**Załącznik nr 4 do SIWZ**

***IGKiP.1.042.29.12.2019***

**Rozdział 1 SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ) – Założenia ogólne dla zamówienia**

1. **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja szczegółowej kampanii promocyjnej projektu pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska.

W ramach projektu powstanie oferta turystyczno- rekreacyjna w której skład wchodzą następujące elementy:

1. Odnowiona ścieżka rowerowa po czeskiej stronie granicy ok. 3,2 km.

2. Pieszy szlak turystyczny śladami J. A. Komeńskiego przekraczający polsko- czeską granicę (ok. 15 km).

3. Labirynt z pomnikiem J.A. Komeńskiego

4. Nowa ścieżka rowerowa o długości 5 km w obrębie zalewu Bukówka,

5. Zagospodarowanie terenu przy zalewie Bukówka

a. Wiata biesiadna

b. 2 obiekty sanitarne

c. Siłownia zewnętrzna

d. Plac zabaw

e. Boisko do piłki plażowej

f. Slipy do spławiania łodzi

g. Miejsca parkingowe

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

* przygotowania poszczególnych elementów kampanii promocyjnej, które będą spójne z koncepcją wizerunkową Gminy Lubawka oraz z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska – Polska.
* realizacji zaplanowanych działań kampanii promocyjnej w tym zakupu wszystkich produktów i usług koniecznych do zrealizowania kampanii,
* przedstawiania sprawozdań z przeprowadzonych działań zgodnie z punktem 7 niniejszego SOPZ.
* przekazania Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.
* przekazania Zamawiającemu elektronicznych wersji elementów kampanii promocyjnej w formacie projektowym (do edycji) oraz użytkowym w docelowym formacie.
* Zamawiający wymaga, aby wszystkie materiały i elementy promocyjne zostały sporządzone w języku polskim, czeskim i angielskim.

1. **CZAS TRWANIA KAMPANII**

Kampania promocyjna będzie prowadzona od dnia podpisania umowy do dnia 31 grudnia 2020 roku. Przy czym Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 08 stycznia 2021 roku.

1. **ZASIĘG KAMPANII i GRUPA DOCELOWA**

Przeprowadzana kampania ma mieć zasięg regionalny i obejmować obszar całego województwa dolnośląskiego oraz Mikroregionu Zaclerskiego.

Podstawowa grupa docelowa:

- mieszkańcy wspólnego regionu w szczególności: mieszkańcy Gminy Lubawka, Powiatu Kamiennogórskiego, mieszkańcy Miasta Zacler, Mikroregionu Zaclerskiego oraz Powiatu Trutnowskiego.

Dodatkowa grupa docelowa:

- mieszkańcy województwa dolnośląskiego,

- turyści odwiedzający polską i czeską część Sudetów Środkowych.

1. **CELE KAMPANII**

Głównym celem kampanii jest wzrost liczby osób poinformowanych o realizowanym przez Gminę Lubawka projekcie pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanym ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska. W okresie od podpisania umowy do 31.12.2020 r. o projekcie ma dowiedzieć się co najmniej 500 000 osób. Z nowopowstałej oferty turystycznej w okresie trwałości projektu tj. do 31.12.2025 r. ma skorzystać minimum 50 000 osób. Kampania ma także na celu propagowanie wartości i postaw tj. aktywne spędzanie wolnego czasu, zdrowy tryb życia, otwartość na inne kultury co będzie miało wpływ na zwiększenie ruchu turystycznego w regionie głównego beneficjenta i jego partnera.

1. **KONCEPCJA KAMPANII**

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii (będącej spójną z koncepcją wizerunkową Gminy Lubawka oraz z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska), które zostaną doszczegółowione na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań. Zamawiający nie wymaga przedłożenia koncepcji na etapie składania ofert.

1. Wstępna koncepcja strategiczna musi zawierać opis głównych działań w ramach realizacji danej części kampanii promocyjnej

**Ważne!** Zamawiający nie dopuszcza aby w ramach kampanii używano grafik, zdjęć, motywów itd. zaczerpniętych z ogólnodostępnych bezpłatnych i płatnych banków obrazów (tzw. serwisów stockowych).

1. **AKCEPTACJA ZAMAWIAJĄCEGO**

Wszystkie przygotowane materiały muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji.

1. **RAPORTY Z KAMPANII:**
2. **Raporty cząstkowe:**

- wykaz powstałych materiałów ze wskazaniem ich ilości (w przypadku materiałów publikowanych wraz z datą publikacji i wskazaniem miejsca gdzie zostały opublikowane),

- faktyczne dane w zakresie osiągniętych efektów: ilość odbiorców z grupy docelowej (dane statystyczne potwierdzone źródłem ich ustalenia).

1. **Raport końcowy będzie zawierać między innymi:**

- Przygotowanie sprawozdania po wykonaniu zadania i przedłożenie nie później niż do 15.12.2020 r.

- ostateczne dane w zakresie osiągniętych efektów: ilość odbiorców z grupy docelowej (dane statystyczne potwierdzone źródłem ich ustalenia);

- wykaz wszystkich przeprowadzonych działań wraz z zaktualizowanym harmonogramem utworzenia i publikacji tych działań.

- Raporty muszą zostać dostarczone w wersji elektronicznej na adres email wskazany przez Zamawiającego lub do siedziby zamawiającego na innym nośniku elektronicznym.

- Raport wymaga akceptacji Zamawiającego.

- Ilość odbiorców nie dotyczy 2 części zamówienia tj. Materiały Reklamowe.

**Rozdział 2 SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ) – DZIAŁANIA PROMOCYJNE**

1. ***PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA***

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja działań promocyjnych w ramach projektu pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska. Przez działania promocyjne rozumie się:

1. **Opracowanie szczegółowego planu realizacji działań promocyjnych**

Kryteria dotyczące planu zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Harmonogram zawierający oś czasową (plan na poszczególne miesiące) dla działań promocyjnych opisanych w punktach od b do i.

- Plan ma uwzględniać terminy przygotowania projektu, sposoby publikacji oraz zakładane efekty osiągnięte za pomocą każdego z działań promocyjnych.

- Termin realizacji planu ustala się na 14 dni od podpisania umowy.

1. **Przygotowanie identyfikacji wizualnej**

Kryteria dotyczące identyfikacji wizualnej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

ZNAK MARKI [LOGO] - znak słowno-graficzny, zawierający charakterystyczną ikonę i/lub typografię, w docelowej wersji kolorystycznej, w układzie pozytyw i negatyw (do zastosowań na tłach jasnych i ciemnych). HASŁO – hasło charakteryzujące kampanię nawiązujące do celów kampanii.

LOGOPACK - komplet plików w wersji elektronicznej zawierający wszystkie zamówione warianty znaku, w formatach graficznych rastrowych i wektorowych: .jpg, .png, .pdf, .eps, .ai.

KONCEPT IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ - opracowanie konceptu kreatywnego linii systemu identyfikacji. Opracowanie konceptu kreatywnego identyfikacji na podstawie poglądowych wizualizacji zastosowania systemu na wybranych akcydensach oraz wybranych wizerunkowych nośnikach promocji marki. Z uwagi na charakter inwestycji koncept musi uwzględniać oznakowanie budynków, wiat, szlaków turystycznych, ławek parkowych, koszy na śmieci, drogowskazów. Koncept linii kreatywnej powinien zawierać m.in. stylistykę, stosowanie kolorów, miejsce i sposób osadzania logo, charakterystyczne rozwiązania graficzne w ramach systemu, typografię.

KSIĘGA IDENTYFIKACJI PODSTAWOWEJ (zawierająca w sobie również księgę znaku): opracowanie księgi zawierającej pełny opis konstrukcji, kolorystyki i zasad stosowania znaku marki, w tym także: pola ochronne znaku, wielkość minimalna, kolory firmowe w modelu RGB/CMYK/Pantone, typografia podstawowa i uzupełniająca, zasady stosowania znaku na kolorowych tłach oraz zawierającej zbiór i opis zasad projektowych i wytyczne spójnego stosowania identyfikacji wizualnej marki na podstawie wybranych akcydensów oraz wybranych wizerunkowych nośników promocji marki.

Termin przygotowania identyfikacji wizualnej ustala się na 30 dni od podpisania umowy.

1. **Przygotowanie tekstów do publikacji**

Kryteria dotyczące tekstów promocyjnych zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- właściwy dobór jednostek medialnych; media masowego przekazu wykorzystane do prowadzenia działań, powinny mieć charakter: informacyjny, ogólnodostępny, sprofilowany na grupę docelową kampanii

-targetowanie geograficzne (woj. dolnośląskie, Mikroregion Zaclerski oraz Powiat Trutnowski),

- Wykonawca opracuje i opublikuje co najmniej 5 całostronicowych oraz 3 półstronicowe artykuły prasowe publikowane na stronach redakcyjnych, informujące między innymi o przebiegu realizowanych prac, działaniach zrealizowanych w ramach projektu oraz promujące powstałą ofertę turystyczno - rekreacyjną,

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do artykułu prasowego według wskazówek Zamawiającego,

- Artkuły prasowe należy zrealizować w pełnym kolorze,

- Tematy do artykułów zostaną zaproponowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy,

- Zamawiający wymaga, aby gazeta spełniała następujące wymogi: ukazywała się regularnie w postaci drukowanej co najmniej raz w tygodniu, nie będąca tabloidem (gazeta o charakterze sensacyjnym i plotkarskim),

- Każdy z artykułów prasowych musi zostać opatrzony informacją o współfinansowaniu ze środków ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska.

- Zamawiający zastrzega, iż publikacja artykułów prasowych nastąpi w częstotliwości nie rzadszej niż raz na 2 miesiące, przy czym publikacja ostatniego bloku nastąpi w nieprzekraczalnym terminie do 31 grudnia 2020 roku,

- Dodatkowo Zamawiający ma prawo do zlecenia maksymalnie 2 półstronicowych ogłoszeń dotyczących organizowanych w ramach inwestycji eventów opublikowanych w minimum 3 mediach lokalnych lub regionalnych w tym w jednym Czeskim.

1. **Opracowanie i publikacja spotów reklamowych w formie materiału filmowego w mediach lokalnych i ponadlokalnych**

Kryteria dotyczące spotów reklamowych zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- właściwy dobór jednostek medialnych; media masowego przekazu wykorzystane do prowadzenia działań, powinny mieć charakter: informacyjny, ogólnodostępny, sprofilowany na grupę docelową kampanii

- zamawiający dopuszcza publikację spotów w mediach społecznościowych oraz internetowych kanałach video

-targetowanie geograficzne (woj. dolnośląskie, Mikroregion Zaclerski oraz Powiat Trutnowski),

-nie dopuszcza się stosowania reklamy w postaci wyskakujących okienek/banerów reklamowych typu pop-up,

-minimalna ilość spotów reklamowych:

* minimum 80 % ilości spotów o minimalnej długości 30 sec.
* pozostałe spoty o minimalnej długości 15 sec.

-wymaga się aby w końcowym etapie inwestycji przygotować dłuższy (minimum 5 min, max. 6 min) wywiad z przedstawicielem Beneficjenta w formie sprawozdania z przebiegu przeprowadzonej inwestycji.

-przynajmniej 50% spotów reklamowych powinno być przygotowane w wersji z napisami, dostępne dla osób niepełnosprawnych. Napisy powinny być stworzone zgodnie z zasadami tworzenia napisów dla osób niesłyszących. Napisy powinny być dostępne w 3 wersjach językowych polski, czeski i angielski.

-spoty powinny spełniać wymogi techniczne do emisji w telewizji, telewizji internetowej, stronach internetowych i innych nośnikach.

1. **Prowadzenie kampanii poprzez strony www partnerów, stronę www projektu, media społecznościowe, portale informacyjne i blogi internetowe**

- Wykonawca zobowiązuje się do założenia profilu projektu na przynajmniej 2 portalach społecznościowych i prowadzenia ich w celu informowania na bieżąco grupy docelowej o podjętych działaniach oraz odpowiadania na zapytania

- Przeprowadzenie przynajmniej 3 sondaży w czasie trwania umowy przy czym nie rzadziej niż raz na 4 miesiące.

- Reagowanie na treści opublikowane w komentarzach w czasie do 10 godzin od ich publikacji

1. **Pełnienie funkcji rzecznik prasowego**

- Wykonawca zorganizuje i przeprowadzi 2 konferencje prasowe jedną na początku kampanii promocyjnej i drugą po zakończeniu inwestycji. Do zadań Wykonawcy będzie należało także przygotowanie przedstawiciela Zamawiającego do udział w konferencji prasowej. Zamawiający udostępni salę w budynku Miejsko- Gminnego Ośrodka Kultury w Lubawce, ul. Kamiennogórska 19, 58-420 Lubawka. Wykonawca ma za zadanie przystosować salę do przeprowadzenia konferencji prasowej. W kwestii Wykonawcy będzie zapewnienie cateringu w postaci kawy, herbaty i ciastek, oraz przygotowanie i dystrybucja zaproszeń dla lokalnych mediów. Przewidywana liczba gości 50 osób.

- Wykonawca ma za zadanie przygotowywanie informacji dla prasy, które mogą zostać wykorzystana w mediach lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich w formie newsa. Zamawiający wymaga aby publikowane newsy obejmowały co najmniej 10 mediów regionalnych z czego przynajmniej 3 czeskie. Zalecene jest aby newsy zawierały informację o współfinansowaniu z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska (informacja nie musi być prezentowana w formie „belki” Zamawiający dopuszcza informację słowną).

1. **Opracowanie i wykonanie przynajmniej jednej reklamy ambientowej**

Kryteria dotyczące reklamy ambientowej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania przynajmniej jednej reklamy ambientowej w myśl jej definicji dostępnej na stronie:

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Reklama_ambientowa>

- Wykonawca opracuje i wykona co najmniej 1 reklamę ambientową promującą powstałą ofertę turystyczno - rekreacyjną,

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do reklamy ambientowej według wskazówek Zamawiającego,

- Reklamę ambientową należy zrealizować w pełnym kolorze,

- Reklamę ambientową należy wykonać z materiałów odpornych na czynniki atmosferyczne,

- Usytuowanie reklamy zostanie ustalone z Zamawiającym,

- Forma reklamy ambientowej zostanie zaproponowana przez Wykonawcę i zaakceptowana przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy,

- Reklama ambientowa musi zostać opatrzona informacją o współfinansowaniu ze środków ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska chyba, że specyfika reklamy na to nie pozwala.

1. **Zapewnienie obsługi fotograficznej na potrzeby całej kampanii promocyjnej**

Kryteria dotyczące obsługi fotograficznej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- W ramach obsługi fotograficznej Wykonawca zobowiązany jest do dokumentowania etapów powstawania inwestycji. Z uwagi na to, że kampania rozpoczyna się w momencie gdy część inwestycji została już zrealizowana, **Zamawiający** zobowiązuje się do dostarczenia materiałów potrzebnych do publikacji ukończonych już etapów inwestycji.

- Wykonawca zapewni obsługę fotograficzną na wszystkich wydarzeniach związanych z projektem (konferencje, spotkania, eventy, roboty budowlane)

- Wykonawca zagwarantuje możliwość wykonania zdjęć z drona

- Ustala się konieczność wykonania zdjęć na przynajmniej 3 etapach każdej z części inwestycji (przed, w trakcie i po zrealizowaniu)

Inwestycja zakłada do wykonania pozostałe elementy projektu podzielone na 6 części:

1. Monitoring i oświetlenie

2. Budowa wiaty biesiadnej z zagospodarowaniem terenu

3. 2 Slipy do spławiania łodzi

4. Plac zabaw

5. Siłownia zewnętrzna

6. Boisko do piłki plażowej

Zamawiający wymaga aby na przynajmniej 3 etapach wdrażania każdej z powyższych części była wykonana dokumentacja zdjęciowa przez Wykonawcę.

1. **Opracowanie strony www**

Kryteria dotyczące strony www zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Stworzenie strony www projektu pn. „Łączy nas Bóbr”. Ze względu na jej funkcję strona powinna być nowoczesna tj. responsywna (możliwość korzystania ze strony na urządzeniach mobilnych typu smartfon, tablet) i estetyczna, o przejrzystym menu oraz prostej, logicznej i intuicyjnej nawigacji i obsłudze dla użytkownika,

- przygotowanie projektu strony (akceptacja Zamawiającego) na podstawie, którego Wykonawca dokona:

- Zakupu domeny,

- Zapewnienie hostingu przez okres trwania projektu oraz na 30 dni przed zakończeniem okresu świadczenia usługi, wsparcie przy przeniesieniu serwisu do wskazanej lokalizacji.

- wykonania strony w trzech wersjach językowych (polskiej, czeskiej i angielskiej) zgodnie ze standardami W3C,

- technologia witryny: platforma Word Press lub analogiczna,

- wdrożenie i uruchomienie strony na serwerze,

- udostępnienie strony w publicznej sieci internetowej osobom trzecim od dnia akceptacji projektu, zapewniające jednakową czytelność strony w różnych przeglądarkach: Internet Explorer, Firefox, Opera, Google Chrome oraz mobilnych przeglądarkach internetowych,

- zapewnienia serwisu gwarancyjnego do 31.12.2020 r.

- Administrowanie/techniczna aktualizacja witryny (kompletna pomoc techniczna i wsparcie techniczne) przez okres od podpisania umowy do 31.12.2020 roku (wymiar czasu pracy nie mniejszy niż 20 godzin/miesiąc).

- Koncepcyjne oraz graficzne opracowanie strony internetowej projektu, a także techniczne (informatyczne i graficzne) wykonanie zgodnie ze standardami w3c, uruchomienie, wdrożenie i wypełnienie treścią. Zamawiający zobowiązuje się do dostarczenia wszystkich materiałów jakie posiada na temat inwestycji.

- Wsparcie autorskie Wykonawcy do dnia 31.12.2020 r.

**- Minimalne parametry hostingu:**

Powierzchnia dyskowa min. 10GB

Transfer - bez limitu danych

Antyspam

Antywirus

Autoinstalator aplikacji

Statystyki odwiedzin

Wersje PHP: 5.4, 5.5, 5.6, 7.0, 7.1, 7.2

Obsługa PHP - FPM

Bazy MySQL/MariaDB

Bazy PostgreSQL

- W ramach opracowania należy złożyć pracę składającą się z wzorów projektów:

Prezentacja graficzna strony głównej.

Prezentacja graficzna typowej podstrony.

Prezentacja graficzna podstrony (innej niż typowa np. aktualności).

Opis wykorzystywanych narzędzi i technik prezentacji treści (wykaz i przykładowe rozwiązania, wykaz i opis zastosowanych technik wspierających bezpieczeństwo strony www i ewentualnych narzędzi transakcyjnych np. wypełnianie formularzy on-line).

- infografiki (przygotowanie 6 sztuk w trakcie trwania umowy banerów informacyjnych)

- galeria

- Dostosowanie i poprawa narzędzi wyszukujących treści na stronie www oraz ułatwiających nawigację. Wyszukiwarka taka musi obsługiwać synonimy słów.

- Szkolenie z zakresu obsługi CMS’a na którym zostanie oparta strona dla wskazanych 3 pracowników Gminy Lubawka. Czas szkolenia do 4-rech godzin. Zamawiający zapewnia salę i sprzęt do przeprowadzenia szkolenia szkolenie musi przewidywać również omówienie podstawowych wytycznych do WCAG i sposób redagowania treści uwzględniający te wytyczne.

- informacja o dofinansowaniu zgodna z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska-Polska.

- Modyfikacja, aktualizacja i integracja panelu wprowadzania treści do serwisu.

- Wsparcie dla co najmniej 99% czasu bezawaryjnej pracy serwisów w godz. od 7.30 - 16.30 w dni powszednie i 90% czasu średniej dostępności w pozostałym czasie.

- Utrzymanie na odpowiednim poziomie bezpieczeństwa dostępu do redagowania strony.

- Możliwość edycji treści strony będzie możliwa dla właściwego poziomu uprawnień. Proponowany system CMS musi umożliwiać spójne zarządzanie użytkownikami z podziałem na role administratora, redaktora, autora i współpracownika serwisu.

- Archiwizacja serwisów w cyklach dziennych ze zdalnym dostępem dla wskazanego – uprawnionego pracownika Gminy Lubawka. Umożliwienie dostępu do bazy i folderu serwisu jak i prawa administracyjne do systemu wprowadzania treści.

- Przeniesienie praw autorskich do projektu graficznego i funkcjonalnego strony internetowej oraz licencji niewyłącznej na czas nieokreślony na oprogramowanie oraz do wykonanych dzieł w ramach zawartej umowy - zgodnej z niniejszym SIWZ.

- Serwis musi być skalowalny w przeglądarkach internetowych na urządzeniach mobilnych we wszystkich popularnych platformach takich jak Android, iOS oraz Windows Phone.

- Przygotowanie modułów w ramach zaproponowanego CMS’a ułatwiających publikację i integrację treści z portalem społecznościowym Facebook. W tym w szczególności:

a) widoczny link do strony Gminy Lubawka znajdującej się na portalu Facebook: https://www.facebook.com/gminalubawka/,

b) pod każdym artykułem/stroną musi być możliwość polubienia i/lub udostępnienia na Facebook.

- Zgodnie z wytycznymi Krajowych Ram Interoperacyjności strona służąca prezentacji zasobów informacji i eksploatowana przez podmioty realizujące zadania publiczne musi być dostosowana do wymagań WCAG 2.0 na poziomie nie mniejszym niż AA.

- Strona musi gromadzić statystyki na temat odwiedzających ją użytkowników. Wskazane rozwiązanie Google Analytics lub równoważne funkcjonalnie. Narzędzie musi umożliwiać wysyłanie na wskazany adres zamawiającego cyklicznie zestawień statystyk strony w różnych przekrojach.

- Strona będzie prezentować treści w trzech językach polskiej, czeskiej i angielskiej.

- Wykonawca będzie ponosić wszelkie koszty związane przygotowania projektów graficznych (infografik), koszty dzierżawy nowego serwera host’ującego

- Termin realizacji ustala się na 8 tygodni od dnia podpisania umowy na wykonanie przedmiotu zamówienia. W tym czasie nowa strona internetowa musi zostać opublikowana. - Następnie Wykonawca na miesiąc przez zakończeniem projektu tj. do 31.12.2020 r. zapewni wsparcie przy przeniesieniu strony www we wskazane przez Zamawiającego miejsce.

1. **Opracowanie sprawozdań z realizacji**

Wykonawca zobowiązany jest do sporządzania raportów z przeprowadzonych działań dla każdego z elementów opisanych w punktach od b do i zgodnie z punktem 7 „założeń dla wszystkich części zamówienia”.