

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ)

I Przedmiot zamówienia

Departament Programów Wsparcia Innowacji i Rozwoju w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej planuje realizację usługi polegającej na kreatywnej analizie treści „Strategii komunikacja dla Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki” (będącej załącznikiem do „Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich 2021 – 2027”) pod kątem możliwości jej implementacji, w tym wypracowanie claimu programu (hasło, slogan) oraz określeniu i wskazaniu najważniejszych kanałów komunikacji w kontekście wskazanych w „Strategii komunikacji FENG” grup docelowych, oraz realizacji związanego z tym warsztatu kreatywnego dla pracowników DIR. W związku z tym w celu oszacowania wartości zamówienia proszę o udzielenie informacji na temat szacunkowej ceny netto i brutto realizacji tej usługi zgodnie z opisaną specyfikacją.

II Termin realizacji

Zamówienie zostanie zrealizowane w terminie 30 dni od daty podpisania Umowy.

III Cel i kontekst realizacji zamówienia

Celem realizacji Zamówienia jest wsparcie procesu komunikacji Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki. Komunikacja Programu obejmującego następujące grupy docelowe:

- (1) potencjalnych beneficjentów,
- (2) beneficjentów,
- (3) ogółu społeczeństwa polskiego.

Grupy docelowe zostały szczegółowo zdefiniowane w Strategii komunikacji dla FENG.

Realizacja zamówienia powinna opierać się o cel strategiczny działań komunikacyjnych określony w Strategii komunikacji FENG:

Komunikacja ma zapewnić pomoc w wykorzystaniu oferty programu Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki, a także wspierać budowanie świadomości Funduszy Europejskich, ich znaczenia oraz roli Unii Europejskiej w rozwoju kraju.

Cel strategiczny zostanie osiągnięty poprzez realizację celów szczegółowych komunikacji:

1. *aktywizacja do sięgania po wsparcie z programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki,*
 - a. *aktywizacja postaw kreatywnych wśród przedsiębiorców,*
 - b. *budowanie świadomości nowych form wsparcia dostępnych w FENG w kontekście nowych szans, możliwości realizacji działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwie,*
 - c. *zaznajomienie potencjalnych beneficjentów z tematem nowych rozwiązań i ułatwień w procesie wnioskowania i realizacji projektów,*
2. *wsparcie budowania kultury innowacyjności w przedsiębiorstwach,*
3. *wsparcie w realizacji projektów,*
4. *zapewnienie wysokiej świadomości działań rozwojowych realizowanych przy pomocy programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki oraz roli Unii*

Europejskiej.

IV Informacje o realizacji zamówienia

- 1) Zamówienie składa się z dwóch części:
 - a) Przygotowanie i realizacja warsztatu kreatywnego dla pracowników instytucji systemu wdrażania i promocji FENG.
 - b) Opracowanie i przygotowanie kreatywnej analizy „Strategii komunikacja dla Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki” pod kątem możliwości jej implementacji, w tym wypracowanie claimu programu oraz określeniu i wskazaniu najważniejszych kanałów komunikacji w kontekście wskazanych w Strategii grup docelowych

V Obowiązki Wykonawcy po zawarciu Umowy

- 1) Wykonawca zrealizuje zadanie w dwóch następujących po sobie częściach:
 - a) warsztat kreatywny dla pracowników instytucji wdrażania i promocji FENG
 - b) przygotowanie raportu zawierającego wytyczne komunikacyjne w oparciu o Strategię komunikacji FENG, Program FENG, wnioski z warsztatu

2)Przygotowanie i realizacja warsztatu

2.1 Do zadań Wykonawcy będzie należało:

- a) Przygotowanie koncepcji merytorycznej i szczegółowego planu warsztatu.
- b) Wybór i uzasadnienie form i narzędzi warsztatowych w kontekście tematu szkolenia i treści zdiagnozowanych na podstawie Strategii komunikacji FENG
- c) Przeprowadzenie warsztatu w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego.

2.2 Uczestnicy warsztatu

W warsztacie weźmie udział nie więcej niż 30 uczestników.

2.3 Miejsce realizacji

Salę i miejsce realizacji warsztatu zapewnia Zamawiający.

2.4 Zakres tematyczny i cel warsztatu

Cel i zakres tematyczny warsztatu zostały określone w oparciu o zapisy „Strategii Komunikacji dla Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, Programu Fundusze Europejski dla Nowoczesnej Gospodarki” oraz dotychczasowych doświadczeń komunikacyjnych w obszarze POIR.

Głównymi celami warsztatu są:

- wypracowanie haseł (claim marki/slogan) dla FENG, STEP i Innovation Coach,
- wpracowanie praktycznych, językowych wytycznych komunikacyjnych,
- wskazanie najważniejszych kanałów komunikacji dla poszczególnych grup docelowych wraz ze wskazaniem konkretnych przykładów mediów, kanałów w SM, w których komunikacja powinna być realizowana.

W trakcie warsztatu powinny zostać poruszone takie zagadnienia jak:

- Jak mówić/komunikować do poszczególnych grup docelowych?
- Jak mówić/komunikować w zależności od grupy docelowej i kanału komunikacji?
- Omówienie, ocena, analiza haseł programu (claim i slogan) dla FENG, STEP i Innovation Coach zawartych w Strategii komunikacji FENG
- Wypracowanie haseł promocyjnych alternatywnych do tych zawartych w Strategii komunikacji FENG zarówno dla programu jak i obu instrumentów;
- Jak przełożyć tożsamość marki, określając ją wartości na claim marki oraz na język komunikacji z poszczególnymi grupami docelowymi?

2. 5 Informacje o warsztacie

- 2.5.1 Warsztat zostanie przygotowany i zrealizowany w terminie do 10 dni od dnia podpisania umowy.
- 2.5.2 Warsztat będzie nie dłuższy niż 8 godzin zegarowych wraz z przerwami – minimum 4 przerwy po 15 minut (Wykonawca może zaproponować inny układ przerw we wskazanym przedziale czasowym)
- 2.5.3 W terminie 5 dni od dnia podpisania umowy Wykonawca prześle Zamawiającemu:
- a) Pełny opis koncepcji warsztatu,
 - b) Informację o metodach realizacji warsztatu,
 - c) Szczegółowy program warsztatu,
- 2.5.4 Akceptacja lub zgłoszenie uwag do materiałów nastąpi drogą elektroniczną. Zamawiający w ciągu kolejnych 3 dni roboczych zaakceptuje złożone propozycje lub zgłosi poprawki, które Wykonawca obowiązany będzie uwzględnić w ciągu kolejnych 2 dni roboczych.
- 2.5.5 Zamawiający zastrzega sobie prawo wnoszenia uwag i zastrzeżeń w sytuacji, gdy Wykonawca nie uwzględni wszystkich jego uwag i zastrzeżeń zgłoszonych uprzednio. W każdej kolejnej rundzie Wykonawca ma dwa dni robocze na wprowadzenie uwag i uzyskanie akceptacji Zamawiającego.

3) Opracowanie i przygotowanie raportu zawierającego wytyczne komunikacyjne i wskazówki implementacyjne dla Strategii komunikacji FENG

3.1. Do zadań Wykonawcy będzie należało:

3.1.1 zapoznanie się pod kątem wyzwań komunikacyjnych określonych w Strategii komunikacji FENG z:

- treścią Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, zamieszczonym pod linkiem: <https://www.poir.gov.pl/strony/o-programie/fe-dla-nowoczesnej-gospodarki/zalozenia-programu-feng/#Wersja%20Programu%20przekazana%20do%20Komisji%20Europejskiej%2016%20marca%202022%20r>.
- treścią „Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich 2021 – 2027” wraz z załącznikiem dotyczącym komunikacji FENG, zamieszczonym pod linkiem: https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/102807/Strategia_komunikacji_PS_2021_2027_v7_konsultacje.pdf

3.1.2 Przygotowanie raportu zawierającego wytyczne komunikacyjne takie jak:

- a) Propozycje haseł (sloganów) reklamowych/marketingowych (claim marki) opracowanych w oparciu o propozycje zawarte w Strategii Komunikacji Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki. Wykonawca przedstawi propozycję 4 haseł dla FENG oraz po 3

propozycje dla usług STEP i Innovation Coach. Hasła muszą oddawać tożsamość programu oraz tożsamości STEP i IC, być oparte na nowoczesnym i kreatywnym pomysłem. Ponadto Wykonawca przeanalizuje hasła zawarte w Strategii i wskaże ich mocne oraz słabe strony, uwzględniając wnioski z warsztatu przeprowadzonego z pracownikami.

- b) Opracowane na podstawie zawartych w „Strategii komunikacji FENG” opisach grup docelowych oraz kanałów narzędzi i komunikacji wytyczne dotyczące języka komunikacji, w tym języka korzyści dla każdej z grup uwzględniając charakter każdej grupy docelowej oraz konkretny kanał komunikacji. Propozycja Wykonawcy powinna zawierać:
- konkretne przykłady i wskazówki, jakich sformułowań używać, tzn. dla każdej grupy docelowej w każdym kanale komunikacji (tzn. w Internecie – portalach internetowych, radiu, telewizji, prasie i Social Mediach) zawierać przykłady sformułowań, metafor, porównań, zwrotów dotyczących innowacji, prac B+R, środowiska sprzyjającego innowacjom etc. (dla każdej grupy powinno zostać podane po 5 przykładów w każdym kanale komunikacji);
 - samodzielnie wskazane przez Wykonawcę w oparciu o analizę wskazanych w OPZ dokumentów dodatkowe obszary tematyczne uzupełniające te wymienione w tirecie wyżej i również dla nich podanie przykładowych sformułowań, metafor, porównań (dla każdej grupy powinno zostać podane po 5 przykładów w każdym kanale komunikacji). Wykonawca powinien wskazać nie mniej niż 3 dodatkowe obszary;
 - jak kreować przekaz, na co kłaść nacisk komunikując o innowacjach, pracach badawczo-rozwojowych, środowisku wspierającym innowacje etc. Wskazówki powinny być opracowane w odniesieniu do każdej grupy docelowej;
- c) Określenie dla każdej grupy docelowej wskazanej w „Strategii komunikacji FENG” podstawowych i najważniejszych kanałów komunikacji spośród tych, o których jest mowa w „Strategii komunikacji FENG”
- d) Dokument powinien mieć charakter materiału wykonawczego, tzn. zaproponowane w nim rozwiązania powinny nadawać się do wdrożenia i wykorzystania w procesie komunikacji.

3.1.3 Raport zostanie przygotowany i przekazany w terminie 30 dni od dnia podpisania umowy.

3.1.4 Ponadto Wykonawca przenosi na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do dzieła powstałego w związku z wykonywaniem przedmiotu umowy.

Prosimy o przekazanie informacji o szacunkowej wartości brutto i netto realizacji usługi do dnia 18 maja 2022 r. na adres aleksandra.ratajczak@mfipr.gov.pl.