**ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA WYKONANIE CZĘŚCI ZADANIA PUBLICZNEGO**

**„ŚWIATOWE SPOTKANIE MŁODZIEŻY POLONIJNEJ – POLONIA CAMP 2025”**

Stowarzyszenie „Wspólnota Polska” (dalej SWP) zaprasza do składania ofert na wykonanie części zadania publicznego w zakresie organizacji Światowego Spotkania Młodzieży Polonijnej – Polonia Camp 2025. Polonia Camp 2025 obejmie szereg aktywności edukacyjnych, kulturalnych i rekreacyjnych, które pozwolą uczestnikom zgłębić swoją polską tożsamość oraz poznać rówieśników z całego świata. Kluczowe elementy programu to: warsztaty , panele dyskusyjne, spotkania z wybitnymi Polakami: liderami opinii, przedstawicielami nauki, kultury i biznesu, zajęcia sportowe, wieczory kulturalne: koncerty, prezentacje grup polonijnych, występy folklorystyczne, wycieczki po Warszawie: zwiedzanie łączące historię z nowoczesnością, aktywności networkingowe: integracja i nawiązywanie współpracy na przyszłość.

1. **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**
2. **Stworzenie identyfikacji wizualnej – księga znaku (Branding)**

**Elementy składowe:**

1. **Logo i jego warianty**
* Podstawowa wersja logo - nie mniej niż 3 propozycje
* Wersje alternatywne (monochromatyczne, poziome, pionowe)
* Konstrukcja i proporcje logo
* Pole ochronne logo
1. **Kolorystyka marki**
* Podstawowe kolory
* Kolory uzupełniające
* Zastosowanie kolorów w różnych materiałach
1. **Typografia**
* Czcionki podstawowe i uzupełniające
* Hierarchia tekstu (nagłówki, akapity, cytaty)
* Zalecenia dotyczące stosowania typografii
1. **Ikonografia i elementy graficzne**
* Styl ikon i ilustracji
* Zastosowanie elementów graficznych
1. **Materiały firmowe**
* Wizytówki - nie mniej niż 3 propozycje
* Papier firmowy - nie mniej niż 3 propozycje
* Stopki mailowe - nie mniej niż 3 propozycje
* Szablony prezentacji - nie mniej niż 3 propozycje
1. **Zasady stosowania identyfikacji**
* Dozwolone i niedozwolone modyfikacje logo
* Przykłady poprawnego i błędnego użycia elementów wizualnych

**2. Stworzenie strategii komunikacji wydarzenia**

**Elementy składowe strategii komunikacji wydarzenia:**

1. **Cele komunikacyjne**
* Zwiększenie świadomości o wydarzeniu
* Przyciągnięcie określonej grupy odbiorców
* Wzmocnienie wizerunku organizatora
* Zbudowanie zaangażowania uczestników
1. **Grupa docelowa**
* Określenie segmentów odbiorców (np. wiek, zainteresowania, profesja)
* Analiza ich potrzeb i preferencji komunikacyjnych
* Dopasowanie języka i przekazu do różnych grup
1. **Główne przekazy (key messages)**
* Co chcemy, aby odbiorcy zapamiętali?
* Jakie korzyści płyną z udziału w wydarzeniu?
* Jaki jest unikalny wyróżnik wydarzenia?
1. **Kanały komunikacji**
* Strona internetowa lub landing page - nie mniej niż 2 propozycje
* Media społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok)
* E-mail marketing
* PR i media tradycyjne (prasa, radio, telewizja)
* Influencer marketing i współpraca z partnerami
* Reklama płatna (Google Ads, Facebook Ads)
1. **Harmonogram działań komunikacyjnych**
* Podział komunikacji na etapy (przed wydarzeniem, w trakcie, po wydarzeniu)
* Kluczowe daty publikacji treści
* Kampanie teaserowe i odliczanie do wydarzenia
1. **Zaangażowanie uczestników**
* Stworzenie hashtagów wydarzenia - nie mniej niż 10
* Organizacja konkursów i interaktywnych akcji – minimum 2
1. **Kryzysowy plan komunikacji**
* Przygotowanie odpowiedzi na potencjalne kryzysy i negatywne komentarze
* Sposoby reagowania na zmiany w harmonogramie wydarzenia
1. **Analiza i mierzenie efektów**
* Kluczowe wskaźniki efektywności (np. liczba rejestracji, zasięg w social media, zaangażowanie uczestników)
* Narzędzia analityczne (Google Analytics, Facebook Insights, UTM-y)
* Raport końcowy i wnioski na przyszłość

**3. Budowa strony WWW wydarzenia wraz z panelem rejestracyjnym**

**Elementy składowe strony WWW wydarzenia:**

1. **Strona główna**
* Przyciągający nagłówek z nazwą i datą wydarzenia
* Krótkie wprowadzenie z opisem i najważniejszymi informacjami
* Call-to-action (np. „Zarejestruj się”)
1. **Sekcja z informacjami o wydarzeniu**
* Szczegółowy opis wydarzenia – cele, agenda, prelegenci, artyści
* Lokalizacja i mapa terenu
* Harmonogram wydarzenia
1. **Panel rejestracyjny**
* Formularz rejestracyjny
1. **Aktualności i blog**
* Artykuły, wywiady, ogłoszenia związane z wydarzeniemMożliwość komentowania lub udostępniania treści
1. **FAQ (Najczęściej zadawane pytania)**
* Odpowiedzi na pytania dotyczące rejestracji, uczestnictwa, transmisji online itp.
1. **Kontakt**
* Formularz kontaktowy
* Adres e-mail, telefon organizatora
* Linki do social media
1. **Optymalizacja techniczna**
* Responsywność (strona dostosowana do komputerów i urządzeń mobilnych)
* Optymalizacja SEO dla lepszej widoczności w wyszukiwarkach
* Szybkie ładowanie strony
1. **Integracje i automatyzacja**
* Połączenie z narzędziami do e-mail marketingu (np. Mailchimp)
* Integracja z Google Analytics do śledzenia konwersji
1. **OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY**
2. Oferta musi co najmniej obejmować szczegółowy opis sposobu wykonania zadania.
3. Oferta musi obejmować cenę wraz z rozbiciem na ceny poszczególnych elementów oferty oraz adres do korespondencji oraz dane osób kontaktowych.
4. Oferta musi zawierać oświadczenie, iż oferent nie narusza postanowień Ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego, dalej „ustawy” (tj. Dz.U. z 2023 r., poz. 1497).
5. **TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT**
6. Termin wykonywania zadania publicznego 01.01.2025 r. - 31.12.2025 r.
7. Oferty należy składać w terminie do 7 dni od dnia opublikowania niniejszego zaproszenia.
8. Oferty składane są na adres mailowy: k.grzegorczyk@swp.org.pl lub na piśmie w siedzibie SWP: ul. Krakowskie Przedmieście 64, 00 – 322 Warszawa.
9. Zapytania w sprawie szczegółowych warunków należy kierować na adres mailowy: k.grzegorczyk@swp.org.pl
10. Odpowiedzi będą udzielane na stronie internetowej SWP bez podania nazwy pytającego.
11. **KRYTERIA OCENY OFERTY**
12. Jedynym kryterium oceny ofert w niniejszym postępowaniu jest cena – 100%.
13. Cena oferty uwzględnia wszystkie zobowiązania, musi być podana w PLN cyfrowo i słownie, z wyodrębnieniem należnego podatku VAT, jeżeli taki występuje.
14. Cena za oferowany przedmiot zamówienia może być tylko jedna (nie dopuszcza się wariantowości cen) i nie ulega zmianie przez okres ważności oferty (związania ofertą).
15. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z najniższą ceną brutto. Pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane w kolejności od najniższej do najwyższej ceny.
16. Jeżeli nie będzie można wybrać najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych.
17. Wykonawcy składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w złożonych ofertach.
18. Zamawiający dokona obliczeń z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku**.**
19. **WYBÓR OFERTY**
20. Rozstrzygnięcie ofert nastąpi w terminie do dnia 16.04.2025 r.
21. O wynikach wyboru lub odstąpienia od wyboru oferty SWP informuje na stronie internetowej.
22. Wybór oferty nie jest prowadzany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych.
23. **INNE POSTANOWIENIA**
24. Od czynności SWP nie przysługują żadne środki odwoławcze.
25. SWP nie zwraca zgłoszonych ofert.
26. SWP przewiduje możliwość dodatkowych negocjacji z jednym lub więcej oferentów, jeżeli treść oferty wymaga dodatkowych wyjaśnień.
27. Zawarcie umowy przewidywane jest w terminie do 30 dni od dnia wyboru oferty.
28. Rozliczenie umowy następuje po jej wykonaniu przez oferenta i podpisaniu protokołu odbioru bez uwag.
29. Składając ofertę SWP staje się administratorem danych osobowych osób wskazanych do kontaktu. Oferent zobowiązuje się w imieniu SWP do poinformowania tych osób o celu przetwarzania danych osobowych i ich terminie (do czasu rozstrzygnięcia ofert) oraz możliwości zapoznania się z przetwarzanymi danymi w miejscu wskazanym w pkt.5, a także prawo do poprawiania i zmiany danych oraz żądania zaprzestania przetwarzania danych osobowych.