza naturalnego charakteru korka. Łączenie – szycie. Notes musi posiadać gumkę zabezpieczającą

notes przed przypadkowym otwarciem, zakładkę ze wstążki, ułatwiającą szybkie odnalezienie wybranej strony oraz uchwyt na długopis.

- c. Wieczne pióro z bursztynem: pióro metalowe, kolor korpusu: błyszczący, czarny lakier z osadzonym polskim bursztynem, stalówka: stal szlachetna, rozmiar M (średnia), system napełniania: naboje atramentowe, grawer laserowy na piórze: *Poland. Business Forward* oraz na opakowaniu logotypy, zgodnie z księgą znaku MPG. Do każdego pióra musi być dołączony certyfikat potwierdzający autentyczność polskiego bursztynu.
- d. Cukierki mleczne rodzaju „krówki” – zapakowane w eleganckie pudełko wykonane z kartonu w kształcie poduszki w kolorze białym o gramaturze min. 250 g/m², pokrytego matową folią, z nadrukiem po dwóch stronach pudełka zgodnie z Księgą Znaków stanowiącą załącznik nr 1 do OPZ.. Wymiary pudełka – 25 cm x 16 cm x 5 cm. Ilość cukierków w opakowaniu- 15 szt., cukierki o regularnym kształcie, wytwarzane ręcznie, według tradycyjnej receptury . Termin przydatności do spożycia min. 4 miesiące od ostatniego dnia zaplanowanej wizyty.
- e. Miód - polski miód nektarowy (wielokwiatowy, lipowy, akacjowy, gryczany lub inny - do wyboru Zamawiającego), pochodzący wyłącznie z polskich pasiek, waga – 25 g., w słoiczku z możliwością zamknięcia hermetycznego, z etykietą zawierającą informacje o rodzaju miodu, dacie minimalnej trwałości, producencie oraz miejscu pochodzenia. Na etykiecie nadruk personalizowany: *Poland.Business Forward* oraz logotypy, zgodnie z księgą znaku MPG.

2.1.26 Wykonawca zapewni na potrzeby realizacji misji pomieszczenia niezbędne do profesjonalnego przeprowadzenia spotkań przewidzianych w programie misji:

- a. dobre charakterem do danego punktu programu,
- b. o wielkości dostosowanej do liczby uczestników,
- c. z miejscami siedzącymi dla wszystkich uczestników misji (chyba że charakter spotkania, np. wizyta w hali produkcyjnej wymaga np. rozmów w pozycji stojącej)
- d. wyposażone w sprzęt multimedialny umożliwiający przeprowadzenie prezentacji, w tym dostęp do Internetu, laptop, ekran wizyjny i/lub rzutnik, nagłośnienie, kostkę dziennikarską (chyba że charakter spotkania na to nie pozwoli).

2.1.27 W zakresie Wykonawcy leży pozyskanie od uczestników misji zgód na przetwarzanie danych osobowych oraz wykorzystanie wizerunku, związanych z realizacją misji i poszczególnych części harmonogramu, a także na potrzeby dokumentacji zdjęciowej i filmowej oraz publikacji w kanałach komunikacji Zamawiającego (strona internetowa PAIH oraz portal Trade.gov, newsletter, media społecznościowe).

2.1.28 Wykonawca zapewni każdemu z przedstawicieli mediów biorących udział w misji, a także czterem przedstawicielom Zamawiającego, transport z/na lotnisko (bądź też z/na dworzec kolejowy, w zależności od lokalizacji i sposobu dojazdu), zakwaterowanie w hotelu (jednym dla wszystkich uczestników misji) co najmniej czterogwiazdkowym, w pokoju jednoosobowym, ze śniadaniem, a także obiad i kolację (3 pełne posiłki) w każdym dniu trwania misji.

2.1.29 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę min. 3 restauracji do akceptacji na każdy zaplanowany posiłek tj. obiad i kolację w każdym dniu trwania misji na 10 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem misji.

2.1.30 Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi misji możliwość wyboru: dania mięsnego, wegetariańskiego lub wegańskiego oraz możliwość dostosowania menu do ewentualnych, indywidualnych ograniczeń dietetycznych (np. alergie, nietolerancje pokarmowe).

2.1.31 W czasie trwania misji Wykonawca zorganizuje kolację dla: uczestników misji i czterech przedstawicieli Zamawiającego, Tłumacza i Opiekuna misji, z udziałem osób zarządzających czołowymi polskimi firmami z danego sektora (przedstawiciele 5-10 firm) oraz przedstawiciela lub przedstawicieli organizacji branżowych (do 5 osób) – łącznie do 25 osób.

2.1.32 Kolacja powinna zostać przygotowana w restauracji o eleganckim i reprezentacyjnym wystroju wnętrza oferującej kuchnię polską. Kolacja powinna się odbyć w wydzielonej przestrzeni dla wyłącznego użytku Zamawiającego.

2.1.33 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę min. 3 restauracji do akceptacji na 10 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem misji oraz listę proponowanych do zaproszenia przedstawicieli

danego sektora (przedsiębiorcy, stowarzyszenia); Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji na 5 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem misji, propozycję menu składającego się z co najmniej 3 dań (przystawka, danie główne, deser) z możliwością wyboru opcji (np. mięsne, wegetariańskie, wegańskie).

2.1.34 Wykonawca zapewni możliwość dostosowania menu do ewentualnych ograniczeń dietetycznych gości (np. alergie, nietolerancje pokarmowe).

2.1.35 Wykonawca zapewni szeroki wybór napojów bezalkoholowych (woda, soki, napoje gazowane, kawa, herbata) oraz napojów alkoholowych (wino białe, czerwone).

2.1.36 Wykonawca zapewni bilety lotnicze dla wszystkich przedstawicieli mediów uczestniczących w misji (klasa ekonomiczna lub o podwyższonym standardzie). Zamawiający preferuje loty bezpośrednie. Między krajem wskazanym jako rynek perspektywiczny a Polską dozwolone jest połączenie z maksymalnie jedną przesiadką.

2.1.37 Wykonawca zapewni transport dla wszystkich uczestników misji.

- a. Wykonawca zapewni klimatyzowany mini-bus do przewozu co najmniej 12 osób (nie więcej niż 20 – w zależności od wielkości misji).
- b. Pojazd będzie w stanie technicznym zapewniającym bezpieczną jazdę zgodnie z obowiązującymi przepisami, a także bez widocznych uszkodzeń karoserii.
- c. Pojazd musi być wyprodukowany nie wcześniej niż w 2020 roku i posiadać aktualny przegląd techniczny oraz aktualne ubezpieczenie OC i AC. Pojazd musi być utrzymany w czystości zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz, oraz sprzątny na bieżąco podczas misji.
- d. Pojazd musi być wyposażony w regulowane podłokietniki oraz osobne miejsce na bagaż.

2.1.38 Do dyspozycji pasażerów w samochodzie powinna być zawsze dostępna woda niegazowana po 0,5 l w szklanych butelkach na osobę na każdy kurs.

2.1.39 W przypadku transportu na dystansie dłuższym niż 100 km, Wykonawca zapewni dodatkowo w pojeździe zimne napoje (woda niegazowana po 0,5 l w szklanych butelkach na osobę na każdy przejazd, soki pomarańczowe lub jabłkowe do wyboru w szklanych butelkach po 300ml na osobę na każdy przejazd) i poczęstunek (mieszanka orzechów (migdały, orzechy nerkowca, laskowe, bakalie, rodzynki) pakowane w paczki po 100g – jedna paczka na osobę oraz wafel z kakaowym nadzieniem obłany czekoladą każdy pakowany oddzielnie 50g – po 1 szt. na osobę na każdy przejazd).

2.1.40 Pojazd musi być kierowany przez zawodowego kierowcę. Weryfikacja uprawnień leży po stronie Wykonawcy. Kierowca musi posiadać aktualne prawo jazdy uprawniające do kierowania pojazdami danej kategorii, Świadectwo Kwalifikacji Zawodowej, doświadczenie w prowadzeniu pojazdów min. 3 lata oraz znać płynnie język polski oraz w stopniu komunikatywnym język angielski. Wykonawca zapewni, że kierowca ubrany będzie w czysty, strój biznesowy (biała koszula i ciemne spodnie, obuwie dopasowane do stroju).

2.1.41 Pojazd musi pozostawać w dyspozycji uczestników misji od momentu ich przyjazdu do momentu ich wyjazdu.

2.1.42 Wykonawca jest zobowiązany zapewnić pojazd przeznaczony do przewozu osób z niepełnosprawnościami ruchowymi, jeśli wymagać tego będą uczestnicy misji.

2.1.43 W przypadku, gdy korzystniej ze względów czasowych oraz ze względu na komfort podróży byłoby skorzystać z innego środka transportu tj: kolej lub transport lotniczy, Wykonawca może użyć takiego rozwiązania zamiast transportu samochodowego, po otrzymaniu zgody od Zamawiającego;

2.2 Po zakończeniu misji Wykonawca zobligowany jest do:

2.2.1 wygzekwowania od każdego przedstawiciela mediów min. jednej publikacji/reportażu w reprezentowanym medium, w terminie maksymalnie do 30 dni kalendarzowych od dnia zakończenia misji, chyba że termin publikacji uzależniony jest od harmonogramu wydawnictwa (np. drukowany miesięcznik);

2.2.1 przygotowania relacji fotograficznej w wysokiej rozdzielczości (30 zdjęć w rozdzielczości co najmniej 1920 x 1080 pikseli) z realizacji programu misji;

2.2.3 przygotowania materiału filmowego (60-120 sekund), zawierającego najważniejsze elementy misji, wraz z krótkimi wypowiedziami wybranych uczestników (z napisami rozszerzonymi w języku polskim

i języku angielskim, przygotowany w formacie 16:9, jakość nagrań i gotowego filmu Full HD). Pozyskanie rozmówców leży w gestii Wykonawcy. Zamawiający oczekuje, że materiał będzie przygotowany w sposób kreatywny i atrakcyjny dla widza, zgodnie z zasadami sztuki filmowej, z wykorzystaniem różnorodnych środków wyrazu. Materiał filmowy powinien zostać dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami poprzez np. nagranie tłumaczenia na język migowy, użycie transkrypcji, audio deskrypcji, napisów rozszerzonych itp.

2.2.4 Przygotowania i przeprowadzenia ankiety satysfakcji wśród uczestników misji przyjazdowych, na podstawie zagadnień przekazanych przez Zamawiającego.

2.2.5. Przygotowania i przekazania Zamawiającemu raportu w ciągu 30 dni (z zastrzeżeniem punktu 1.2.2 OPZ) od zakończenia misji, który będzie zawierał:

- a. ostateczną listę uczestników misji (dziennikarze i reprezentowane media, podmioty biorące udział w poszczególnych działaniach w ramach realizacji misji). Dane uczestników misji będą uwzględniać imię, nazwisko, stanowisko, nazwę oraz adres siedziby firmy/redakcji, adres e-mail i numer telefonu);
- b. ostateczny, zrealizowany program misji przyjazdowej;
- c. relację fotograficzną i filmową, przekazaną Zamawiającemu za pomocą rozwiązania chmurowego;
- d. zgody uczestników misji na przetwarzanie danych osobowych do celów badania ewaluacyjnego i monitoringu realizowanego projektu;
- e. szczegółowe wyniki ankiety satysfakcji uczestników misji przyjazdowych;
- f. zrzuty ekranu z publikacji wraz z aktywnymi linkami w przypadku artykułów internetowych oraz skany artykułów opublikowanych w prasie drukowanej wraz z podaniem źródła.

2 Przygotowanie i organizacja kampanii informacyjno-promocyjnej:

Wykonawca zapewni kompleksowe przygotowanie dziennikarskie, merytoryczne i organizacyjne siedmiu kampanii informacyjno-promocyjnych łącznie (w ramach jednej kampanii, w jednym medium publikowane będą trzy artykuły tematyczne, wsparte publikacjami w mediach społecznościowych redakcji), po jednej dla każdego sektora, opublikowanych na rynkach perspektywicznych wskazanych przez Zamawiającego w Tabeli nr 1.

2.1 Wytyczne i obowiązki Wykonawcy podczas realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych:

- 2.1.1 W ramach realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej, Zamawiający opracuje wszystkie materiały przewidziane do publikacji oraz zapewni ich publikację.
- 2.1.2 Na potrzeby każdej kampanii Wykonawca zapewni profesjonalnego autora tekstów (copywritera). Osoba ta będzie miała udokumentowane, trzyletnie doświadczenie w charakterze dziennikarza, redaktora lub copywritera w agencji PR-owej w samodzielnym zbieraniu informacji i pisaniu tekstów. Wykonawca prześle Zamawiającemu do akceptacji dokumenty potwierdzające doświadczenie autora tekstów.
- 2.1.3 Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania zmiany autora tekstów, jeśli jakość dostarczanych tekstów, pomimo trzykrotnego wezwania Wykonawcy do wprowadzenia działań naprawczych, będzie pozostawała poniżej oczekiwań Zamawiającego. W takim przypadku, Wykonawca zobowiązany jest zapewnić udział innej osoby, spełniającej warunki zgodne z pkt. 2.1.2 OPZ.
- 2.1.4 Artykuły będą publikowane przed, w trakcie i po wydarzeniach targowych wskazanych przez Zamawiającego, zgodnie z tabelą nr 2. Zamawiający dopuszcza modyfikację tych terminów w porozumieniu z Wykonawcą, przy czym ostateczny termin publikacji ostatniego artykułu sponsorowanego nie może przekroczyć terminu 30.11.2026 r.
- 2.1.5 Artykuły zostaną przygotowane w języku polskim oraz w języku kraju wskazanego jako rynek perspektywiczny, zgodnie z Tabelą nr 1. Zamawiający nie dopuszcza tłumaczenia opartego na sztucznej inteligencji.
- 2.1.6 Zamawiający wymaga, by artykuły były przygotowane przez Wykonawcę w sposób profesjonalny, dopasowany stylem do charakteru lokalnego odbiorcy, z nastawieniem na maksymalizację wartości PR-owej publikacji.

- 2.1.7 Wykonawca, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym, zorganizuje spotkanie stacjonarne (w siedzibie Zamawiającego) lub on-line, w którym ze strony Wykonawcy weźmie udział Koordynator projektu oraz dedykowany autor tekstów. Spotkanie będzie miało na celu omówienie sytuacji w poszczególnych sektorach gospodarczych.
- 2.1.8 W terminie 10 dni roboczych po spotkaniu, o którym mowa w pkt. 2.1.8 OPZ, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu koncepcję serii artykułów ze wskazaniem proponowanych terminów publikacji, uwzględniającą cel komunikacyjny i grupę odbiorców.
- 2.1.9 Wykonawca, przed publikacją kampanii dla każdego sektora i po przesłaniu Zamawiającemu propozycji artykułów, weźmie udział w spotkaniu roboczym z Zamawiającym w celu omówienia przygotowanych materiałów. W przypadku braku akceptacji treści materiałów przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest do wprowadzenia poprawek zgodnie z wymaganiami Zamawiającego.
- 2.1.10 Celem nadrzędnym prowadzonych działań będzie popularyzacja informacji o potencjale polskich sektorów, wysokiej jakości polskich produktów oraz budowanie pozytywnego wizerunku danego sektora na wskazanym rynku perspektywicznym.
- 2.1.11 Kampania będzie adresowana do zagranicznych przedsiębiorców, którzy są potencjalnymi partnerami biznesowymi dla polskich firm, a także odbiorcami ich produktów i usług.
- 2.1.12 Wykonawca zobowiązany jest do pozyskania we własnym zakresie informacji niezbędnych do przygotowania kampanii informacyjno-promocyjnej.
- 2.1.13 Wykonawca oczekuje od Zamawiającego wyszukania i analizy informacji oraz kreatywnego podejścia przy tworzeniu materiałów informacyjno-promocyjnych.
- 2.1.14 Każdy opublikowany artykuł będzie zawierał minimum 3000 znaków ze spacjami oraz minimum trzy zdjęcia, pozyskane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 2.1.15 Zamawiający dopuszcza wykorzystanie także innych form przekazu (np. wywiad, materiał filmowy, podcast) co wymaga jednak każdorazowego uzgodnienia z Zamawiającym i jego akceptacji.
- 2.1.16 Zamawiający wyszuka dane (np. fakty, statystyki) do zobrazowania wybranego zagadnienia, oraz uzyska zgodę na ich wykorzystanie w przypadku, gdy jest to konieczne, oraz zapewni prawidłowe oznaczenie źródeł.
 - a. Na potrzeby publikacji Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu minimum trzy redakcje branżowe o największej liczbie odbiorców na danym rynku perspektywicznym, wskazanym w tabeli nr tabeli nr 1.
 - b. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę mediów branżowych z danego rynku perspektywicznego wraz z danymi statystycznymi potwierdzającymi ich udział w rynku i pochodzenie odbiorców. Wykonawca bierze odpowiedzialność za weryfikację prawdziwości tych danych.
 - c. Poprzez redakcje branżowe, o których mowa w pkt. 2.1.16a OPZ Zamawiający rozumie te redakcje branżowe, których największa grupa odbiorców, bądź druga z kolei grupa odbiorców (jednak o udziale wśród odbiorców nie mniejszym niż 40%), w ujęciu miesięcznym i / lub rocznym, pochodzi z danego rynku perspektywicznego.
- 2.1.1 Jeżeli nie będzie możliwości wybrania redakcji branżowych spełniających wymagane kryteria, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu dostępne redakcje oraz zaproponuje trzy redakcje informacyjne i/lub lifestyle'owe, wybrane zgodnie z pkt. 2.1.17c OPZ, prowadzące działy o tematyce dotyczącej sektora, którego ma dotyczyć kampania.
- 2.1.2 Wykonawca zapewni możliwość publikacji, w wybranej przez Zamawiającego redakcji, serii trzech materiałów sponsorowanych.
- 2.1.3 W ramach Zamówienia Wykonawca zapewni, w terminie maksymalnie trzech dni od publikacji materiału sponsorowanego, publikację co najmniej dwóch postów w mediach społecznościowych (w rozumieniu: co najmniej jednego na dwóch platformach lub co najmniej dwóch na jednej platformie), prowadzonych przez redakcję. W przypadku gdy redakcja nie prowadzi mediów społecznościowych, obowiązek publikacji we własnych mediach społecznościowych przechodzi na Wykonawcę.

- 2.1.4 Wykonawca opracuje treść postów, o których mowa w pkt. 2.1.3 OPZ, i prześle je do akceptacji Zamawiającego, chyba że post będzie tworzony przez redakcję we własnym zakresie.
- 2.1.5 Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za weryfikację treści, informacji oraz obrazów użytych w kampaniach, a także zapewni pozyskanie praw autorskich i zgody na wykorzystanie wizerunku wszędzie tam, gdzie będzie to konieczne, w szczególności w przypadku wykorzystywania danych i informacji, materiałów filmowych i zdjęciowych.
- 2.1.6 Kampanie informacyjno-promocyjne zostaną zorganizowane przy okazji wydarzeń targowych, o których mowa w tabeli nr 2.

3 Przygotowanie raportu branżowego

- 3.1 Wykonawca zapewni merytoryczne i graficzne przygotowanie serii siedmiu raportów branżowych, po jednym dla każdego z siedmiu sektorów. Każdy raport będzie liczył między 40 a 60 stron. Raport może być dłuższy w przypadku otrzymania większej niż szacowana liczby wizytówek firm.
- 3.2 Raport będzie dotyczył sektora branżowego i będzie skierowany do przedsiębiorców oraz inwestorów zagranicznych.
- 3.3 Na potrzeby przygotowania raportu Wykonawca zapewni udział projektanta graficznego z udokumentowanym doświadczeniem w opracowywaniu layoutów graficznych i składów publikacji. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu propozycję co najmniej dwóch projektantów graficznych wraz z ich portfolio w formie 5 przygotowanych broszur informacyjno-promocyjnych lub raportów, o objętości co najmniej 10 stron. Weryfikacja uprawnień leży pod stroną Wykonawcy.
- 3.4 Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie warstwy tekstowej raportów, wraz z korektą językową i stylistyczną. W tym celu pozyska i opracuje niezbędne informacje, tj. aktualne dane branżowe, opisy, cytaty itp., napisze teksty i zapewni ich redakcję, a także zapewni legalność ich pozyskania oraz oznaczy źródła.
- 3.5 Wykonawca wykaże się skrupulatnością i rzetelnością podczas pozyskiwania danych oraz dostarczy Zamawiającemu wszystkie dokumenty źródłowe wraz z zaznaczonymi fragmentami, potwierdzającymi słuszność faktów, liczb i tez, zawartych w raporcie.
- 3.6 Wykonawca zapewni wysoką jakość tekstów, które opublikuje w raporcie. Oznacza to, że przygotowane teksty mają mieć charakter PR-owo-marketingowy, spełniać cel komunikacyjny i być dopracowane pod względem językowym i stylistycznym.
- 3.7 Wykonawca we własnym zakresie przygotuje również elementy graficzne takie jak: wykresy, tabele, rysunki i inne grafiki, odpowiadające tematyce raportu i jego poszczególnych rozdziałów.
 - 3.7.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania zmiany projektanta graficznego oraz osoby odpowiedzialnej za przygotowanie tekstów, jeśli jakość dostarczanych przez Wykonawcę materiałów graficznych i/lub tekstowych, pomimo trzykrotnego wezwania Wykonawcy do wprowadzenia działań naprawczych, będzie pozostawała poniżej oczekiwań Zamawiającego. W takim przypadku, Zamawiający wymieni wskazane osoby na inne, spełniające wymagania dotyczące doświadczenia w tworzeniu tekstów i opracowywaniu materiałów graficznych, opisane w tym OPZ.
- 3.8 Raporty branżowe zostaną opracowane w języku angielskim. Wykonawca zapewni profesjonalne tłumaczenie wszystkich tekstów przez osobę posługującą się biegle językiem angielskim. Zamawiający nie dopuszcza tłumaczenia z wykorzystaniem automatycznych rozwiązań, w tym tych opartych o sztuczną inteligencję.
- 3.9 Zamawiający dopuszcza możliwość łączenia funkcji Koordynatora projektu i/lub projektanta graficznego i/lub researchera / analityka danych i/lub copywritera, o ile zachowane będą wszystkie wymogi umożliwiające profesjonalną i zgodną z harmonogramem realizację projektu..
- 3.10 Wykonawca przygotuje merytoryczną część raportu (dane, opisy, statystyki itp.) we współpracy z podmiotami reprezentującymi branżę.
- 3.11 Raporty dla wszystkich siedmiu sektorów zostaną opracowane w formie serii, w tym samym stylu graficznym zgodnie z zasadami zamieszczonymi w Księdze znaku Marki Polskiej Gospodarki, który stanowi załącznik nr. 1 do OPZ.
- 3.12 Wykonawca prześle Zamawiającemu propozycję trzech projektów okładek raportów, do wyboru.

- 3.13 Zamawiający oczekuje, by raporty zostały przygotowane w sposób atrakcyjny i kreatywny, z wykorzystaniem aktualnych trendów graficznych, przy jednoczesnym zachowaniu wszystkich podstaw tworzenia publikacji. Przez atrakcyjny i kreatywny sposób Zamawiający rozumie przygotowanie angażującego wizualnie i merytorycznie dokumentu, który skutecznie komunikuje informacje i zapada w pamięć odbiorców. Wykonawca zadba o klarowną strukturę raportu, zaproponuje grafiki i infografiki, które są łatwe do zrozumienia i zapamiętania oraz zastosuje spójne ikony i ilustracje, aby wzmocnić przekaz wizualny i uczynić raport bardziej angażującym.
- 3.14 Wykonawca zamieści w treści raportu następujące informacje:
- wstęp – dlaczego warto inwestować w Polskę (potencjał branż w Polsce);
 - fakty i liczby o danym sektorze w Polsce;
 - ciekawostki dotyczące danego sektora w Polsce;
 - wypowiedź eksperta (zaakceptowanego przez Zamawiającego) nt. istotnych zmian w sektorze na przestrzeni roku. Wypowiedzi zawarte w raporcie muszą podlegać autoryzacji, za co odpowiedzialny jest Wykonawca. Wykonawca do każdej zaproponowanej wypowiedzi przedstawi od 3 do 5 atrakcyjnych pod kątem wizualnym zdjęć tj. zdjęć dobrze oświetlonych, o odpowiedniej ostrości.
 - katalog wybranych polskich firm. Zamawiający przekaze Wykonawcy bazę firm, ich wizytówki i zdjęcia, które Wykonawca zamieści w raporcie.
 - instytucje wspierające sektor w Polsce;
 - misja PAIH w promowaniu danego sektora;
 - dane kontaktowe do PAIH.
 - inne atrakcyjne informacje pozyskane przez Wykonawcę, pasujące charakterem do raportu branżowego i mogące podnieść jego wartość informacyjno-promocyjną;
- 3.15 Raporty muszą zostać przygotowane z uwzględnieniem wytycznych, w zakresie brandingu, fontów i kolorystyki, zawartych w księdze znaku Marki Polskiej Gospodarki, która stanowi Załącznik nr 1 do OPZ.
- 3.16 Raporty w wersji finalnej muszą zostać zrealizowane i zaakceptowane przez Zamawiającego do 26.02.2027r.
- 3.17 Wykonawca zobowiązany jest do przekazania gotowej wersji raportu w formacie PDF do akceptacji Zamawiającego w terminie zgodnym z harmonogramem prac.
- 3.18 Harmonogram prac zostanie przedstawiony przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego nie później niż 10 dni po podpisaniu umowy.
- 3.19 Po ewentualnych uwagach Zamawiającego, Wykonawca jest zobowiązany w ciągu 3 dni roboczych nanieść poprawki i przesłać plik do ostatecznej akceptacji zawartości merytorycznej i graficznej przez Zamawiającego.
- 3.20 Wykonawca zapewni we własnym zakresie zgodę na posługiwanie się danymi osobowymi, wizerunkiem opisywanych/fotografowanych osób, a także fotografii obiektów, makiet, itp.
- 3.21 Wykonawca przeniesie prawa do wartości niematerialnych i prawnych zawartych w raporcie na Zamawiającego w ramach realizacji Zamówienia.

Załączniki do OPZ:

Załącznik nr 1 – Księga znaku Marki Polskiej Gospodarki