

**Załącznik nr 1 do SIWZ
nr ZP/1/2012/R**

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA
zwany w dalszej części „SOPZ”

A. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest stworzenie opracowania pn. „Program promocji i rozwoju tras rowerowych w Polsce Wschodniej na lata 2013-2020”, zwanego dalej Programem, w zakresie realizacji projektu „Trasy Rowerowe w Polsce Wschodniej - promocja” Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013, Oś priorytetowa V: Zrównoważony rozwój potencjału turystycznego opartego o warunki naturalne, Działanie V.2 Trasy rowerowe – komponent promocja tras rowerowych, zwanego dalej „Projektem”, uwzględniającego poniższe założenia.

B. Uwarunkowania realizacji przedmiotu zamówienia

Program stanowić będzie podstawę merytoryczno-techniczną wdrożenia komponentu promocyjnego dla projektu „Trasy Rowerowe w Polsce Wschodniej” Programu Operacyjnego Polski Wschodniej, który jest obecnie realizowany, jako projekt infrastrukturalny, na obszarze województw świętokrzyskiego, podlaskiego, podkarpackiego, lubelskiego oraz warmińsko-mazurskiego. Szczegółowe informacje o projekcie infrastrukturalnym znajdują się pod adresem internetowym:

<http://www.polskawschodnia.gov.pl/Projekty/calatrasa/StronyOpisprojektu.aspx>

Projekt infrastrukturalny obejmuje:

- wytyczanie i oznakowanie tras rowerowych o długości blisko 2000 km, które umożliwią bezpieczne przemieszczanie się turysty rowerowego oraz połączą miejsca kluczowe z punktu widzenia ruchu rowerowego (dworce kolejowe, autobusowe, parkingi, atrakcje turystyczne),

- budowę i montaż podstawowej infrastruktury towarzyszącej tj. stojaków na rowery, wiat postojowych, wiat widokowych, itp. oraz innych urządzeń niezbędnych do zapewnienia bezpiecznego przejazdu po drogach (ścieżkach) rowerowych realizowanych w ramach projektu.

C. Celowość realizacji przedmiotu zamówienia

1. Celem głównym realizacji Programu jest wskazanie zakresu, sposobów i metod komunikacji marketingowej infrastruktury wytworzonej w ramach projektu „Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego, a także rekomendacja działań, mających na celu rozwój tego produktu. Rekomendacja działań w zakresie komunikacji marketingowej oraz rozwoju produktu powinny opierać się o szczegółową analizę rynku poprzedzoną przeprowadzeniem badań.
2. Cel główny Programu obejmuje następujące cele szczegółowe:
 - a) aktywizacja społeczna mieszkańców i wykorzystanie silnego poczucia identyfikacji z regionem;
 - b) pobudzenie i wykorzystanie przedsiębiorczości mieszkańców,
 - c) zwiększenie liczby turystów i inwestorów,
 - d) szczegółowe rozpoznanie rynku turystycznego w zakresie atrakcyjności turystyki rowerowej makroregionu Polski Wschodniej,
 - e) stworzenie i rozwój nowego atrakcyjnego i konkurencyjnego produktu turystycznego obszaru makroregionu Polski Wschodniej,
 - f) określenie wizji oraz wskazanie głównych kierunków w sferze promocji oraz komunikacji produktu turystycznego „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”,
 - g) skuteczne podniesienie konkurencyjności oferty turystycznej i inwestycyjnej regionów Polski Wschodniej.

D. Szczegółowa struktura i zawartość treści przedmiotu zamówienia

Opracowany przez Zamawiającego Program obejmować będzie treść w podziale na poniższe obszary tematyczne - rozdziały:

- I. Przeprowadzenie i analiza wyników badań wizerunkowo-jakościowych pod kątem turystyki rowerowej.
- II. Założenia analityczne dla komunikacji i rozwoju „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.
- III. Plan komunikacji marketingowej „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.
- IV. Rekomendacje kierunków i działań w zakresie rozwoju produktu turystycznego „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej”.
- V. Dokumentacja wdrożeniowa Programu.

I. Przeprowadzenie i analiza wyników badań wizerunkowo-jakościowych pod kątem turystyki rowerowej

Celem przeprowadzenia badań jest określenie profilu potencjalnego turysty, jego preferencji w zakresie tworzenia i rozwoju przygotowywanego produktu turystycznego, ustalenie obecnego i pożądanego wizerunku makroregionu Polski Wschodniej w zakresie turystyki rowerowej, a także określenie efektywnych narzędzi do precyzyjnej komunikacji marketingowej. Badania te przeprowadzone zostaną na rynku wewnętrznym – makroregion Polski Wschodniej, jak również na rynkach emisyjnych dla makroregionu Polski Wschodniej w celu uzyskania jak najdokładniejszego obrazu potrzeb turystów w zakresie funkcjonowania „Trasy Rowerowej w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.

Badania powinny zostać przeprowadzone przez Wykonawcę zgodnie z poniższymi wymaganiami:

- a) Zakres merytoryczny badania:
 - określenie preferencji klientów w zakresie wyboru produktów turystyki rowerowej w Polsce,

- określenie wielkości i struktury popytu na produkty turystyki rowerowej w Polsce,
 - określenie wrażliwości cenowej klientów turystyki rowerowej w Polsce w zakresie produktów turystyki rowerowej oraz elementów tych produktów (nie mniej niż 2),
 - określenie preferowanych przez klientów turystyki rowerowej w Polsce (najskuteczniejszych) form komunikacji marketingowej (informacji i promocji),
 - określenie cech produktu turystyki rowerowej decydujących o jego wyborze przez klienta w Polsce.
- b) Metodologia badań ilościowych:
- badanie przeprowadzone metodą CATI lub CAWI,
 - dobór próby losowy, prosty wśród osób jeżdżących na rowerze rekreacyjnie i/lub turystycznie (co najmniej raz w tygodniu), min. liczebność próby $N = 1000$, przy 50% frakcji,
 - wymagane dane metryczkowe (statystyczne):
 - o podział ze względu na wiek,
 - o podział ze względu na poziom dochodu netto (na 1 członka rodziny),
 - o podział ze względu na płeć,
 - o podział ze względu na miejsce zamieszkania (miasto: małe, średnie, duże; obszar nieurbanizowany),
 - o podział ze względu na częstotliwość aktywności fizycznej (co najmniej 1 h - raz w tygodniu, kilka razy w tygodniu (3-5), codziennie).

Rokiem bazowym dla badań ilościowych będzie rok 2011.

- c) Metodologia badań jakościowych:
- badanie przeprowadzone metodą IDI lub FGI,
 - badanie przeprowadzone na co najmniej 5 % próby badania ilościowego.

Przedmiotem badań jakościowych będzie zakres Rozdziału III w szczególności dotyczący elementów systemu identyfikacji wizualnej oraz kanałów i narzędzi komunikacji marketingowej.

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie (załącznik nr 7 do SIWZ), w odniesieniu do wymagań przedstawionych powyżej, wybranej metodologii badań wraz z uzasadnieniem jej wyboru pod kątem realizacji przedstawionej celowości badań.

II. Założenia analityczne dla komunikacji i rozwoju „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.

Rozdział ten obejmować będzie zbiór i analizę informacji niezbędnych do skutecznego i efektywnego przygotowania oraz wdrażania działań promocyjnych „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”, a także ich rozwoju w zakresie tworzenia produktu i oferty turystycznej. Rozdział stanowi niezbędny element dla wszystkich rekomendacji działań i propozycji w zakresie wydatkowania środków, określonych w kolejnych rozdziałach niniejszego dokumentu.

Dla potrzeb opracowania rozdziału Wykonawca przeprowadzi analizę popytu turystycznego wraz z prognozą zmian, a także analizę specyfiki podażowej obszaru przebiegu trasy rowerowej do 2020 roku. Przeprowadzona analiza efektywności turystycznej powinna wykazać posiadane zasoby, stopień ich wykorzystania oraz możliwość i realność podniesienia konkurencyjności turystycznej „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.

Wykonawca na podstawie przeprowadzonych analiz powinien uzyskać również informacje dotyczące atrakcyjności turystycznej, istniejącej infrastruktury turystycznej i towarzyszącej, obiektów rekreacyjnych i kultury, które można wykorzystać zarówno do komunikacji jak i wzmocnienia potencjału „Trasy Rowerowej w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego.

W opracowaniu niniejszego rozdziału Wykonawca uwzględni m.in.:

- wyniki i analizę badań wykonanych przez Wykonawcę na potrzeby realizacji niniejszego zamówienia, o których mowa w Rozdziale I niniejszego dokumentu,
- ”Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej”, stanowiące **Załącznik nr 1** do SOPZ.

Od Wykonawcy oczekuje się również analizy zebranych we własnym zakresie dodatkowych materiałów źródłowych, badań i danych statystycznych niezbędnych do prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia.

Struktura merytoryczna rozdziału obejmować będzie:

1. Analizę specyfiki i potencjału popytu w zakresie turystyki rowerowej pod kątem produktu turystycznego w Polsce oraz na kluczowych rynkach Europy zawierającą:
 - a) generalny wolumen rynku
Wykonawca przeprowadzi analizę wielkości potencjalnego popytu w odniesieniu do liczby sprzedawanych rowerów w Polsce i w Europie (kluczowe rynki zgodne z „Marketingową strategią Polski w sektorze turystyki do 2015 roku”).
 - b) obszary emisyjne
Wykonawca określi obszary geograficzne (w układzie: państwa, regiony, miasta), z których realizowane są lub mogą być przyjazdy turystów celem skorzystania z „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”.
 - c) wielkość i charakterystyka grup docelowych w Polsce
Wykonawca zdefiniuje w sposób szczegółowy grupy osób – potencjalnych użytkowników „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” z Polski, określając zarówno liczebność poszczególnych grup, jak i ich profil

społeczny, potencjał ekonomiczny (siłę nabywczą) oraz motywację do przyjazdu.

- d) szacowanie wielkości i charakterystyki grup docelowych w Europie
Wykonawca zdefiniuje w sposób szczegółowy grupy osób – potencjalnych użytkowników „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” z wybranych krajów Europy (ppkt a), określając zarówno liczebność poszczególnych grup, jak i ich profil społeczny, potencjał ekonomiczny (siłę nabywczą) oraz motywację do przyjazdu.
- e) określenie wydatków turystów oraz progów wrażliwości cenowej
Wykonawca określi strukturę oraz bezwzględną i procentową wielkość wydatków potencjalnych turystów – użytkowników „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” w układzie grup docelowych (zgodnie z ppkt c i d) wraz ze wskazaniem średniej wartości oferty (wyjazd weekendowy, 5-dniowy, 7 - 14 dniowy) nabywanej przez zainteresowane osoby.
- f) określenie dynamiki rozwoju rynku
Wykonawca określi przyrost w zakresie poszczególnych zdefiniowanych grup docelowych (ppkt c i d) wraz ze wskazaniem grup niszowych oraz ich dynamiki wzrostu.

2. Analizę specyfiki i wolumenu podaży w zakresie turystyki rowerowej pod kątem produktów i ofert turystycznych w Polsce i Europie obejmującą:

- a) liczbę firm w Polsce i Europie sprzedających oferty turystyki rowerowej
Wykonawca przeanalizuje i wskaże liczbę firm wraz ze wskazaniem podmiotów rynkowo dominujących w zakresie ofert turystyki rowerowej. Przygotowana lista kluczowych podmiotów stanowić będzie podstawę do działań w zakresie komercjalizacji „Tras rowerowych Polski Wschodniej” jako produktu turystycznego.
- b) charakterystykę najpopularniejszych ofert turystyki rowerowej
Wykonawca przeanalizuje m.in. pod kątem ekonomicznym (cena oferty) geograficznym, przebiegu trasy, atrakcyjności turystycznej oraz odbiorcy

docelowego najpopularniejsze skomercjalizowane oferty turystyczne skierowane do rowerzystów w Polsce i w Europie.

c) określenie proggu wejścia i okresu zwrotu z inwestycji

Wykonawca przedstawi na przykładach cykl rynkowego funkcjonowania i rozwoju w pełni skomercjalizowanego produktu turystyki rowerowej w Polsce (nie mniej niż 2) i w Europie (nie mniej niż 2).

d) określenie sposobów i metod komercjalizacji infrastruktury rowerowej

Wykonawca przedstawi przykłady w pełni skomercjalizowanego produktu w postaci długodystansowej trasy turystyki rowerowej w Europie (nie mniej niż 2).

3. Analiza atrakcyjności turystycznej produktu.

a) inwentaryzacja atrakcji oraz infrastruktury w zakresie korytarza „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”

Wykonawca przeprowadzi w oparciu o wskazane przez Zamawiającego materiały oraz własną empiryczną analizę inwentaryzację atrakcji turystycznych oraz bazy noclegowo-gastronomicznej w ramach korytarza "Tras rowerowych w Polsce Wschodniej".

b) inwentaryzacja atrakcji w ramach infrastruktury uzupełniającej

Wykonawca przeprowadzi w oparciu o wskazane przez Zamawiającego materiały oraz własną empiryczną analizę inwentaryzację atrakcji turystycznych oraz bazy noclegowo-gastronomicznej w ramach tras łączących się z korytarzem „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”. Orientacyjna lista turystycznych szlaków i ścieżek rowerowych łączących się z korytarzem głównym „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” stanowi **załącznik nr 2** do SOPZ.

c) analiza dostępności transportowej (transport zbiorowy i indywidualny)

Wykonawca zobowiązany jest do zebrania i przeanalizowania informacji nt. dostępności, z ustalonych z Zamawiającym miejsc emisji ruchu turystycznego z Polski (nie mniej niż 5) i Europy (nie mniej niż 5), nie mniej

niż 5 punktów (miejscowości) dystrybucji ruchu turystycznego w ramach „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego. Analiza ta powinna dotyczyć ruchu lotniczego, kolejowego, autobusowego oraz samochodowego, przy czym w przypadku zbiorowego transportu w Polsce należy uwzględnić możliwość przewozu roweru. Analiza zawierać powinna m.in. czas, oraz średni koszt dostępności transportowej w odniesieniu do poszczególnych rodzajów środków transportu tj.: lotniczego, kolejowego, autobusowego, samochodowego.

- d) określenie wyróżników atrakcyjności dla całego produktu oraz poszczególnych regionów lub odcinków (USPs)

Wykonawca określi, wraz z uzasadnieniem, miejsca oraz odcinki „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” w układzie poszczególnych regionów, które stanowić będą podstawę rozwoju ofert turystycznych oraz komunikacji marketingowej.

Lokalizacja zinwentaryzowanych atrakcji turystycznych, bazy noclegowo-gastronomicznej, a także przebieg turystycznych szlaków i ścieżek rowerowych, w odniesieniu do trasy głównej powinny zostać naniesione na mapę turystyczną w skali nie mniejszej niż 1:50 000.

III. Plan komunikacji marketingowej „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej” jako produktu turystycznego

Rozdział ten obejmuje opracowanie założeń szczegółowej strategii komunikacji oraz narzędzi jej wdrażania i monitorowania zarówno na etapie realizacji projektu infrastrukturalnego, jak również po jego zakończeniu dla produktu turystycznego „Tras Rowerowych w Polsce Wschodniej”. Plan komunikacji przygotowany w niniejszym rozdziale przez Wykonawcę wyraźnie rozdzielać musi charakter komunikacji:

- **wewnętrzną** – założenia i sposób realizacji działań w tym zakresie skierowany będzie przede wszystkim do mieszkańców regionów, przez które „Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej” będą przebiegać. Komunikacja powinna być ukierunkowana na internalizację przez mieszkańców celowości inwestycji infrastrukturalnej oraz szans z niej płynących dla społeczności lokalnych województw podkarpackiego, podlaskiego, lubelskiego, świętokrzyskiego oraz warmińsko-mazurskiego.
- **zewnętrzną** – założenia i sposób prowadzenia komunikacji w tym zakresie obejmować będzie docelowe grupy potencjalnych turystów, zgodnie z wynikami części analitycznej, którzy są lub mogą być zainteresowani aktywną formą wypoczynku związaną z „Trasami rowerowymi w Polsce Wschodniej”.

W zakresie obu obszarów komunikacji tj. wewnętrznej i zewnętrznej Wykonawca zobowiązany jest do rozróżnienia charakterystyki działań komunikacyjnych w czasie pomiędzy okresami:

- **inwestycyjnym** - do czasu zakończenia realizacji budowy infrastruktury „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” (do 31 grudnia 2015 roku).
- **poinwestycyjnym** - od czasu zakończenia budowy infrastruktury „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” tj. w okresie od 1 stycznia 2016 do 31 grudnia 2020 roku.

W konsekwencji powyższego Wykonawca opracowując rozdział uwzględni wymogi charakteru i czasu komunikacji w następującym podziale merytorycznym:

1. Opracowanie założeń strategicznych uwzględniających dane z części analitycznej niniejszego opracowania oraz dokumentów powiązanych.

Wykonawca określi szczegółową strukturę celowości działań komunikacyjnych wskazując na kluczowe rozwiązania niezbędne dla ich

osiągnięcia oraz rzeczywiste wartości docelowe określające skuteczność komunikacyjną.

a) Określenie celów działań komunikacyjnych

Wykonawca określi w sposób szczegółowy podstawowe cele dla całej kampanii, jej poszczególnych obszarów wynikających ze specyfiki i czasu realizacji zadań inwestycyjnych oraz przeanalizowanych grup docelowych.

b) Określenie mierników oraz sposobu pomiaru realizacji celów

Wykonawca opracuje zestaw rzeczywistych wskaźników realizacji celów komunikacyjnych wraz ze wskazaniem realnych wartości docelowych uwzględniających dobór kanałów komunikacyjnych.

2. Opracowanie zestawu narzędzi do komunikacji marketingowej.

Wykonawca zobowiązany jest do zaproponowania szczegółowych rozwiązań produktowych funkcjonujących na rynku mediowym oraz określenia strategii wdrożeniowej działań komunikacyjnych.

a) Rekomendacje rozwiązań mediowych dla kanałów komunikacji

Wykonawca zobowiązany jest do zaproponowania co najmniej 5 rekomendacji (w tym 1 kreatywna) produktów dla każdego z następujących kanałów promocyjnych:

- telewizja,
- radio,
- media drukowane,
- internet (w tym portal turystyczny),
- reklama zewnętrzna,
- reklama ambientowa,
- wydawnictwa,
- imprezy targowe,

- wydarzenia promocyjne (w tym eventy),
- inne materiały reklamowe (w tym gadżety),
- public relations,
- inne zaproponowane przez Wykonawcę

wraz ze szczegółowym opisem realizacji konkretnych działań oraz uzasadnieniem efektywności proponowanych rozwiązań (CPP / CPT), a także szacunkowym kosztorysem.

Proponowane przez Wykonawcę rekomendacje w szczególności w zakresie działań PR, powinny uwzględniać analizę potrzeb i celów wynikających z komponentu inwestycyjnego projektu „Trasy Rowerowe w Polsce Wschodniej”. Zawarte w niniejszej części opracowania propozycje wyznaczać będą ciągłość komunikacji postępu realizacji inwestycji, dlatego wymagane jest ich zaprojektowanie w sposób ciągły (jednostajny rytm relacji mediowych) wraz z uwzględnieniem komentarzy „ad hoc”.

- b) Opracowanie harmonogramu wdrożenia działań komunikacyjnych wraz z kosztorysem

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania szczegółowego media planu, zgodnie ze sztuką marketingu, w zakresie uzgodnionych z Zamawiającym rekomendacji mediowych wymienionych w ppkt a, określając dla dobranych narzędzi koszt ich realizacji aktualny na czas przygotowania media planu.

3. Opracowanie systemu identyfikacji, komunikacji wizualnej i treściowej dla produktu „Trasy Rowerowe w Polsce Wschodniej”

Wykonawca zobowiązany będzie do przygotowania kompletnego i spójnego systemu identyfikowania oraz komunikowania „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” jako skomercjalizowanego produktu turystycznego. System ten stanowić będzie podstawowy element spajający działania w zakresie



marketingu wewnętrznego i zewnętrznego oraz okresy przed- i poinwestycyjny.

a) Opracowania nazwy handlowej produktu

Wykonawca zobowiązany będzie do kreacji, konsultacji i zbadania marketingowo jednej nazwy identyfikującej „Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej” jako atrakcyjny produkt turystyczny dostępny w postaci ofertowej na rynku. Wykonawca zobowiązany będzie do opracowania co najmniej 15 propozycji nazw, przeprowadzenia ich rzetelnego badania fokusowego, a następnie skonsultowania z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązany jest do włączenia przedstawicieli Zamawiającego w proces kreacyjny. Opracowywanie nazwy handlowej przez Wykonawcę musi wiązać się z rezerwacją przez niego domen internetowych dla ich zakupu przez Zamawiającego po ustaleniu ostatecznej nazwy.

b) Opracowanie hasła promocyjnego

Wykonawca zobowiązany będzie do kreacji, konsultacji i zbadania marketingowo zestawu haseł promujących „Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej” dla całości komunikacji w zakresie marketingu wewnętrznego i zewnętrznego oraz okresów przed- i poinwestycyjnych (warianty). Zestaw haseł powinien dla każdego z wariantów obejmować „headline” oraz „call to action”. Wykonawca zobowiązany będzie do opracowania co najmniej 10 propozycji zestawów, przeprowadzenia ich rzetelnego badania fokusowego, a następnie skonsultowania z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązany jest do włączenia przedstawicieli Zamawiającego w proces kreacyjny.

c) Opracowanie logotypu

Wykonawca zobowiązany będzie do kreacji, konsultacji i zbadania marketingowo logotypu dla „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”. Wykonawca zobowiązany będzie do opracowania co najmniej

10 propozycji logotypów, przeprowadzenia ich rzetelnego badania fokusowego, a następnie skonultowania z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązany jest do włączenia przedstawicieli Zamawiającego w proces kreatywny.

W wyniku realizacji tego elementu zamówienia Wykonawca zobowiązany jest przygotować:

- 1) katalog elementów bazowych tożsamości wizualnej produktu, w tym m.in.: określenie i skatalogowanie kolorystyki logotypu promocyjnego według podstawowych systemów (w tym: CMYK, RGB, PANTONE, RAL, skala szarości) również w zestawieniu z nazwą handlową i hasłem promocyjnym; określenie precyzyjnych zasad wykorzystywania i ewentualnego współwystępowania znaku promocyjnego, określenie typografii dla różnych form komunikacji (urzędowa, promocyjna). Grafika powinna zostać opracowana w formatach: AI, CDR, JPG, EPS, BMP oraz PDF.
- 2) katalog jednolitego systemu identyfikacji wizualnej zawierający projekty następujących elementów:
 - bilety wizytowe, papiery korespondencyjne,
 - koperty, teczki, zaproszenia,
 - oznakowanie turystyczne trasy rowerowej,
 - dyplomy i papeterie poczty elektronicznej,
 - prezentacje Power Point,
 - foldery informacyjne np. raporty, sprawozdania, opracowania,
 - wydawnictwa promocyjne,
 - serwisy www - kolorystyka, rozmieszczenie i wygląd kluczowych elementów,
 - banery internetowe, reklamy outdoor, wielkoformatowe,
 - ogłoszenia prasowe, reklamy prasowe,

- roll-upy, plakaty i banery umieszczane podczas imprez i wydarzeń,
- gadżety reklamowe i torby na upominki,
- zasady i procedury przyznawania prawa posługiwania się elementami tożsamości wizualnej,
- inne elementy zaproponowane przez Wykonawcę (co najmniej 2 propozycje).

Projekty powinny zostać opracowane w formatach: AI, CDR, JPG, EPS, BMP oraz PDF.

W ramach realizacji niniejszej części przedmiotu zamówienia Wykonawca uwzględni Zasady promocji projektów dla Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013 stanowiące **Załącznik nr 3** do SOPZ.

4. Opracowanie wskaźników monitorowania planu marketingowego

Wykonawca wskaże rodzaje wskaźników skuteczności i efektywności dla każdego z zaproponowanych przez Wykonawcę narzędzi marketingowych (produktów), określając także minimalną oczekiwaną wartość dla każdego z nich.

IV. Rekomendacje kierunków i działań w zakresie rozwoju produktu turystycznego „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”.

Rozdział ten określać będzie szczegółowo rekomendacje w zakresie kierunków oraz sposobu wdrażania działań na rzecz stworzenia produktu i oferty turystycznej „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”, zarówno w kontekście działań promocyjnych, jak i dalszego rozwoju infrastruktury, a także mechanizmów rozwoju i komercjalizacji produktu turystycznego. Wykonawca w zakresie tego rozdziału zobowiązany jest do przedstawienia rozwiązań w podziale na okresy:

- wdrażania i promocji Projektu do 31 grudnia 2015 roku,

- rozwoju i marketingu produktu w okresie trwałości Projektu tj. w okresie od 1 stycznia 2016 do 31 grudnia 2020 roku.

Należy podkreślić, że Projekt w zakresie rekomendacji kierunków i działań obejmować będzie m.in. kwestie finansowego utrzymania infrastruktury, w tym oznakowania turystycznego trasy rowerowej oraz portalu turystycznego. Kwestie te opierać się muszą na rzeczywistych, realizowanych już rozwiązaniach wdrożeniowych w tym zakresie prowadzonych w Polsce lub Europie na poziomie co najmniej subregionalnym. W konsekwencji proponowanych przez Wykonawcę rozwiązań Wykonawca określi rodzaj i wielkość nakładów inwestycyjnych, ale także koszty ich utrzymania w latach 2016-2020.

Wykonawca w zakresie niniejszego rozdziału zobowiązany jest do opracowania systemu rozwiązań w zakresie kompleksowego rozwoju produktu w oparciu o „Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej” obejmujący:

1. Określenie lokalizacji infrastruktury uzupełniającej „Trasy rowerowej w Polsce Wschodniej”

Wykonawca będzie zobowiązany do wskazania miejsc dla lokalizacji kluczowej infrastruktury dla turystów rowerowych, uwzględniając specyfikę turystyki rowerowej oraz obecnie funkcjonującą infrastrukturę. Wykonawca ma przygotować w postaci dokumentacji technicznej propozycje lokalizacji:

- a) parkingów rowerowych;
- b) wypożyczalni rowerów;
- c) oznakowania atrakcji turystycznych;
- d) oznakowania turystycznego trasy rowerowej.

Propozycje lokalizacji dotyczyć powinny przede wszystkim wskazania miejscowości w zakresie korytarza przedmiotowej trasy rowerowej wraz ze wskazaniem proponowanej specyfiki tj. zakresu oferowanych w poszczególnych miejscach usług, określanych przez Wykonawcę

w odniesieniu do potencjalnego natężenia ruchu turystycznego. Orientacyjne lokalizacje infrastruktury o której mowa w niniejszym punkcie powinny zostać naniesione na mapę turystyczną w skali nie mniejszej niż 1:50 000.

2. Opracowanie koncepcji stworzenia i rozwoju produktu turystycznego „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”

Koncepcja musi obejmować zarówno podstawowe założenia strategiczne, etapy tworzenia i rozwoju wraz ze szczegółowym planem wdrożeniowym wskazującym nie tylko działania, ale także realne źródła ich finansowania oraz kluczowe podmioty realizujące, w tym:.

a) Założenia strategiczne produktu turystycznego „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”

Wykonawca powinien opracować założenia strategiczne na bazie badań oraz analiz przeprowadzonych w ramach części analitycznej niniejszego opracowania, a w szczególności określić szczegółowo:

- 1) rdzeń produktu,
- 2) produkt rzeczywisty,
- 3) produkt poszerzony;
- 4) sposoby i procedury komercjalizacji produktu.

b) Określenie produktów uzupełniających dla produktu podstawowego w podziale na grupy (np. aktywne, kulturowe, turystyki wiejskiej, inne).

Wykonawca powinien zdefiniować i opisać stan i stopień rozwoju produktów uzupełniających, potencjalnych lub funkcjonujących, w korytarzu „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”. Dotyczy to również charakterystyki infrastruktury turystycznej oraz okołoturystycznej oraz możliwości powiązania tych że produktów z produktem turystycznym „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”.

c) Określenie metod i struktury bieżącego zarządzania produktem i ofertą turystyczną „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”

Wykonawca zobowiązany jest do wskazania podmiotów ze szczególnym uwzględnieniem jednostek samorządu terytorialnego, określenia ich relacji oraz procedur współpracy, uwzględniając następujące obszary zarządzania produktem turystycznym:

- 1) kontrola i utrzymanie infrastruktury w okresie trwałości projektu (m.in. oznakowania turystycznej trasy głównej, oznakowania atrakcji turystycznych, wypożyczalni rowerów oraz portalu turystycznego);
- 2) bieżące zbieranie informacji o charakterze turystycznym;
- 3) przygotowywanie i sprzedaż ofert turystycznych;
- 4) przewyciężanie sezonowości.

Ponadto Wykonawca powinien także przedstawić harmonogram wdrożeniowy systemu zarządzania w podziale na okresy inwestycyjny i poinwestycyjny przedmiotowej trasy rowerowej.

- d) Określenie metod i podmiotów współpracy w zakresie sprzedaży usług i ofert turystycznych

Wykonawca zobowiązany będzie do szczegółowego określenia, w tym w zakresie rozwiązań prawnych, współpracy z przedstawicielami branży turystycznej odnośnie pakietowej sprzedaży usługi ofert turystycznych powiązanych z funkcjonowaniem „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”. Wykonawca powinien wskazać rozwiązania systemowe wraz z przykładowym strukturą, regulaminem i wzorcowymi dokumentami niezbędnymi dla wdrożenia tego typu rozwiązań. Wykonawca powinien także przedstawić harmonogram wdrożeniowy systemu w podziale na okresy inwestycyjny i poinwestycyjny. Koncepcja w tym zakresie powinna uwzględniać jak najszersze grono podmiotów zewidencjonowanych przez Wykonawcę i zakładać w rozwiązaniach udział co najmniej:

- 1) branży turystycznej;
- 2) punktów i centrów informacji turystycznej;

- 3) jednostek samorządu terytorialnego;
 - 4) inne instytucje, w tym organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą.
- e) Określenie metod i struktury zarządzania jakością produktu

Wykonawca w zakresie budowy systemu zarządzania jakością produktu zobowiązany będzie do określenia zarówno autorskich standardów do oceny stanu i utrzymania szlaków i ścieżek rowerowych jak i implementacji funkcjonujących standardów jakościowych jako wspierających budowę marki produktu poprzez jakość. Istotą planowanych działań jest stworzenie spójnej sieci szlaków rowerowych Polski Wschodniej funkcjonujących w systemie kręgosłupa (trasa główna) oraz ości (trasy dochodzące). Wykonawca powinien także przedstawić harmonogram wdrożeniowy systemu w podziale na okresy inwestycyjny i poinwestycyjny. W budowie jednego spójnego systemu zarządzania jakością produktu należy uwzględnić następujące obszary:

- 1) certyfikacja standardu szlaków i ścieżek rowerowych;
 - 2) certyfikacja „przyjazny rowerom”;
 - 3) certyfikacja „Ecolabel” lub równoważna;
 - 4) certyfikacja pamiątek.
- f) Rekomendacja metod i podmiotów w zakresie utrzymania trwałości infrastruktury i usług w ramach produktu turystycznego
- Wykonawca zobowiązany jest zaproponować systemowe działania wraz z planem realizacji w zakresie utrzymania odpowiedniej jakości produktu turystycznego przez podmioty koordynujące w zakresie infrastruktury rowerowej (wypożyczalnie rowerów, oznakowanie turystyczne trasy rowerowej, oznakowanie atrakcji turystycznych oraz portal turystyczny), jak i usług wygenerowanych i oferowanych w sposób ponadregionalny. Wykonawca będzie musiał ocenić realny czas degradacji infrastruktury oraz sposoby i harmonogram jej konserwacji. Dotyczy to okresu

poinwestycyjnego w zakresie „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej” i obejmować powinno co najmniej:

- 1) określenie działań w zakresie utrzymania podstawowej infrastruktury i usług produktu turystycznego;
- 2) określenie rozwiązań prawnych w zakresie wdrożenia działań;
- 3) określenie zweryfikowanej listy podmiotów prywatnych i publicznych – potencjalnych partnerów.

IV. Dokumentacja wdrożeniowa Programu

Opracowanie dokumentacji wdrożeniowej obejmuje realizację wszystkich elementów zaproponowanych przez Wykonawcę w rozdziałach I-III przedmiotu zamówienia i Wykonawca zobowiązany jest w odniesieniu do zaproponowanych zadań określić odrębnie:

1. wskaźniki, harmonogram rzeczowo-finansowy, plan finansowy oraz kategorię wydatków. Informacje te powinny zostać przedstawione w sposób zbiorczy dla całego Programu – przedmiotu zamówienia w formie tabelarycznej, zgodnie ze wzorami, określonymi w **Załącznikach nr 4-7** do SOPZ. Wykonawca zobowiązany jest do wskazania w dokumentacji wdrożeniowej takich działań, i ich kosztów, których realizacja zaplanowana przy współdziałaniu finansowym z Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej mieścić się będzie w zaprogramowanych ramach finansowych; strukturę i sposób utrzymania trwałości projektu w zakresie instytucjonalnym, finansowym i organizacyjnym;
2. czynniki ryzyka procesu wdrożeniowego oraz sposoby ich przewyżczenia;
3. wpływ i zgodność zakresu działań – zadań przewidzianych Programem z politykami horyzontalnymi UE w zakresie:
 - a) równych szans,
 - b) społeczeństwa informacyjnego,

- c) ochrony środowiska (także w zakresie przeprowadzenia procedury stwierdzającej konieczność lub brak konieczności przeprowadzenia oceny oddziaływania na środowisko),
- d) konkurencji,
- e) zamówień publicznych,
- f) zatrudnienia,
- g) efektywności energetycznej.

E. Założenia sposobu realizacji przedmiotu zamówienia

1. Konsultacje przedmiotu zamówienia

a) Zespół konsultacyjny Wykonawcy

Zgodnie z kryteriami dopuszczającymi postępowania zamówienia publicznego Wykonawca jest zobowiązany do powołania zespołu wykonawczego, złożonego przynajmniej z 4 osób, odpowiedzialnych za realizację zamówienia. Wymagania w zakresie kompetencji oraz doświadczenia zawodowego członków zespołu zostały wskazane w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Skład tego Zespołu zostanie przedstawiony przez Wykonawcę w jego ofercie.

Termin wykonania zamówienia: 180 dni liczone od daty podpisania umowy. Przez wykonanie zamówienia rozumie się złożenie przez Wykonawcę do odbioru kompletnego Programu w jego ostatecznej i uzgodnionej wersji, zawierającej wszelkie zgłoszone w terminie uwagi Zamawiającego.

Wykonawca w terminie 7 dni, licząc od daty zawarcia umowy przygotowuje harmonogram prac zespołu wykonawczego celem uzgodnienia z Zamawiającym terminów opracowania i zakończenia poszczególnych elementów przedmiotu zamówienia. Harmonogram ten powinien obejmować co najmniej:

- 1) przedstawienie harmonogramu oraz metodyki przeprowadzenia kolejnych zadań – oba elementy muszą uwzględniać fakt prowadzenia badań przez Wykonawcę, realizacji analiz oraz konsultacji z Zamawiającym oraz partnerami projektu. Należy podkreślić, że zaakceptowany przez Zamawiającego harmonogram oraz metodyka stanowiąc będą podstawę do etapowego merytorycznego oraz finansowego rozliczania realizacji przedmiotu zamówienia. Zamawiający przewiduje odbiór prac nad przedmiotem zamówienia w sposób modułowy, tj. po całkowitym dopracowaniu poszczególnych elementów i etapów przewidzianych zamówieniem oraz zaakceptowanym harmonogramem realizacji zadań.

Przygotowując harmonogram Wykonawca uwzględni warunek, że rozdział I, II i III musi zostać przedstawiony do odbioru, nie później niż w ciągu 120 dni od momentu podpisania umowy.

W ramach realizacji zamówienia Zamawiający będzie przeprowadzał odbiory częściowe przedmiotu zamówienia (obejmujące wykonanie rozdziałów Programu) oraz przeprowadzi odbiór końcowy, obejmujący wykonanie całego przedmiotu zamówienia. Za moment przekazania dokumentacji częściowej lub końcowej uznaje się datę wpływu do siedziby Zamawiającego potwierdzoną adnotacją przedstawiciela Zamawiającego.

Brak dokonania odbioru części zamówienia wyznaczonej do wykonania wcześniej powoduje, że Wykonawca nie będzie uprawniony do przedstawienia do odbioru części kolejnej.

Opóźnienie w przedstawieniu do odbioru elementu zamówienia powoduje obciążenie Wykonawcy karą umowną na zasadach wskazanych w umowie.

2) szczegółową procedurę i termin organizacji spotkań konsultacyjnych z Zamawiającym oraz partnerami projektu

Harmonogram, o którym mowa wyżej, po uzgodnieniu między Stronami, zostanie podpisany przez Zamawiającego i Wykonawcę i stanowić będzie integralną część umowy o wykonanie zamówienia.

Zamawiający planuje przeprowadzenie minimum 5 (pięciu) dwudniowych spotkań konsultacyjnych.

Zamawiający poinformuje Wykonawcę o miejscu i terminie każdego spotkania najpóźniej na 10 dni roboczych przez wyznaczonym terminem. Zamawiający zastrzega, że spotkania konsultacyjne będą się odbywały na terenie jednego z pięciu województw objętych Projektem, lub też w siedzibie Instytucji Pośredniczącej dla Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej.

Uczestnictwo Wykonawcy w spotkaniach w tym przejazd do i ze spotkania lub/i nocleg odbywa się na koszt Wykonawcy, w ramach wynagrodzenia zaoferowanego za realizację zamówienia. Zamawiający nie zapewnia zwrotu kosztów i nie pokrywa ich za Wykonawcę.

Podstawowym obowiązkiem Wykonawcy w ramach uczestnictwa w spotkaniach konsultacyjnych jest omówienie wyników bieżących działań i zaprezentowanie ich w formie prezentacji multimedialnej oraz materiałach drukowanych, które Wykonawca dostarczy na spotkanie dla każdego członka zespołu konsultacyjnego (ok. 20 os.) Materiały o których mowa powyżej zostaną opracowane i dostarczone na koszt Wykonawcy w ramach wynagrodzenia zaoferowanego za realizację zamówienia.

W spotkaniach będzie brał udział cały zespół Wykonawcy tj. wszystkie osoby wskazane w ofercie Wykonawcy, jednak nie mniej niż po jednej osobie z zespołu eksperckiego w danym zakresie.

W przypadku kiedy nieobecność zespołu przekroczy 50% składu osobowego zespołu, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną na zasadach ustalonych w umowie.

Poza uczestnictwem w spotkaniach konsultacyjnych Wykonawca zapewni co najmniej 10 wizyt roboczych jednodniowych, celem bieżącej konsultacji z Zamawiającym na etapie tworzenia Programu. Wizyty będą realizowane przez członków zespołu w miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Termin wizyty roboczej Zamawiający wskaże z wyprzedzeniem nie mniejszym niż 5 dni roboczych.

Uczestnictwo Wykonawcy w wizytach w tym przejazd do i ze spotkania lub/i nocleg odbywa się na koszt Wykonawcy, w ramach wynagrodzenia zaoferowanego za wykonanie zamówienia. Zamawiający nie zapewnia zwrotu kosztów i nie pokrywa ich za Wykonawcę.

Niezależnie od powyższych zastrzeżeń Wykonawca w ramach wynagrodzenia zaoferowanego za wykonanie przedmiotu zamówienia zapewni dostępność telefoniczną wskazanego członka zespołu 5 dni w tygodniu, w okresie trwania umowy.

Celem zapewnienia bieżących konsultacji telefonicznych Wykonawca zobowiązany jest do każdorazowego potwierdzenia ustaleń poprzez wymianę korespondencji elektronicznej (poczta elektroniczna) z Zamawiającym i wskazanymi przez niego partnerami.

b) Zespół konsultacyjny Zamawiającego (regionalny zespół wykonawczy)

Wykonawca jest zobowiązany się ściśle współpracować z Zamawiającym w ramach dokonywania akceptacji, konsultacji lub wskazywania obszarów wymagających poprawy w przedstawionych dokumentach i koncepcjach.

Akceptacja ze strony Zamawiającego realizowana będzie po dokonaniu konsultacji z członkami regionalnego zespołu wykonawczego. Opinia przekazana ostatecznie przez Zamawiającego ma charakter wiążący dla Wykonawcy.

Zamawiający wymaga, aby całość dokumentu została poddana konsultacjom społecznym w formie spotkań otwartych wśród środowisk turystycznych i gospodarczych oraz mieszkańców regionów Polski Wschodniej z udziałem Zamawiającego i jego partnerów.

2. Wymagania techniczne

- a) Opracowanie „Program promocji i rozwoju tras rowerowych w Polsce Wschodniej na lata 2013-2020” wraz załącznikami ma być dostarczone Zamawiającemu w 10 zestawach, składających się z:
- kolorowej wersji drukowanej,
 - wersji elektronicznej na płytach CD lub DVD (formaty: zgodny z Microsoft Word (format 97-2003) lub równoważny dla systemu operacyjnego Windows XP, Vista, 7 lub równoważny oraz format pdf),
 - prezentacji Microsoft Power Point (format 97-2003) lub równoważny dla systemu operacyjnego Windows XP, Vista, 7 lub równoważny - na płytach CD lub DVD. Wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane w innych programach powinny być załączone w postaci plików programów źródłowych. Wykonawca powinien posiadać do ww. obiektów źródłowych autorskie prawa majątkowe w niezbędnym zakresie. Przedmiotem prezentacji powinny być zaprezentowane poszczególne produkty, rezultaty, efekty i rekomendacje Programu w odniesieniu do szczegółowej struktury dokumentu.

- b) Opracowanie „Badania wizerunkowo-jakościowe rozwoju turystyki rowerowej w Polsce Wschodniej” zostanie dostarczone Zamawiającemu w 10 zestawach, składających się z:
- kolorowej wersji drukowanej określającej metodę, proces badawczy oraz wyniki badań wraz z omówieniem;
 - wersji elektronicznej na płytach CD lub DVD (formaty: zgodny z Microsoft Word (format 97-2003) lub równoważny dla systemu operacyjnego Windows XP, Vista, 7 lub równoważny oraz format pdf), w tym obejmujące pliki źródłowe wyników badań;
 - prezentacji Microsoft Power Point (format 97-2003) dla systemu operacyjnego Windows XP, Vista, 7 lub równoważny - na płytach CD lub DVD. Wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane w innych programach powinny być załączone w postaci plików programów źródłowych. Wykonawca powinien posiadać do ww. obiektów źródłowych autorskie prawa majątkowe w niezbędnym zakresie.
- c) Opracowanie „Raport częściowy” przygotowywane będzie jako materiał do oceny przez Zamawiającego po opracowaniu każdego rozdziału przez Wykonawcę, jako materiał roboczy do weryfikacji i powinno przyjąć formę:
- kolorowej wersji drukowanej (10 egzemplarzy)
 - wersji elektronicznej na płytach CD lub DVD (formaty: zgodny z Microsoft Word (format 97-2003) lub równoważny dla systemu operacyjnego Windows XP, Vista, 7 lub równoważny oraz format pdf).

3. Terminologia

Dla jednoznacznego rozumienia terminów użytych w niniejszej dokumentacji określono definicje dla następujących haseł:

- **produkt turystyczny – Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle

oznakowaną trasą (na podstawie książki autorstwa Jacka Kaczmarska, Andrzeja Stasiaka, Bogdana Włodarczyka – „Produkt turystyczny”);

- **atrakcja turystyczna** – są to miejsca o szczególnym znaczeniu dla danego obszaru, zachęcające turystów jego odwiedzenia. Za atrakcje turystyczne uważa się miejsca, obiekty, zjawiska oraz wydarzenia, które stanowią wyróżnik dla danego obszaru w odróżnieniu do innych obszarów. Atrakcja turystyczna może mieć charakter kulturowy lub przyrodniczy, a także antropogeniczny lub naturalny.
- **kanał komunikacji** – metoda przekazywania informacji do zdefiniowanego odbiorcy za pomocą odpowiednio dobranego środka komunikacji tj. mediów;
- **oferta turystyczna** - kompletna propozycja spędzenia czasu wolnego dla turysty lub odwiedzającego określająca w sposób spójny cel, miejsca, czas pobytu turysty lub odwiedzającego. Oferta stanowi sposób korzystania przez odwiedzających lub turystów z produktu turystycznego wraz ze wskazaniem kosztów realizacji tego sposobu;
- **wypożyczalnia rowerów** – miejsce oferujące kompleksową usługę wypożyczenia roweru obejmującą wypożyczenie sprawnego sprzętu na określony czas wraz z możliwością jego zwrotu w tym samym lub wyznaczonym miejscu. Wypożyczalnia powinna być usytuowana w miejscu o szczególnej atrakcyjności turystycznej i stanowić możliwość aktywnego poznawania przestrzeni turystycznej lub na skrzyżowaniu tras turystycznych o znacznym wolumenie ruchu turystycznego;
- **portal turystyczny** - kompleksowy serwis internetowy funkcjonujący pod domeną związaną z obszarem (destynacją) turystyczną lub produktem turystycznym oferujący kompletny zestaw informacji słownych, graficznych, filmowych oraz kartograficznych pozwalających na zainteresowanie, zaplanowanie i realizację wyjazdu turystycznego przez potencjalnych turystów lub odwiedzających. W zakresie przedmiotowego Programu portal obejmować musi rozwiązania planowania kompleksowego turystycznego wyjazdu rowerowego opartego o funkcjonalności interaktywnych map przestrzeni wraz z elementami informacji turystycznej realizowanych w oparciu o technologię GIS lub równoważną;
- **oznakowanie turystyczne trasy rowerowej** - obejmuje kompleksowy zestaw tablic kierunkowych oraz informacyjnych przewidzianych przede wszystkim ustawą Prawo o ruchu drogowym wraz z aktami wykonawczymi, a także innymi

zwyczajowymi dokumentami o charakterze systemowym jak: „Instrukcja znakowania szlaków turystycznych PTTK” i jej odpowiedniki w Polsce i za granicą;

- **oznakowanie atrakcji turystycznych** - obejmuje kompleksowy zestaw tablic kierunkowych oraz informacyjnych przewidzianych przede wszystkim ustawą Prawo o ruchu drogowym wraz z aktami wykonawczymi, a także spójne dla wszystkich atrakcji oznakowanie w postaci tablic informacyjnych obejmujących treść słowną i graficzną związaną z atrakcyjności turystyczną miejsca;
- **dokumentacja techniczna** - obejmuje kompletny zestaw informacji nt. proponowanej liczby, rodzaju oraz sugerowanej lokalizacji oznakowania turystycznej trasy rowerowej, oznakowania atrakcji turystycznych znajdujących się w korytarzu trasy rowerowej;
- **korytarz "Tras rowerowych w Polsce Wschodniej"** – jest to obszar Rzeczypospolitej Polskiej do 20km po obu stronach od wytyczonej i przeprowadzonej przedmiotowej trasy rowerowej;
- **Inwentaryzacja atrakcji turystycznych oraz bazy noclegowo-gastronomicznej w ramach korytarza "Tras rowerowych w Polsce Wschodniej"** – działanie to obejmuje wskazanie miejsc o znacznej atrakcyjności turystycznej stanowiących motywację do organizacji wyjazdu rowerowego przez odwiedzających lub turystów wraz ze wskazaniem obiektów noclegowo-gastronomicznych znajdujących się na drodze do tych miejsc, których standard oferty stanowić będzie kompleksową informację dla realizacji rowerowego wyjazdu turystycznego. Inwentaryzacja obejmować powinna co najmniej określenie: nazwy, krótkiego opisu oferty miejsca / obiektu (do 500 znaków) w zakresie kluczowych zainteresowań turysty (co, gdzie, jak?) wraz ze wskazaniem lokalizacji (adres oraz lokalizacja gps) oraz danych kontaktowych (telefon i adres strony internetowej);
- **podmiot rynkowo dominujący** - podmiot realizujący znaczącą część zleceń w obszarze swojego działania rynkowego;
- **najpopularniejsze skomercjalizowane oferty turystyczne** - oferty turystyczne najczęściej wybierane przez turystów w danym obszarze turystycznym oraz oferty, które najczęściej oferowane są przez organizatorów turystyki na danym obszarze;

- **długodystansowa trasa turystyki rowerowej** – trasa rowerowa funkcjonująca jako produkt turystyczny o długości ponad 500 km;
- **USP** – unique selling proposition – charakterystyczny element promowanego przedmiotu, który stanowić może zasadniczy element komunikacji marketingowej;
- **konsultacje społeczne** – organizacja spotkań informacyjnych wraz z możliwością wnoszenia uwag i sugestii przez zaproszonych uczestników;
- **CPT** - (ang. Cost Per Thousand) określający koszt jednorazowego dotarcia do tysiąca osób z grupy docelowej;
- **CPP** - (ang. Cost Per Point) określa koszt jednorazowego dotarcia reklamy lub ogłoszenia do 1% grupy docelowej. Jest on prostym ilorazem kosztu ogłoszenia i ratingu;
- **marketing ambientowy** – reklamowe działania niekonwencjonalne;
- **grupa docelowa** – osoby, do których kierowany jest przekaz kampanii;
- **layout** – projekt graficzny;
- **logotyp** – znak graficzny lub słowno-graficzny wyrażający przedmiot kampanii;
- **media** – nośniki i środki przekazu kampanii;
- **media plan** – inaczej: plan mediowy - wskazanie nośników i narzędzi promocji wraz z parametrami dotarcia do adresatów;
- **outdoor** - reklama zewnętrzna, prezentowana na specjalnie do tego przeznaczonych tablicach reklamowych: billboardach, citylightach, słupach ogłoszeniowych, nośnikach zamocowanych na wiatach przystankowych czy kioskach, tablicach elektronicznych itp.;
- **PR** (*Public Relations*) – relacje publiczne, zaprogramowane działania mające na celu kształtowanie pozytywnych relacji w środowisku społecznym firmy, podmiotu.
- **segment grupy docelowej** – grupa wydzielona ze względu na odrębność potrzeb;
- **wschodnie województwa Polski / wschodnia Polska / makroregion wschodniej Polski** – obszar obejmujący województwo: podkarpackie, lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie oraz świętokrzyskie.

ZAŁĄCZNIKI

Następujące załączniki stanowią integralną część SOPZ:

Załącznik nr 1 – Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej

Załącznik nr 2 – Lista turystycznych szlaków i ścieżek rowerowych łączących się z korytarzem głównym „Tras rowerowych w Polsce Wschodniej”

Załącznik nr 3 – Zasady promocji projektów dla Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Załącznik nr 4 – Tabela: Wskaźniki projektu

Załącznik nr 5 – Tabela: Harmonogram rzeczowo-finansowy projektu

Załącznik nr 6 – Tabela: Plan finansowy projektu

Załącznik nr 7 – Tabela: Kategorie wydatków