

## **Załącznik nr 1 do projektu umowy**

### **Zakres usług promocyjnych w ramach Polskiego Kongresu Przedsiębiorczości**

#### **I. PROMOCYJNE ŚWIADCZENIA TYTULARNE**

1. Przyznanie Miastu Wrocław tytułu „Partnera Głównego Polskiego Kongresu Przedsiębiorczości”.

Przyznanie tego tytułu oznacza:

- 1) zamieszczenie logo Miasta Wrocław wraz ze wskazanym wyżej tytułem (lub innym ustalonym przez strony w trakcie spotkań roboczych, pod warunkiem uzyskania zgody Zamawiającego na zmianę) na wszystkich nośnikach dotyczących Kongresu w widocznym miejscu, w tym m.in. w czasie kampanii promocyjnej Kongresu, w materiałach prasowych wydawanych w związku z organizacją Kongresu, na stronie Kongresu, na wszelkich materiałach identyfikujących Kongres wykorzystywanych podczas jego trwania;
- 2) poinformowanie o tym fakcie uczestników Kongresu podczas inauguracji informowanie o tym fakcie w prowadzonej komunikacji marketingowej przed Kongresem, podczas jego trwania oraz po jego zakończeniu.

2. Przyznanie tytułu Partnera Głównego strefy VIP (tj. strefy dostępnej dla gości z kategorii VIP)

#### **II. OBECNOŚĆ MIASTA W KAMPANII PROMOCYJNEJ**

1. Zamieszczenie logotypu Miasta Wrocław:

- 1) w materiale wideo zapowiadającym Kongres zrealizowanym przez Wykonawcę na co najmniej 30 dni przed Kongresem;
- 2) w materiale wideo podsumowującym Kongres zrealizowanym przez Wykonawcę do 10 dni po Kongresie;
- 3) na co najmniej 30 dni przed Kongresem na stronie [www.polskikongres.pl](http://www.polskikongres.pl);
- 4) na co najmniej 30 dni przed Kongresem na stronie [www.polskaagencja.pl](http://www.polskaagencja.pl);
- 5) w aplikacji mobilnej przygotowanej przed Kongresem i na jego potrzeby;
- 6) w materiałach multimedialnych wyświetlanych podczas Kongresu;
- 7) w każdym newsletterze zapraszającym na Kongres i w każdym newsletterze podsumowującym Kongres (ok. 18 000 adresatów);
- 8) na wszelkich banerach promujących Kongres emitowanych w Internecie przed, po i w trakcie Kongresu m.in. na stronach [Forbes.pl](http://Forbes.pl), [Onet.pl](http://Onet.pl), [Wp.pl](http://Wp.pl);
- 9) na zaproszeniach na Kongres, biletach wstępu oraz badgach/identyfikatorach konferencyjnych;
- 10) w drukowanym katalogu kongresowym rozdawanym uczestnikom Kongresu;
- 11) w reklamach emitowanych przed Kongresem na ekranach LED i LCD umiejscowionych na terenie Polski.

2. Zamieszczenie głosowej informacji o Mieście Wrocław jako „Partnerze Głównym Polskiego Kongresu Przedsiębiorczości” (lub innym ustalonym przez strony w trakcie spotkań roboczych, pod warunkiem uzyskania zgody Zamawiającego na zmianę) w:

- 1) materiale wideo zapowiadającym Kongres zrealizowanym przez Wykonawcę na co najmniej 30 dni przed Kongresem,
- 2) materiale wideo podsumowującym Kongres zrealizowanym przez Wykonawcę,

3. Zapewnienie dla Miasta Wrocław powierzchni promocyjnej w drukowanym katalogu kongresowym rozdawanym uczestnikom Kongresu (3 strony) z przeznaczeniem na informację o Mieście. Gotowy materiał dostarczy Miasto.
4. Wysyłka newslettera kongresowego z informacją o Mieście Wrocław przygotowaną przez Wykonawcę na bazie materiałów dostarczanych przez Miasto. Newsletter zostanie wysłany na co najmniej trzy tygodnie przed Kongresem.
5. Realizacja podczas Kongresu dwóch wywiadów przez media patronackie z przedstawicielem Województwa Dolnośląskiego oraz ich emisja w formie video podczas Kongresu za pośrednictwem serwisu YouTube (transmisja online) oraz po Kongresie w serwisach YouTube, Facebook, LinkedIn. Następnie przełożenie wywiadów w formie skróconej na język pisany i jego publikacja po Kongresie w następujących mediach internetowych: Wyborcza.biz lub Forbes.pl
6. Informacja o Mieście Wrocław jako patronie Kongresu w materiale autorskim przygotowanym przez Wykonawcę wraz z dodatkowymi materiałami dostarczonymi przez Miasto opublikowanymi:
  - 1) przed Kongresem na stronie internetowej Forbes.pl,
  - 2) w trakcie Kongresu na stronie Forbes.pl,
  - 3) po Kongresie w prasie tradycyjnej: Forbes lub Dziennik Gazeta Prawna.
7. Zamieszczenie wskazanego przez Miasto Wrocław filmu promocyjnego na stronie internetowej Kongresu na co najmniej 90 dni przed Kongresem.
8. Umieszczenie w materiale wideo podsumowującym Kongres przygotowanym przez Wykonawcę przebieg pokazujących stoisko Miasta Wrocław.
9. Stworzenie na stronie www Kongresu, z wykorzystaniem identyfikacji Miasta Wrocław, dedykowanej zakładki poświęconej Miastu na co najmniej 90 dni przed Kongresem. Zakładka zostanie stworzona na bazie materiałów dostarczonych przez Miasto.
10. Promocja Miasta Wrocław w mediach społecznościowych Wykonawcy:
  - 1) Facebook: 12 publikacji promocyjnych (8 przed, 2 w trakcie i 2 po Kongresie) w formie postów, filmów lub zdjęć przygotowanych przez Województwo; każda publikacja zostanie wsparta reklamą w modelu CPA lub CPC zapewniającą minimum 1000 akcji lub kliknięć na każdą publikację;
  - 2) LinkedIn: 12 publikacji promocyjnych (8 przed, 2 w trakcie i 2 po Kongresie) przygotowanych przez Miasto, np. w formie artykułów (max. 3); każda publikacja zostanie wsparta reklamą w modelu CPC zapewniającą minimum 200 kliknięć na każdą publikację;
  - 3) bieżące potwierdzanie zlecenia i zrealizowania reklam w modelu CPA i CPC dla każdej wspieranej publikacji.
11. Nagranie, produkcja i emisja na stronie www Kongresu, kanale YouTube Kongresu, stronie Kongresu na Facebooku oraz profilu Wykonawcy na LinkedIn filmowego zaproszenia na Kongres Prezydenta Miasta Wrocław na co najmniej 60 dni przed Kongresem.
12. Realizacja materiału filmowego z trzech wybranych miejsc we Wrocławiu opartego na wypowiedziach różnych przedsiębiorców i ukazującego atuty Wrocławia jako miejsca atrakcyjnego do prowadzenia działalności gospodarczej oraz jego emisja podczas Kongresu.
13. Zapewnienie możliwości wskazania przez Miasto firm i instytucji, do których Wykonawca skieruje tradycyjną pocztą drukowane zaproszenie na Kongres na co najmniej 21 dni przed Kongresem.

### **III. OBECNOŚĆ MIASTA NA KONGRESIE**

1. Podczas inauguracji i sesji inauguracyjnej Kongresu:
  - 1) prezentacja Miasta jako Współorganizatora Kongresu przez osobę prowadzącą;

- 2) emisja wskazanego przez Miasto filmu promocyjnego przed przemówieniem przedstawiciela Miasta Wrocław;
- 3) zapewnienie możliwości wystąpienia przedstawiciela Miasta Wrocław podczas inauguracji Kongresu;
- 4) wyświetlenie logo Miasta na ekranie głównym w miejscu inauguracji Kongresu podczas przemówienia przedstawiciela Miasta Wrocław.
2. Podczas wieczornego wydarzenia towarzyszącego pierwszemu dniu Kongresu:
  - 1) prezentacja Miasta Współorganizatora Kongresu przez osobę prowadzącą;
  - 2) emisja wskazanego przez Miasto filmu promocyjnego.
3. Podczas uroczystej gali na zakończenie Kongresu:
  - 1) prezentacja Miasta jako Współorganizatora Kongresu przez osobę prowadzącą;
  - 2) emisja wskazanego przez Miasto filmu promocyjnego;
  - 3) zapewnienie możliwości wystąpienia przedstawiciela Miasta.
4. Zapewnienie możliwości udziału przedstawiciela Miasta w konferencji prasowej podczas otwarcia Kongresu.
5. Zapewnienie możliwości wystąpienia przedstawicieli Miasta Wrocław lub wskazanych przez Miasto osób (maksymalnie 10 przedstawicieli / osób podczas 10 wybranych paneli dyskusyjnych).
6. Zapewnienie możliwości wskazania tematyki dwóch paneli dyskusyjnych oraz jego uczestników. Panele w pełnym zakresie (m.in. zapewnienie moderatorów i prelegentów) jako część Kongresu zorganizuje Wykonawca. Panele zostaną zorganizowane w salach dostosowanych do przewidywanej ilości uczestników.
7. Zapewnienie przestrzeni pod ekspozycję stoiska promocyjnego Miasta (25 m<sup>2</sup>), z podłączeniem prądu i dostępem do Internetu bezprzewodowego.
8. Emisja logo Miasta z dopiskiem „Współorganizator” podczas każdego panelu dyskusyjnego (np. na ekranie za pośrednictwem rzutnika).
9. Umieszczenie logo Miasta na flagach promujących Kongres zlokalizowanych przed Halą Stulecia.
10. Emisja spotów o długości do 90 s dostarczonych przez Miasto na ekranach znajdujących się w Centrum Konferencyjnym.
11. Emisja spotów o długości do 90 s dostarczonych przez Miasto podczas transmisji online z Kongresu.
12. Ekspozycja logo Miasta Wrocław podczas streamingu; logo będzie widoczne na belce ukazującej partnerów Kongresu wyświetlanej podczas każdego panelu dyskusyjnego; łączny czas emisji logotypu Miasta Wrocław to ok. 90 minut; logo Miasta Wrocław będzie również widoczne na grafice, która zostanie zamieszczona na wszystkich serwisach odwołujących bezpośrednio do transmisji online edycji Polskiego Kongresu Przedsiębiorczości.
13. Możliwość dystrybucji materiałów promocyjnych Województwa w pakietach powitalnych.
14. Przekazanie na rzecz Miasta Wrocław:
  - 1) zaproszeń VIP (obejmujących wejście do strefy VIP oraz umożliwiających udział w wydarzeniach towarzyszących) – 20 sztuk;
  - 2) zaproszeń biznesowych – 30 sztuk
15. Przekazanie fotorelacji z udziału Miasta w Kongresie.

#### **IV. DZIAŁANIA PROMOCYJNE WYKONANE PRZEZ MIASTO WROCŁAW**

1. Zapewnienie emisji spotów reklamowych Kongresu na ekranach LED należących do Miasta Wrocław.

2. Wysłanie zaproszeń do udziału w Kongresie (drogą mailową oraz pocztową) do 60 wskazanych przez Organizatora Podmiotów.
3. Emisja spotów reklamowych Kongresu w środkach transportu Miejskiego oraz na lotnisku Kopernika.
4. Możliwość ustawienia flag promujących Polski Kongres Przedsiębiorczości na Rynku Głównym.
5. Nagranie zaproszenia do udziału w Kongresie przez Prezydenta Miasta.
6. Skierowanie drogą pocztową zaproszeń do udziału w Polskim Kongresie Przedsiębiorczości do przedstawicieli Rady Ministrów.
7. Działania związane ze stworzeniem projektu oraz realizacją Muralu poświęconego Polskiemu Kongresowi Przedsiębiorczości.