****

*dla rozwoju Mazowsza*

WYDATEK WSPÓŁFINANSOWANY PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ ZE ŚRODKÓW EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO W RAMACH REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO 2007-2013 ORAZ ZE ŚRODKÓW BUDŻETU WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

**Zapytanie ofertowe:**

**REALIZACJA II EDYCJI CYKLU GIER MIEJSKICH „TROPY EUROPY”**

**WRAZ Z ZAPLANOWANIEM I PRZEPROWADZENIEM KAMPANII PROMUJĄCEJ IMPREZĘ –** ZAMÓWIENIE REALIZOWANE W RAMACH REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO

WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO 2007-2013 (RPO WM) NA ZLECENIE

MAZOWIECKIEJ JEDNOSTKI WDRAŻANIA PROGRAMÓW UNIJNYCH

**I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

1. kompleksowa organizacja cyklu gier w trzech miastach: Warszawie, Ciechanowie i Siedlcach. zgodnie z przekazanymi założeniami realizacyjnymi i scenariuszowymi, w tym m.in.

- obsługa techniczna, produkcyjna, merytoryczna imprez,

- zapewnienie opieki prawnej (opracowanie regulaminu gry, tworzenie wzorów/weryfikacja wzorów wszelkich umów partnerskich zawieranych na potrzeby realizacji zamówienia w celu zabezpieczenia interesów Zamawiającego),

1. kompleksowa realizacja kampanii promocyjnej imprezy zgodnie z przekazanymi założeniami, w tym:

- opracowanie kreacji,

- produkcja materiałów promocyjnych,

- opracowanie szczegółowych media planów wraz z rekomendacjami w oparciu o aktualne badania marketingowe, co najmniej z I połowy 2013 r.,

- zakup mediów i nośników,

1. przygotowanie raportu z realizacji cyklu gier oraz przeprowadzenia akcji promocyjnej,
2. archiwizacja wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji umowy na CD/DVD, kasetach typu beta; przygotowanie egz. archiwalnych materiałów typu pocztówki, plakaty, mapy, naklejki; przygotowanie dokumentacji fotograficznej nt. przeprowadzonych działań, np. outdooru,

(Każda płyta/opakowanie powinna być prawidłowo oznakowana zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, tj. powinna zawierać: tytuł akcji promocyjnej, informację o tym, co jest nagrane na płycie, termin emisji, logotyp RPO WM, hasło RPO WM, informację nt. finansowania akcji.),

1. przekazanie Zamawiającemu majątkowych praw autorskich i praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.

**II. OGÓLNY OPIS ZAŁOŻEŃ FABULARNYCH GIER**

1. Motyw przewodni: TROPY EUROPY – NA TROPIE PRZYGODY!
2. Wizualizacja klimatu gier z nawiązaniem do postaci i przygód Indiany Jonesa (nie ma to być nawiązanie wprost, tzn. nie chodzi o wykorzystanie graficznego wizerunku Indiany Jonesa, co łączyłoby się z koniecznością uzyskania zgody, wniesienia stosownych opłat itp.), tj. wykorzystanie pewnych jego atrybutów (brązowy kapelusz, traperski strój, szelki, apaszka na szyi) by zbudować pozytywne skojarzenia z przygodą, skarbami, tajemnicami.
3. „Tropy Europy” to nazwa nawiązująca do tropienia, poszukiwania, odkrywania pozostawionych śladów, eksplorowania ich. W rzędzie kolejnych skojarzeń ustawiają się skarby, tajemnice, zagadki, zaszyfrowane informacje, łączenie faktów i dostrzeganie tego, co na pierwszy rzut oka niewidoczne.
4. Tropiciel to osoba, która ma dużą wiedzę, inteligencję i spryt oraz ogromną ciekawość świata. Wszystkie te skojarzenia doskonale pasują do gry, której celem jest zainteresowanie uczestników miejscami, które mogą się rozwijać dzięki funduszom pozyskiwanym z   Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013.
5. TROPY EUROPY – NA TROPIE PRZYGODY!mają być rodzinną grą miejską o charakterze przygodowym, której inspiracją są książki, programy i filmy o poszukiwaczach skarbów i tropicielach tajemnic.
6. Uczestnicy na czas gry zamienią się w drużyny poszukiwaczy, które otrzymują tajemniczy list, a w nim informację, że oto w Warszawie/Siedlcach/Ciechanowie czeka na nich misja specjalna, której celem jest dotarcie do ukrytego „skarbu”. Tym skarbem będzie celowo przygotowany kufer/skrzynia. Aby poznać lokalizację skarbu trzeba będzie skompletować i złożyć mapę dojścia do niego. W zamian za skompletowaną mapę otrzyma się finalną wskazówkę, która razem z mapą poprowadzi do miejsca ukrycia skarbu. Kolejne fragmenty mapy (oraz punkty do Karty Gry) zdobywać się będzie wykonując różnorakie zadania zlokalizowane w obiektach realizujących projekty w ramach RPO WM oraz innych dodatkowych lokalizacjach na terenie wyselekcjonowanych do tegorocznej edycji miast.
7. Nagrody w grze będą przyznawane w dwóch kategoriach: za znalezienie skarbu oraz za zdobycie największej ilości punktów (możliwe jest zdobycie nagród w obu tych kategoriach przez jeden zespół, ale równie prawdopodobne jest, że będą to różne drużyny), ponieważ znalezienie skarbu ma być tylko ukoronowaniem gry i na tym etapie zabawy liczyć się będzie odrobina szczęścia (kto pierwszy dotrze na miejsce), natomiast zamierzeniem Zamawiającego będzie nagrodzenie uczestników za wysiłek włożony w rozwiązywanie zagadek przez cały czas gry (punkty zdobywane będą za każde wykonane zadanie).
8. Czas gry zostanie zaplanowany w każdym mieście tak, by bez konieczności biegania można było wykonać wszystkie zadania gry. W trakcie gry po terenie będzie można poruszać się dowolnie (pieszo, rowerem, komunikacją miejską, samochodem). Organizator gry nie będzie pokrywał kosztów transportu graczy w trakcie zabawy.
9. Po przeliczeniu punktów na mecie zostaną wyłonione cztery zespoły do nagrodzenia: jeden, który znalazł skarb oraz trzy o najwyższych wartościach punktowych na kartach gry. Jeśli okaże się, że jest więcej zespołów z takimi samymi, najwyższymi wynikami to zostanie urządzona dogrywka. Dogrywka będzie miała charakter quizu wiedzowego opartego o zakres informacji, który objęła gra i będzie odbywać się na zasadzie „pierwszy błąd wyklucza z dogrywki – wygrywa ten, kto zostanie”.
10. Udział w grze nie będzie wymagał od uczestników specjalnego przygotowania, zasadą gier jest to, że to właśnie gra ma zmotywować do pozyskania i uzyskania informacji, a organizatorzy tylko podpowiadają, gdzie tych informacji szukać.
11. W realizacji gier kluczowa ma być odpowiednia baza wykwalifikowanych i doświadczonych animatorów, którzy będą mieć kontakt z graczami na kolejnych punktach zadaniowych. Muszą oni posiadać zdolności aktorskie, pozytywny stosunek do ludzi, umiejętności organizacyjne, doświadczenie oraz wysoką kulturę osobistą.

**III. SPOSÓB PRZEKAZYWANIA INFORMACJI NT RPO WM**

1. **Informacje nt. RPO WM muszą być przekazywane w/na:**

a) stronie internetowej cyklu gier – w opisach gier, w regulaminie gier, w informacjach o organizatorach gier, w informacjach o obiektach zaangażowanych w realizację gier w każdym z miast (opis tego, co w każdym z nich zmienia/zmieniło się dzięki RPO WM). Nie ma konieczności tworzenia (i ponoszenia kosztów) nowej strony – wystarczy odpowiednie treści wprowadzić na jedną z podstron [www.fan.mazowia.eu](http://www.fan.mazowia.eu). Przykładowe tytuły zakładek/działów na podstronie gry to: O GRZE, ORGANIZATORZY, PARTNERZY, JAK WZIĄĆ UDZIAŁ, NAGRODY, POPRZEDNIE EDYCJE, REGULAMIN GRY,

b) profilu cyklu gier na Facebooku (najlepiej w postaci tzw. eventu, który łatwiej promować w kampaniach reklamowych na Facebooku niż stronę) – w opisach gie, w informacjach o organizatorach, gry, w informacjach o obiektach zaangażowanych w realizację gry w każdym z miast (opis tego, co w każdym z nich zmienia/zmieniło się dzięki RPO WM) wraz z ewentualnym przekierowaniem na strony na FB tych obiektów, jeśli takowe strony posiadają,

c) drukowanych materiałach promocyjnych (citylightach, plakatach, pocztówkach reklamowych, naklejkach reklamowych) w postaci odpowiedniego oznakowania i informacji o organizatorach i unijnych źródłach finansowania projektu,

b) layoutach prasowych, w postaci odpowiedniego oznakowania i informacji o organizatorach i unijnych źródłach finansowania projektu,

c) radiowych spotach reklamowych – informacja słowna o źródłach finansowania reklam,

d) informacjach skierowanych do mediów – w opisach cyklu gier, informacjach o organizatorach gry, w informacjach o obiektach zaangażowanych w realizację gry w każdym z miast (opis tego, co w każdym z nich zmienia/zmieniło się dzięki RPO WM),

e) w trakcie konferencji prasowych dla lokalnych mediów w każdym z miast, w którym będzie się odbywała gra, na około tydzień przed terminem gry w danym mieście – w materiałach prasowych, w informacjach przekazywanych przez prowadzącego konferencję oraz przez przedstawicieli organizatorów i partnerów z danego miasta,

f) w trakcie akcji bezpośredniej przeprowadzanej przez dwóch animatorów wystylizowanych na poszukiwaczy skarbów w klimacie Indiany Jonesa. (akcja przeprowadzana w każdym z miast gry przez kilka godzin, na około 5 dni przed terminem gry w danym mieście. W trakcie akcji będą rozdawane naklejki reklamowe.),

g) w treści tzw. instrukcji gry czyli drukowanego materiału w formie listu, który uczestnicy każdej z gier otrzymają po zarejestrowaniu się do gry przed jej startem,

h) w trakcie rozpoczęcia i zakończenia gry przez prowadzącego te etapy gry w formie informacji o organizatorach i celu gry,

i) w kilkuminutowym reportażu video dokumentującym przebieg gier w poszczególnych miast – prezentacja przebiegu gry oraz obiektów, które realizują projekty RPO WM.

**2. Wymagania obligatoryjne dotyczące oznakowania wszystkich materiałów reklamowych promujących RPO WM**

1. Wszystkie materiały radiowe wyprodukowane w ramach umowy muszą zawierać informację słowną o źródłach finansowania programu:

„Program współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego oraz ze środków budżetu województwa mazowieckiego”.

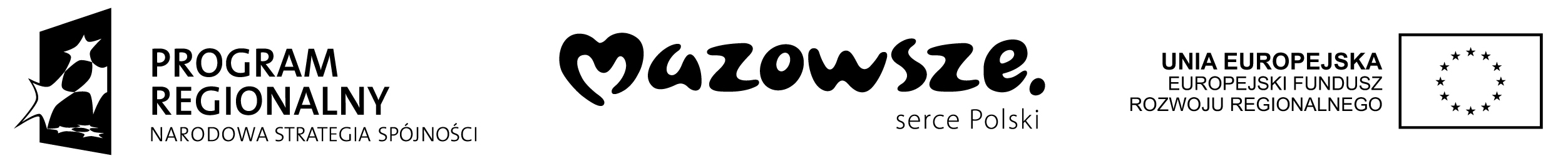
1. Wszystkie materiały filmowe i graficzne (w tym oznakowanie namiotów, ubioru obsługi, materiały związane z przebiegiem gry, np. Karty Gracza, identyfikatory, instrukcje itp.) muszą uwzględniać odpowiednie wymagania z zakresu informacji i promocji dot. projektów współfinasowanych z funduszy europejskich. Obowiązkowo muszą zawierać logo RPO WM, hasło RPO WM i  informację o źródłach finansowania.

* logo RPO WM:

w kolorze:



lub w wersji czarno-białej:



* hasło RPO WM: *dla rozwoju Mazowsza*
* informacja o źródłach finansowania:

„Program/materiał współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego oraz ze środków budżetu województwa mazowieckiego”

oraz opcjonalnie:

* logo MJWPU:



1. Wszystkie materiały promocyjne przez rozpoczęciem emisji, ekspozycji lub druku muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
2. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu kopii wszystkich nośników, na których utrwalono materiały produkcyjne powstałe w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, filmowe, pliki produkcyjne materiałów do druku itp.). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiających ich późniejszą edycję. Materiał, w zależności od rodzaju, musi zostać przekazany na kasetach typu beta i/lub na płytach CD/DVD, w terminie nie późniejszym niż data przekazania raportu końcowego.

**IV. SZCZEGÓŁOWE OKREŚLENIE MINIMALNEJ I MAKSYMALNEJ LICZBY UCZESTNIKÓW DANEJ GRY ORAZ OPIS PROFILU UCZESTNIKÓW**

1. Górnym limitem graczy gry fabularnej z rozbudowanymi zadaniami i pogłębioną interakcją między postaciami (animatorami) a uczestnikami gry ma być 200 osób (podzielonych na zespoły).
2. Minimalna ilość zostaje określona na 30 osób.
3. W grze będzie można brać udział w zespołach od 2 do 4 osób, gdzie przynajmniej 1 osoba jest pełnoletnia i podpisując przed startem regulamin gry weźmie odpowiedzialność za pozostałych członków swojej drużyny. Oznacza to, że podpisujący oświadczenie dorosły członek zespołu musi zostawić przed startem podpisany dokument potwierdzający, że jest on/a odpowiedzialny/a za pozostałe osoby w zespole i ich czyny.
4. Udział w grze nie będzie niósł za sobą specjalnych wymogów wobec graczy. W regulaminie konieczne będzie jednak wpisanie, że uczestnik akceptuje, że gra wymaga ogólnie dobrego stanu zdrowia pozwalającego na udział w imprezie zawierającej elementy podstawowej aktywności ruchowej.
5. Wymogiem technicznym gry będzie posiadanie sprawnego telefonu komórkowego (co najmniej jednego na drużynę) z funkcją aparatu fotograficznego i możliwością prezentacji zdjęć na wyświetlaczu (lub aparatu fotograficznego z funkcją wyświetlania zdjęć) i wgraną aplikacją do odczytywania fotokodów (informacja skąd ściągnąć bezpłatnie taką aplikację ma zostać udostępniona graczom w materiałach promocyjnych, na stronie www i na stronie wydarzenia na Facebooku, a także w mailingu skierowanym do zarezerwowanych wcześniej drogą elektroniczną zespołów).
6. W regulaminie musi znaleźć się zapis o przeniesieniu odpowiedzialności za bezpieczeństwo na samych graczy. Uczestnik misi mieć świadomość i potwierdzić, że nie będzie rościć do organizatora żadnych pretensji z tytułu ewentualnych uszczerbków doznanych w trakcie gry.   
   W zamian każdy z uczestników na identyfikatorze znajdzie podstawowe numery ratunkowe niezbędne w razie wystąpienia wypadku.
7. W celu zabezpieczenia się przed ewentualnymi roszczeniami ze strony graczy dotyczącymi wykorzystywania ich zdjęć/nagrań w videoreportażu i wykorzystywanymi we wszystkich działaniach promocyjnych konieczne jest umieszczenie w regulaminie punktu mówiącego, że gracz startując w grze wyraża jednocześnie zgodę na bycie filmowanym i fotografowanym i akceptuje, że materiały te będą wykorzystywane w działaniach informacyjnych i promocyjnych.

**V. OPIS SYSTEMU MOTYWACYJNEGO WRAZ Z PODANIEM SPOSOBU NALICZANIA PUNKTÓW I PRZYZNANIA NAGRÓD ORAZ PROPOZYCJE NAGRÓD DLA UCZESTNIKÓW Z OKREŚLONEJ GRUPY DOCELOWEJ**

1. We właściwych materiałach gry otrzymanych po starcie gry znajdzie się teczka, a w niej karty formatu A4 drukowane na zwykłym papierze offsetowym z opisem treści kolejnych zadań. W treści karty każdego zadania gry znajdzie się informacja ile punktów jest do zdobycia za dane zadanie i na jakich zasadach można te punkty zdobyć. Pozwoli to graczom na świadomy wybór strategii gry w całej grze i przy każdym zadaniu z osobna. Nie będzie zadań punktowanych uznaniowo i subiektywnie, każda stawka punktowa będzie jasno określała wymagania do jej zdobycia.
2. Punkty będą wpisywane przez obsługę do tzw. Karty Gry. To podstawowy i najważniejszy materiał w czasie gry, otrzymywany przez uczestników w materiałach rozdawanych po starcie gry. Każda drużyna otrzymuje jedną Kartę Gry na zespół. Ma to być to sztywna karta formatu A4, drukowana na papierze offsetowym, jednostronnie zadrukowana, na której znajduje się miejsce na wpisanie przez graczy nazwy swojego zespołu, pola do wpisywania przez obsługę gry punktów za wykonywanie poszczególnych zadań (każdorazowo obsługa wpisuje punkty cyfrą i słownie oraz wbija pieczątkę potwierdzającą odwiedzenie danego punktu, co skutecznie chroni przed samodzielnym wpisywaniem sobie punktów przez graczy) oraz pole dla obsługi gry na mecie do wpisania całościowego rezultatu punktowego pozwalającego na wyłonienie najlepszych drużyn. Punkty za wykonanie każdego zadania będą wpisywane przez obsługę gry (animatora/ów) w miejscu wykonywania danego zadania (np. na terenie obiektu/punktu gry) albo w innym wskazanym graczowi miejscu, gdzie należy udać się z rozwiązaniem danego zadania (np. na mecie). Każdorazowo będzie to opisane graczom w treści zadania.
3. Docelowo zostaną przyznane 4 nagrody główne:

a) pierwsza nagroda będzie przyznana za znalezienie skarbu i będzie inna niż pozostałe nagrody główne. Ma to być zaproszenie do restauracji w mieście, w którym odbywa się gra. Zaproszenie będzie miało wartość 300 zł brutto, by bez problemu mogła z niego skorzystać 4-osobowa drużyna, z możliwością wykorzystania w określonym terminie.

b) nagrodą główną (za I miejsce) każdej gry ma być lot balonem dla 4 osób (voucher do wykorzystania w wyznaczonym terminie) by móc na unijne realizacje popatrzeć z góry. Voucher na lot balonem o wartości ok. 2000-2500 zł brutto, przy założeniu, że zwycięski 4-osobowy zespół leci sam i sam wyznacza termin lotu z firmą organizującą lot,

c) pozostałe dwie nagrody za II i III miejsce to praktyczne vouchery na sprzęt sportowy/turystyczny do wykorzystania w wybranej sieci sklepów, z określoną wartością i terminem wykorzystania: za II miejsce voucher na sprzęt sportowy/turystyczny o wartości 1000 zł brutto, a za III miejsce o wartości 600 zł brutto,

Uwaga: W przypadku I i II nagrody niezbędne będzie zapłacenie podatku od nagrody w wysokości 10% wartości nagrody brutto. Regulamin gry musi więc przewidywać, że podatek ten zostanie uiszczony w imieniu zwycięzców przez organizatora tak, by otrzymanie nagrody nie wiązało się z koniecznością ponoszenia kosztów przez uczestników,

d) oprócz nagród głównych na każdą z gier musi być wyznaczona pula 10 nagród dodatkowych (każda podzielna dla zespołu max 4 osobowego) w formie zaproszeń przedpłaconych do restauracji, obiektów będących partnerami gry, obiektów sportowych i kulturalnych. Każde takie zaproszenie powinno opiewać na kwotę 200 zł brutto. Nagrody te zostaną rozlosowane wśród wszystkich zespołów, które w regulaminowym czasie oddały kartę gry na mecie, bez względu na osiągnięty wynik. Losowanie w tym wypadku nie ma znamion gier losowych lecz jest wybieraniem zwycięzcy w oparciu o wcześniej spełnione warunki (zakończenie gry potwierdzające wykonanie całości lub części zadań w wyznaczonym czasie).

**VI. OPIS SYSTEMU OZNAKOWANIA UCZESTNICZĄCYCH DRUŻYN ORAZ WYKAZ INNYCH MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH KONIECZNYCH DO WYDRUKOWANIA NA POTRZEBY KAŻDEGO Z ETAPÓW GRY WRAZ ZE SPECYFIKACJĄ TECHNICZNĄ I INFORMACJĄ O POTRZEBNEJ ILOŚCI MATERIAŁÓW**

Przy założeniu maksymalnie 200 uczestników każdej z gier i przy założeniu minimum 2 a  maksymalnie 4 osób w zespole, w każdej z gier może brać udział od 50 do 100 drużyn. Średnio na każdą z gier należy więc przygotować 100 zestawów materiałów startowych.

1. **Przed startem:**
2. oznakowanie graczy za pomocą identyfikatorów konferencyjnych wieszanych na szyi, ze sztywną plastikową oprawką, do której wnętrza wkłada się papierową wkładkę w kolorach nawiązujących do identyfikacji wizualnej gry, z miejscem na wpisanie ręcznie przez graczy nazwy zespołu – przykład identyfikatora: <http://www.nabiurku.pl/image/666/500/1265/1085.jpg>
3. do każdej gry należy przygotować 200 identyfikatorów z kolorowym kartonikiem wydrukowanym metodą kolorowego druku laserowego, z miejscem pozwalającym na wpisanie numeru drużyny,
4. identyfikatory będzie się otrzymywało od obsługi gry na stanowisku rejestracyjno-informacyjnym gry. Takie stanowisko będzie funkcjonowało od około 2 godzin przed startem gry, w miejscu startu gry,
5. zanim jeszcze wręczone zostaną zespołom identyfikatory, niezbędna będzie procedura rejestracji zespołu połączona z podpisaniem zobowiązania do przestrzegania regulaminu i oświadczeniem, że osoba składająca podpis jest pełnoletnia. W tym celu należy przygotować co najmniej 200 arkuszy A4 (obustronny zadruk czarno-biały, papier offset) tzw. formularzy rejestracji. Na jednej stronie pełnoletni przedstawiciel zespołu uzupełnia informacje takie jak: imię i nazwisko, kontakt telefoniczny w trakcie gry (gdyby był niezbędny), ilość członków zespołu, nazwę zespołu, a także adres e-mail do działań informacyjnych po grze ze zgodą na przesyłanie wiadomości oraz np. informację statystyczną taką jak nazwa miasta/miejscowości, z której przybył zespół oraz źródło, z którego dowiedział się o grze. Na dole kartki znajdzie się ramka na złożenie podpisu z oświadczeniem, że podpis jest równoznaczny z akceptacją regulaminu wydrukowanego na odwrocie karty i że jest równoznaczny z oświadczeniem o pełnoletniości podpisującego,
6. po złożeniu uzupełnionego i podpisanego formularza obsługa punktu rejestracyjno-informacyjnego przekazuje szefowi zespołu kartkę z instrukcją gry (jedna instrukcja na zespół) w formie listu pisanego do poszukiwaczy skarbów z opisem ich misji a zarazem opisem zasad gry (100 sztuk, format A4, papier offset kolorowy, nadruk obustronny czarno-biały). Dół kartki jest wytyczony linią wzdłuż której gracze odrywają fragment kartki. Ten fragment tuż po starcie zespół zamienia w punkcie informacyjno/rejestracyjnym na kopertę z właściwymi materiałami gry na zasadzie „kartka za kopertę”, dzięki czemu mamy pewność, że została wydana właściwa ilość kopert.
7. **Po starcie:**
8. po sygnale startu obsługa gry odbiera od drużyn kupony oderwane od otrzymanej po rejestracji instrukcji gry, a w zamian wręcza właściwe materiały gry (plecaki z materiałami gry w środku). Każdy plecak to kompletne wyposażenie dla max 4-osobowego zespołu, a zarazem praktyczna pamiątka z imprezy.
9. Na każdą z trzech gier należy zapewnić 100 zestawów startowych. Zestaw startowy składa się z:

- plecaka typu miejskiego będącego w stanie zmieścić w środku teczkę A4 i kopertę C4 bez konieczności zginania ich

Specyfikacja plecaka: Plecak z poliestru, z regulowanym paskiem na ramię, etui na telefon, kieszenią na zamek. Wymiary plecaka: szerokość co najmniej 15 cm; wysokość co najmniej 47,5 cm; długość co najmniej 34 cm. Nadruk kolorowy z logo gry oraz wymaganymi logotypami unijnymi wykonany metodą sitodruku,

- teczki kolorowej formatu A4 – format A4, obie okładki zadruk pełnokolorowy z projektem przedstawiającym zdjęcia obiektów i inne motywy związane z grą, nadruk pokryty lakierem zwiększającym trwałość nadruku, bigowanie, środek teczki bez zadruku, z wklejoną kieszonką na ok. 7-8 kartek A4,

Uwaga: dodatkowe 100 sztuk musi być wydrukowanych na działania związane z mediami (do teczek będą pakowane materiały prasowe),

- maksymalnie 7 sztuk kartek offset A4 (nadruk 1+0 jednostronny i/lub dwustronnyna papierze w różnych kolorach) z opisaną treścią wszystkich zadań, punktacją, lokalizacją oraz miejscem na wpisywanie odpowiedzi/rozwiązań,

- Karta Gry – format A4, offset gramatura 160 g lub więcej, jednostronny zadruk 4+0,

- taśma klejąca z dozownikiem – do sklejania kolejnych fragmentów mapy,

- długopis – 1 sztuka na zespół, długopisy typu LOLLIPOP lub równoważny, z nadrukiem jednokolorowym (np. adresem strony [www.fan.mazowia.eu](http://www.fan.mazowia.eu) + logotypy RPO WM),

- mapa miasta – profesjonalne wydawnictwo z dokładnym planem poszczególnych miast (Warszawa, Ciechanów, Siedlce),

- notes formatu B5 na notatki podczas gry – 50 kartek w bloczku, szycie po krótszym brzegu, otwieranie do góry, okładka sztywna pełny kolor + lakier UV.

1. **W TRAKCIE GRY DLA OBSŁUGI GRY:**

a) do wręczania za kolejne, prawidłowo rozwiązane zadania fragmenty mapy (6 fragmentów, po 1 fragmencie za każde wykonane zadanie). Fragmenty mapy muszą mieć formę skrawków starej mapy poszukiwaczy skarbów,

b) pieczątki z logo gry (18 pieczątek) – automat okrągły z gumką np. marki COLOP lub równoważny, średnica odbicia 30 mm – które raz wyprodukowane mogą być wykorzystywane na wszystkich trzech edycjach gry,

c) stopery (mogą być w telefonie),

d) flamastry i cienkopisy różnokolorowe do wpisywania punktów – po 2 sztuki na osobę (zapas w razie wypisania) x 18 osób obsługi gry,

e) podkładki plastikowe lub kartonowe z klipsem, formatu A4, pomocne przy wpisywaniu punktów w terenie – komplet dla 18 osób,

f) do ubioru każdego z animatorów strój stylizowany na Indianę Jonesa/poszukiwacza przygód, czyli:

- 18 kapeluszy brązowych typu traperskiego,



- polary w kolorze brązowym (nawiązującym do koloru traperskiej kurtki skórzanej) z haftem z logo Tropy Europy + oznaczenia wymagane przy RPO WM)



- wszelkie inne elementy odzieży firma organizująca gry ma zapewnić we własnym zakresie (chustki na szyję, spodnie, koszule bawełniane/flanelowe, obuwie traperskie, szelki, itp.)

Uwaga: komplety strojów i akcesoriów produkowane są jednorazowo i używane trzykrotnie podczas wszystkich gier (przez tych samych lub innych animatorów).

1. **MATERIAŁY POTRZEBNE OBSŁUDZE GRY DO REALIZACJI POSZCZEGÓLNYCH ZADAŃ**

Materiały i akcesoria niezbędne do realizacji poszczególnych zadań gry zostaną szczegółowo wymienione przy opisie poszczególnych gier w pkt. XI.

1. **DODATKOWE MATERIAŁY DLA UCZESTNIKÓW:**

a) dla zwycięskiej drużyny wydruk na piance PCV 3mm [4+0] z informacją o pierwszej nagrodzie w grze „Tropy Europy”,

b) dla drużyn, które zajęły drugie i trzecie miejsce pamiątkowe dyplomy (format A4, kreda mat, gramatura 300 gram),

c) dla wszystkich pozostałych uczestników (maksymalnie 194 osób) certyfikaty pamiątkowe udziału w grze (format A4, kreda mat, gramatura 300 gram),

d) dla zespołu, który odnajdzie i przyniesie na metę kuferek nagroda zostanie wręczona w trakcie uroczystego zakończenia w tym kuferku. Na potrzeby wszystkich gier potrzebne są trzy kuferki.

Specyfikacja: mini skrzynia drewniana z metalowym zamknięciem używana jako opakowanie do prezentu albo do przechowywania cennych drobiazgów.﻿ Wymiary co najmniej: 25 x 16 x 18﻿ cm.

**VII. SYSTEM REKRUTACJI UCZESTNIKÓW – SPOSÓB I FORMA ZGŁOSZEŃ DO UDZIAŁU W GRZE**

1. Do gry będzie można zgłaszać się na dwa sposoby:
2. drogą elektroniczną (przed terminem gry) – na około 7 dni przed terminem gry ma zostać uruchomiona elektroniczna rezerwacja miejsc w grze. Po wypełnieniu prostego formularza elektronicznego przygotowanego przy użyciu bezpłatnego narzędzia do tworzenia ankiet w Google Docs (osoba wpisuje imię i nazwisko, adres e-mail i liczbę osób i klika, że zapoznała się z informacją , że w zespole musi być co najmniej jedna osoba pełnoletnia). Wypełniający naciska przycisk SUBMIT i zawartość formularza „wlewa się” do arkusza excel dostępnego dla organizatorów w wersji online. Przy wykorzystaniu tych danych osoba obsługująca rezerwację wysyła ręcznie spersonalizowany e-mail na wskazany adres z potwierdzeniem przyjęcia rezerwacji lub ewentualnie informacją, że rezerwacja jest już zamknięta i zgłoszenie nie może być przyjęte. Link do formularza rezerwacji może zostać wstawiony zarówno na stronie www jak i na stronie wydarzenia na Facebooku.
3. osobiście (w dniu gry, przed startem) – na około 2 godziny przed startem gry w miejscu startu.
4. Do punktu zgłaszają się osoby, które chcą wziąć udział w grze ale nie mają rezerwacji elektronicznej (w miarę wolnych miejsc) oraz osoby, które wcześniej rezerwowały miejsca elektronicznie i przybyły, by zarejestrować zespół przed grą (najpóźniej 30 minut przed startem).

**VIII. DODATKOWE WYMAGANIA I OKOLICZNOŚCI ZWIĄZANE Z ZAPLANOWANĄ FABUŁĄ ORAZ CZASEM TRWANIA GRY**

1. Gry miejskie TROPY EUROPY – NA TROPIE PRZYGODY! nie stanowią imprez masowych i  jako takie nie będą wymagały spełniania żadnych specjalnych warunków pod względem ochrony, zaplecza medycznego, czy sanitarnego. Wszystkie imprezy odbywają się w terenie miejskim, gdzie działają instytucje dedykowane do pomocy takie jak policja, czy pogotowie ratunkowe, a Wykonawca na około 14 dni przed terminem gry w danym mieście musi wysłać pisemne zawiadomienie, że w danym terminie odbywa się gra miejska, a w materiałach graczy musi umieścić numery telefonów do tych instytucji. Nie ma potrzeby zapewniania dodatkowej obsługi medycznej, nie licząc podstawowej apteczki na punkcie mety zawierającej proste środki opatrunkowe.
2. Na zakończenie każdej z gier Wykonawca ma zapewnić bufet dla uczestników. W tym celu musi zagwarantować:

- namiot ekspresowy o wymiarach 3 x 2,

- w środku długi stół o wymiarach ok. 2 x 1 m,

- podłączenie do zasilania 230V żeby podłączyć warnik oraz dostęp do pitnej wody bieżącej, by napełnić warnik,

- warnik gastronomiczny (np. 25 l) w którym gotować się będzie wrzątek do herbaty i kawy,

- jednorazowe kawy z mlekiem (bez cukru) w saszetkach – 110 porcji,

- jednorazowe herbaty (mix zwykłych i smakowych) – 110 porcji,

- cukier w saszetkach – 220 porcji,

- kubeczki tekturowe do napojów gorących i mieszadełka – po 220 sztuk,

- ciastka suche (herbatniki i wafelki) – ok. 2,5 kg,

- tace na ciastka, serwetki.

- 220 sztuk wody mineralnej niegazowanej 0.33 l w plastikowych butelkach.

Uwaga: taka sama ilość wody musi być przygotowana i rozdawana chętnym przed startem.

- kosz, worki na śmieci.

1. Przy założeniu, że gra toczy się częściowo w obiektach użyteczności publicznej w których dostępne są toalety dla odwiedzających nie ma konieczności zapewniania dodatkowych mobilnych toalet.

**IX. ZAŁOŻENIA DOTYCZĄCE WYMAGANEGO ZABEZPIECZENIA TECHNICZNEGO W POSTACI SPRZĘTU I OSÓB DO JEGO OBSŁUGI**

1. **Wygląd i oznakowanie punktów związanych z obsługą gry:**
2. Do obsługi graczy przed startem gry Wykonawca musi zapewnić punkt informacyjno-rejestracyjny w formie mobilnej – namiot ekspresowy (biały lub kolorowy z określonymi poniżej nadrukami) o wymiarach około 3 x 2 metry plus stół/stolik i 2 krzesła w środku. Na zewnątrz, po obu stronach namiotu dwa batfany (typu batfan beach, każdy o wymiarach 43 x 245 cm, z solidną podstawą utrzymującą stabilność) Na batfanie nadruk (pełen kolor) logo gry, dzięki czemu punkt informacyjno-rejestracyjny będzie widoczny z daleka dla nadchodzących graczy. W środku namiotu, na tylnej ścianie wydruk na bannerze jednostronnym (dziurkowanie co 20 cm) z logo gry i logotypami RPO WM o wymiarach 3 x 2 metry. Nad górną frontową krawędzią namiotu banner z nazwą gry (dziurkowanie co 20 cm) o wymiarach 3 m x 30 cm.
3. Do startu gry Wykonawca musi zapewnić scenkę z nagłośnieniem w formie mobilnej (wraz z opisanymi poniżej nadrukami/oznaczeniami – stanowisko składające się z wynajętego podestu/sceny o wymiarach ok. 3 m x 2 m ze schodkami, z zadaszeniem w formie wynajętego namiotu ekspresowego o tych samych wymiarach. Nad górną frontową krawędzią namiotu banner z nazwą gry (dziurkowanie co 20 cm) o wymiarach 3 m x 30 cm. W przypadku bardzo słonecznej i korzystnej pogody można zrezygnować z rozłożenia namiotu, ale jest niezastąpiony na wypadek opadów (by zabezpieczyć nagłośnienie i prowadzących). Na scenie podstawowe nagłośnienie (2 kolumny 50 W, wyjście dla 2 mikrofonów bezprzewodowych). Nagłośnienie może być ładowane akumulatorem (np. zestaw nagłośnieniowy, które po wcześniejszym naładowaniu działa bez podłączenia ok. 4-5 godzin, co wystarczy na obsługę startu i mety) lub podłączone do zasilania 230V.
4. Meta gry będzie w tym samym miejscu co start i rejestracja (za wyjątkiem gry w Siedlcach).
5. Punkt rejestracji i startu w każdej lokalizacji gry będzie miał taki sam wygląd. Wykonawca nie ma prawa umieszczać na żadnym z elementów wymienionych w punktach 1-2 oraz na namiocie bufetowym i jego wyposażeniu żadnych treści, które nie zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego, np. reklam.
6. **Zasoby osobowe do przygotowania i obsługi startu/mety, punktu gastronomicznego:**
7. 2 osoby na punkt rejestracyjno-startowy, które po starcie gry pomagają przygotować namiot bufetowy, a później obsługują punkt mety,
8. 4 osoby do rozłożenia namiotów, sceny, ustawienia wyposażenia – osoby te mogą zrobić przygotowania wcześniej, a następnie występować w rolach animatorów podczas gry.
9. **Wymagania dotyczące transportu**:
10. Wykonawca odpowiada za zapewnienie transportu wszelkim osobom zaangażowanym w   realizację gier oraz do przewozu sprzętu i wszelkich innych elementów niezbędnych do przeprowadzenia gier w  Warszawie, Ciechanowie i Siedlcach.
11. Wykonawca ma obowiązek zapewnić transport dla 3-4 osób ze strony Zamawiającego do wszystkich miejsc, w których będą odbywać się gry – samochód z kierowcą do wyłącznej dyspozycji przedstawicieli Zamawiającego przez cały czas trwania gry w danym miejscu, wraz z dowozem z miejsca zbiórki (siedziba Zamawiającego) do Ciechanowa i Siedlec (i z powrotem) w czasie umożliwiającym przedstawicielom Zamawiającego nadzór nad przebiegiem całej gry, od momentu rozpoczęcia ustawiania punktu informacyjno-rejestracyjnego do zakończenia wręczania nagród.
12. **Wymagania dotyczące zasilania:**

W przypadku gdyby nie było możliwości skorzystania z podłączenia do zasilania przy pomocy jednego z partnerów gry (tj. obiektów zaangażowanych w grę jako jej punkty), Wykonawca ma obowiązek zapewnienia agregatu prądotwórczego do zasilania warnika i nagłośnienia.

1. **Zasoby osobowe:**

a) 2 osoby na punkcie startu/mety

b) 1 koordynator gry – osoba odpowiedzialna za prawidłowy przebieg gry, porusza się po całym terenie gry, w razie potrzeby dokonuje zmian w przebiegu gry, nadzoruje prawidłową pracę animatorów, śledzi ruch zespołów gry. Koordynator pełni równocześnie rolę prezentera na scenie w trakcie rozpoczęcia i zakończenia gry,

c) minimum 15 animatorów – obsługujących 7 punktów zadaniowych (czasem pojedynczo, czasem we dwójkę) oraz obserwujących punkt ukrycia skrzynki ze skarbem. Są ubrani w stylizacje na Indianę Jonesa. Każdy animator ma przy sobie wyciszony (wibracja) telefon komórkowy do kontaktu z koordynatorem gry.

**X. ZAŁOŻENIA KAMPANII PROMUJĄCEJ CAŁE PRZEDSIĘWZIĘCIE WRAZ Z PODANIEM FORMY REKLAMY ORAZ ILOŚCI I CZĘSTOTLIWOŚCI EMISJI/EKSPOZYCJI POSZCZEGÓLNYCH REKLAM W DANYM MEDIUM. ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ I INTENSYWNOŚĆ DZIAŁAŃ**

1. **FACEBOOK – REGIONALNIE I LOKALNIE –** wykorzystanie profilu wydarzenia gry, który następnie stanie się podmiotem geotargetowanej 14-dniowej kampanii reklamowej na Facebooku (FB Ads). Pierwsze 7 dni kampanii ma być skupione na informowaniu o grze - publikowanie reklam (grafik o wymiarach 404x 404px) w tzw. newsfeedzie czyli wśród wiadomości wyświetlających się grupie docelowej na ścianie głównej pośród innych. Reklamy będą łączyć grafikę i tzw. call-to-action (np. RUSZAJ TROPEM PRZYGODY!) Kolejne 7 dni - przypominanie o grze, za pomocą sponsorowanych informacji publikowanych w newsfeedzie, że np. Jan Kowalski weźmie udział w TROPACH EUROPY z opcją kliknięcia „Dołącz”.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ**: minimum 1,5 mln wyświetleń w ciągu 14 dni, co ma dać średnio 0,05% kliknięć w reklamę i wejść na stronę wydarzenia (750 kliknięć). O tym, czy osoby wchodzące na stronę zaznaczą, że wezmą udział i czy faktycznie wezmą udział w imprezie zadecyduje treść, grafika i opis gry, które znajdą na stronie wydarzenia.

Kampanię reklamową na Facebooku można dodatkowo wzmocnić działaniami o charakterze PR, w tym przede wszystkim kontaktowaniem się z administratorami stron pokrewnych (ale nieprzypadkowych) z prośbą o udostępnianie wydarzenia na wallu danej strony/miejsca.

1. **OUTDOOR – LOKALNIE -** plakaty – w dwóch formatach w zależności od miejsc, do których trafią:

a) A2 [4+0, kreda błysk, gram. 170 g lub więcej, lakier UV] – nakład: 250 sztuk na słupy ogłoszeniowe, do instytucji, szkół i innych miejsc, które mają powierzchnię na ekspozycję takiego formatu.

Dystrybucja dwutorowa:

- komercyjna usługa plakatowania we współpracy z firmami działającymi głównie w Warszawie, Ciechanowie i Siedlcach. W każdym z miast zostanie wybranych min. 20 miejsc ekspozycyjnych, które zostaną oplakatowane dwukrotnie: na 14 dni i na 7 dni przed imprezą,

- dystrybucja bezpośrednia plakatów do szkół, uczelni, bibliotek, klubów młodzieżowych, lokali gastronomicznych.

b) A3 [4+0, kreda błysk, gram. 170 g lub więcej, lakier UV] – nakład: 250 sztuk, do dystrybucji bezpośredniej w miejsca, gdzie nie ma zbyt wiele miejsca na ekspozycję plakatów: do szkół, uczelni, bibliotek, klubów młodzieżowych, lokali gastronomicznych. W każdym z miast minimum 20 takich miejsc.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** dotarcie z plakatami do 60 najczęściej uczęszczanych miejsc w Warszawie, Siedlcach i Ciechanowie oraz do minimum 60 popularnych miejsc typu kluby, lokale gastronomiczne, uczelnie we wszystkich trzech miastach.

1. **OUTDOOR – CITYLIGHTY – LOKALNIE - reklama w wiatach CLP (na przystankach komunikacji miejskiej) – wymiary 1,2 x 1,8 m.**

14-dniowa kampania tylko w Warszawie. Do kampanii ma być włączonych 10 wybranych przystanków/wiat CLP w okolicy Śródmieścia.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** dotarcie do 10 przystanków komunikacji miejskiej w Warszawie najczęściej uczęszczanych w Śródmieściu przez osoby podróżujące autobusami.

1. **MARKETING BEZPOŚREDNI – LOKALNIE - pocztówki reklamowe – 105 x 148 mm, 4+ 1, lakier UV – nakład: 15 000 sztuk (3 rodzaje po 5 000 sztuk, każdy rodzaj dotyczy gry w danym mieście)**

Na 14 dni od daty gry w każdym z miast pocztówki mają być dystrybuowane w klubach, kawiarniach, stołówkach, lokalach gastronomicznych skierowanych do młodzieży i studentów, bibliotek, kin, teatrów. W każdym z miast należy wytypować co najmniej 20 takich miejsc i do każdego z nich skierować po około 250 pocztówek (w zależności od popularności danego miejsca).

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** dotarcie z pocztówkami do minimum 60 popularnych miejsc typ kluby, lokale gastronomiczne, uczelnie we wszystkich trzech miastach.

1. **RADIO – LOKALNIE**
2. **kampania o zasięgu regionalnym** informująca o całym cyklu gier, rozpoczęcie na 14 przed terminem pierwszej gry – kampania ma mieć rolę wprowadzającą i kierować zainteresowanych na stronę internetową gier, gdzie znajdą bardziej szczegółowe informacje.

Wymagana stacja o zasięgu regionalnym znajdująca się na pozycji 1-25 w rankingu słuchalności w województwie mazowieckim, zgodnie z badaniem Radio Track z minimum pierwszego kwartału 2013 r.

Kampania potrwa 14 dni i będzie ułożona następująco:

- 1 tydzień (wprowadzenie tematu) – po 7 emisji spotu 30 sekundowego dziennie, w godz. 6.00-20.00,

- 2 tydzień (intensyfikacja) – po 14 emisji spotu 30 sekundowego dziennie, w godz. 6.00-20.00.

Łączna liczba emisji – minimum 147 spotów.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** Dotarcie do jak najszerszej grupy słuchaczy w województwie mazowieckim.

1. **kampania o zasięgu lokalnym** – rozpoczęcie na 14 przed terminem pierwszej gry w  każdym z miast, w którym odbywa się gra, w oparciu o silne radiostacje lokalne, by skutecznie dotrzeć z informacją o zbliżającym się terminie gry w danym mieście.

Kampania potrwa 14 dni i będzie ułożona następująco:

- 1 tydzień (wprowadzenie tematu) – po 7 emisji spotu 30 sekundowego dziennie, w godz. 6.00-20.00,

- 2 tydzień (intensyfikacja) – po 14 emisji spotu 30 sekundowego dziennie, w godz. 6.00-20.00.

Łączna liczba emisji – minimum 3 x 147 spotów.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** Dotarcie do jak najszerszej grupy słuchaczy w Ciechanowie Siedlcach i okolicznych miejscowościach oraz w Warszawie i całej aglomeracji Warszawskiej.

1. **PRASA REGIONALNA I LOKALNA**

Zamieszczenie reklamy w dodatku informacyjnym o aktualnych wydarzeniach/eventach do gazety posiadającej wydanie lokalne/regionalne obejmujące zasięgiem Warszawę, Ciechanów i Siedlce, np. dodatek CO JEST GRANE do Gazety Wyborczej oraz w gazetach rozdawanych bezpłatnie na terenie Warszawy, Ciechanowa i Siedlec. Zamieszczenie czterech edycji reklamy (każdorazowo max ¼ strony, w układzie poziomym). Pierwsza edycja pojawi się w piątek, na 2 tygodnie przed terminem pierwszej gry i będzie zachęcała do wejścia na stronę prezentującą cały cykl gier. Druga edycja pojawi się w piątek poprzedzający termin pierwszej gry (zgodnie z założeniem, że najwięcej osób podejmuje decyzję o udziale w imprezie w przeddzień jej terminu) i będzie już zapraszała w konkretne miejsce gdzie odbędzie się pierwsza gra. Trzecia edycja reklamy pojawi się zgodnie z tą samą zasadą w piątek poprzedzający termin drugiej gry, a trzecia w piątek poprzedzający termin trzeciej gry.

**ZAKŁADANA EFEKTYWNOŚĆ:** Dotarcie do czytelników najchętniej czytanych dzienników i bezpłatnych gazet lokalnych w woj. mazowieckim.

1. **MARKETING BEZPOŚREDNI – TRAPERZY NA ULICACH MIAST - LOKALNIE**

Na tydzień przed terminem każdej z gier (najlepiej we wtorek, gdy ludzie zaczynają powoli planować nadchodzący weekend) na terenie każdego z trzech miast, w którym odbędą się gry mają zostać zorganizowane akcje promocyjne. Przez kilka wybranych godzin po ulicach będzie się przechadzać dwójka animatorów (chłopak i dziewczyna) w strojach stylizowanych na Indianę Jonesa (takich, w jakich później będą występować animatorzy podczas gier) Animatorzy będą rozdawać specjalne naklejki reklamujące grę (z możliwością naklejenia na karoserię samochodu) w kształcie odcisku buta z logo TROPÓW EUROPY, hasłem KOCHAM PRZYGODY i adresem strony internetowej gry. Animatorzy będą z daleka słyszalni dzięki podręcznemu nagłośnieniu megafonem. Osoby zainteresowane będą mogły uzyskać od animatorów praktyczne informacje na temat gier.

**8. INNE DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PROMOCJĄ GIER**

a) wysyłka pocztą elektroniczną materiałów prasowych – opisu cyklu gier i jego założeń, adresu strony www gier i profilu cyklu gier na Facebooku, informacji o nagrodach, organizatorach i partnerach, przypomnienie o możliwości elektronicznej rezerwacji miejsc do wszystkich obecnych na rynku:

- tygodników regionalnych i lokalnych na 2 tygodnie przed terminem każdej gry (wraz z dodatkowymi informacjami o grze w danym mieście)

- prasy codziennej lokalnej i regionalnej na 2 tygodnie i na tydzień przed terminem każdej gry (wraz z dodatkowymi informacjami o grze w danym mieście),

- radiostacji lokalnych i regionalnych na 2 tygodnie i na 7 dni przed terminem każdej gry (wraz z dodatkowymi informacjami o grze w danym mieście),

- lokalnych i regionalnych stacji telewizji na 2 tygodnie i na 7 dni przed terminem każdej gry (wraz z dodatkowymi informacjami o grze w danym mieście),

- regionalnych i lokalnych mediów internetowych na 2 tygodnie i na 7 dni przed terminem każdej gry (wraz z dodatkowymi informacjami o grze w danym mieście),

b) wysyłka pocztą elektroniczną zaproszenia do dziennikarzy na konferencje prasowe w każdym z miast, w którym odbywać się będzie gra – na około 5 dni przed terminem konferencji, z tzw. follow-up, czyli potwierdzeniem obecności dziennikarza w przeddzień konferencji.

c) organizacja konferencji prasowych w siedzibie partnerów gry w każdym z miast, w którym będzie się odbywała gra, na około tydzień przed terminem gry w danym mieście. Na konferencji obecni będą przedstawiciele organizatora oraz lokalnych partnerów gry. W trakcie konferencji rozdanie materiałów prasowych drukowanych zapakowanych w teczki z logo gry (takie same jak dostaną później gracze) W ramach usług dodatkowych serwis herbaciano-kawowy. Do tego obsługa pokonferencyjna: uzupełnianie informacji, odpowiedzi na dodatkowe pytania. Liczba odbiorców (dziennikarzy) w każdym z miejsc to średnio 10-20 osób,

d) Wystąpienie o objęcie cyklu imprez patronatami medialnymi, w tym np.:

- Gazety Wyborczej – lub innej gazety o podobnym charakterze i dużym zasięgu w całym regionie

- Radia dla Ciebie – największy zasięg w całym regionie

- miesięcznika Aktivist- świetne dotarcie w aglomeracji warszawskiej, aktywny i zainteresowany odbiorca

- stacji TVP Warszawa – stacja regionalna

- www.ciechanowonline.pl – silny portal lokalny w Ciechanowie

- www.spin.siedlce.pl – silny portal lokalny w Siedlcach

Uwaga: Wykonawca może zaproponować własną listę potencjalnych patronów medialnych do akceptacji Zamawiającego, przy czym mogą to być wyłącznie media o zasięgu regionalnym i lokalnym.

**XI. SZCZEGÓŁOWE WYMAGANIA DOTYCZĄCE ORGANIZACJI GIER**

1. **WARSZAWA**
2. Czas gry – 4 godziny (+ 2 godz. na rejestrację przed imprezą i 1 godz. na zakończenie gry – uroczyste wręczenie nagród, zdjęcia pamiątkowe, poczęstunek dla uczestników itd.).
3. Długość trasy ok. 8 km (transport uczestników we własnym zakresie).
4. W trakcie rozgrywki do zorganizowania 6 zadań punktowanych (w sumie 7).
5. Materiały/działania niezbędne do przeprowadzenia poszczególnych zadań:

- zadanie nr 1: kapsle po napojach, kolorowa kreda do rysowania na chodniku mapy, namiot ekspresowy 3 x 3 metry do rozłożenia w czasie deszczu,

- zadanie nr 2: przygotowanie 5 zestawów x 5 pytań sprawdzających spostrzegawczość nt. ekspozycji muzealnej,

- zadanie nr 3: opracowanie 5 zestawów x 5 zagadek nt ekspozycji muzealnej – zagadki zapisane na karcie specjalnym atramentem widocznym tylko pod światłem UV, 6-7 podręcznych lampek UV,

- zadanie nr 4: wygenerowanie i naklejenie „w terenie” 5 fotokodów z „zaszyfrowanymi’ pytaniami nt. wybranych obiektów prezentowanych w grze,

- zadanie nr 5: kreda do rysowania na chodniku, 2 wędki, 10 plastikowych butelek z zakrętkami, 5 zestawów x 10 kartek z różnymi słówkami w różnych językach obcych do przetłumaczenia,

- zadanie nr 6: kartki z opisem zadania dla każdego zespołów,

- zadanie nr 7: 20 kartek z wierszowanym opisem konkretnego miejsca ukrycia skarbu,

- stopery, skrawki mapy do rozdawania każdemu zespołowi po wykonaniu poszczególnych zadań

1. **SIEDLCE**
2. Czas gry – 4 godziny (+ 2 godz. na rejestrację przed imprezą i 1 godz. na zakończenie gry – uroczyste wręczenie nagród, zdjęcia pamiątkowe, poczęstunek dla uczestników itd.).
3. Długość trasy ok. 5 km (transport uczestników we własnym zakresie).
4. W trakcie rozgrywki do zorganizowania 6 zadań punktowanych (w sumie 7).
5. Materiały/działania niezbędne do przeprowadzenia poszczególnych zadań:

- zadanie nr 1: nie dotyczy

- zadanie nr 2: kartki i szpilki do mocowania

- zadanie nr 3: minimum 2 zestawy plastyczne, w tym m.in. folie ochronne, bloki rysunkowe, farby plakatowe, pędzle, kubki na wodę, kredki, flamastry, temperówki itp.,

- zadanie nr 4: wygenerowanie i naklejenie „w terenie” 5 fotokodów z „zaszyfrowanymi’ pytaniami nt. wybranych obiektów prezentowanych w grze,

- zadanie nr 5: kreda do rysowania na chodniku, 2 wędki, 10 plastikowych butelek z zakrętkami, 5 zestawów x 10 kartek z różnymi słówkami w różnych językach obcych do przetłumaczenia,

- zadanie nr 6: kartki z opisem zadania dla każdego zespołów,

- zadanie nr 7: 20 kartek z wierszowanym opisem konkretnego miejsca ukrycia skarbu,

- stopery, skrawki mapy do rozdawania każdemu zespołowi po wykonaniu poszczególnych zadań

1. **CIECHANÓW**
2. Czas gry – 4 godziny (+ 2 godz. na rejestrację przed imprezą i 1 godz. na zakończenie gry – uroczyste wręczenie nagród, zdjęcia pamiątkowe, poczęstunek dla uczestników itd.).
3. Długość trasy ok. 5 km (transport uczestników we własnym zakresie).
4. W trakcie rozgrywki do zorganizowania 6 zadań punktowanych (w sumie 7).
5. Materiały/działania niezbędne do przeprowadzenia poszczególnych zadań:

- zadanie nr 1: 4 pary chorągiewek karimaty, 100 kartek - instrukcji z opisem nadawania alfabetem Morse’a, taśma do wyznaczenia miejsca ustawienia szyfranta i odbierającego komunikat,

- zadanie nr 2: sprzęt i akcesoria do organizacji dwóch stanowisk do strzelania z łuku (Uwaga: zadanie zakłada konieczność nawiązania współpracy z bractwem rycerskim, które powinno udostępnić profesjonalny sprzęt, stylizowany na historyczny, oraz osoby ubrane w stroje rycerskie, posiadające umiejętności łucznicze),

- zadanie nr 3: wygenerowanie i naklejenie „w terenie” 5 fotokodów z „zaszyfrowanymi’ pytaniami nt. wybranych obiektów prezentowanych w grze,

- zadanie nr 4: 2 stanowiska z fantomami do nauki sztucznego oddychania, przygotowane i obsługiwane przez ratowników medycznych ze szpitala z Ciechanowa (Uwaga: zadanie zakłada konieczność nawiązania współpracy z ww. personelem medycznym),

- zadanie nr 5: 2 stanowiska do wiosłowania z możliwością zmierzenia przepłyniętego odcinka ustawionego na symulatorze (Uwaga: zadanie zakłada konieczność nawiązania współpracy z klubem fitness od którego może być wypożyczony sprzęt, niezbędne może się okazać podłączenie do zasilania oraz zadaszenie na wypadek deszczu, by nie uszkodzić sprzętu); opracowanie zestawu pytań nt, Ciechanowa i Prezentowanych obiektów RPO WM (odpowiedzi na zasadzie: „tak/nie”) do szybkiego odpytywania uczestników w ciągu 1 minuty - kartka z pytaniami i kluczem odpowiedzi dla animatora/ów prowadzących quiz.

- zadanie nr 6: kartki z opisem zadania dla każdego zespołów,

- zadanie nr 7: 20 kartek z wierszowanym opisem konkretnego miejsca ukrycia skarbu,

- stopery, skrawki mapy do rozdawania każdemu zespołowi po wykonaniu poszczególnych zadań.

1. **POZOSTAŁE WYMAGANIA:**
2. Wykonawca odpowiada za nawiązanie kontaktów z instytucjami zarządzającymi poszczególnymi obiektami uwzględnionymi w ramach cyklu gier, w celu:

- przeprowadzenia inwentaryzacji wszystkich obiektów zaangażowanych w grę jako jej punkty i potwierdzenia ich dostępności zgodnie z założeniami scenariusza,

- przeprowadzenia ustaleń technicznych i organizacyjnych z obiektami zaangażowanymi w grę (zapewnienie przez obiekty dostępu w danym dniu i godzinach, zapewnienie dostępu do określonych części obiektu, a także dostępu do zasilania, toalet, parkingu itp.),

- podpisania umów partnerskich z obiektami zaangażowanymi w grę (określających barterową wymianę świadczeń, w ramach których w zamian za udostępnienie obiektów partnerzy uzyskują udział w kampanii promocyjnej we wszystkich przewidzianych kanałach, tam gdzie jest to możliwe) – tylko w przypadkach, jeśli taka umowa będzie wymagana przez partnerów – instytucje udostępniające dany obiekt (W zależności od ustaleń mogą to być umowy trójstronne, w których zostaną określone prawa i obowiązku wszystkich zaangażowanych stron.),

b) Na około 14 dni przed terminem gry w każdym mieście – zawiadomienie miejskiego wydziału zarządzania kryzysowego o odbywaniu się imprezy.

**XII. PLANOWANY TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Szczegółowe zaplanowanie gier i kampanii, przeprowadzenie kampanii promocyjnej, organizacja gier: **październik – listopad 2013 r.**

Przekazanie raportów końcowych i materiałów archiwalnych – **najpóźniej do 9 grudnia 2013 r.**