



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Mój region w Europie

Toruń, dnia 11.05.2015 r.

Zamawiający:

Województwo Kujawsko-Pomorskie
Plac Teatralny 2
87-100 Toruń

ZAPYTANIE OFERTOWE

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w imieniu województwa kujawsko-pomorskiego zaprasza do składania ofert **na stworzenie, wdrożenie i realizację spójnej kampanii charakterze o viralowym wraz z działaniami public relations z wykorzystaniem mapy województwa kujawsko-pomorskiego w grze Minecraft** współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach działania 5.5 Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 (RPO WK-P) oraz ze środków budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

1) Przedmiot zamówienia i termin jego realizacji:

Stworzenie, wdrożenie i realizacja spójnej kampanii o charakterze viralowym wraz z działaniami public relations składającej się z dwóch składowych:

1. Stworzenie i realizacja koncepcji zarządzania, administrowania i moderowania działań użytkowników stworzonej przez Zamawiającego mapy województwa kujawsko-pomorskiego w grze Minecraft w terminie od 1 do 30 czerwca 2015 r. w tym:

1.1. Zaprojektowanie i stworzenie w ramach mapy działań aktywizujących dla użytkowników mapy (minimalnie 10 działań) na przykład: obrona Biskupina lub innego obiektu; stworzenie tras w terenach leśnych/mocno zabudowanych, które będą od graczy wymagały rozwiązania zagadek np. dotyczących historii regionu, a następnie podążania za wskazówkami; stworzenie tras typowo zręcznościowych (jumping puzzle); stworzenie różnych „znajdzików” w zakamarkach mapy, w których będą krótkie wiadomości (np. dotyczące historii, sztuki i innych); stworzenie mapy typu escape, w dużym budynku (np. katedra albo Zamek), gracze będą musieli rozwiązać zagadki by się z budynku wydostać (zagadki mogą dotyczyć wiedzy o województwie); poszukiwanie ukrytych obiektów, gracze będą robić screenshotsy w grze, by udowodnić, że znaleźli obiekty; akcje typu przebuduj, wyposaż wnętrza w pustym budynku lub zbuduj budynek opierając się np. na zdjęciu; organizacja klasycznych eventów Minecraftowych (walki typu capture the flag, spleef, parkur).

1.2. Stworzenie atrakcyjnego i przejrzystego systemu motywacyjnego w oparciu o zasady grywalizacji (opracowania zasad i regulaminów) mającego na celu aktywizację działań użytkowników mapy, w tym:

1.2.1. projekt i wykonanie (po akceptacji przez Zamawiającego) 500 sztuk koszulek, zgodnie z następującymi wytycznymi: koszulka ze ściągaczem i taśmą przy szyi, obszycie kołnierzyka z elastanem, podwójne szwy, w rozmiarach dostosowanych do grupy docelowej, w 100% wykonana z bawełny single jersey (lub zbliżonej), 180 g/m² - 220 g/ m², technika



- zdobienia sito, na koszulkach powinny być umieszczone nadruki (polichromatyczne) w dwóch miejscach, w tym jeden o formacie zbliżonym do A4. Koszulki zostaną przekazane do dystrybucji Zamawiającemu.
- 1.2.2. Stworzenie koncepcji dodatkowej puli nagród w postaci unikalnych przedmiotów bądź uprawnień w grze.
- 1.3. Monitoring i administrowanie działań użytkowników mapy ze szczególnym uwzględnieniem eliminacji działań nieetycznych i nie związanych z głównymi celami projektu w trakcie trwania umowy.
- 1.4. Dane dostępne do serwera z gotową mapą województwa kujawsko-pomorskiego zostaną udostępnione Wykonawcy przez Zamawiającego. Specyfikację serwera oraz listę obiektów na mapie stanowią Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2.
2. Opracowanie koncepcji i realizacja kampanii o charakterze viralowym wraz z działaniami public relations z wykorzystaniem mapy województwa kujawsko-pomorskiego zbudowanej w grze Minecraft.
- 2.1. Pełna obsługa public relations projektu (w tym opracowanie koncepcji działań na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowej) w trakcie trwania umowy.
- 2.2. Opracowanie spójnej koncepcji i realizacja kampanii w terminie od 1 do 30 czerwca zgodnej z założonymi przez Zamawiającego celami komunikacyjnymi stanowiącymi Załącznik nr 3. Wykonawca w koncepcji może zaproponować modyfikacje celów komunikacyjnych i grup docelowych. Kampania powinna uwzględniać:
- 2.2.1. Wykonanie cyklu filmów - prezentacji mapy i umieszczonych na niej obiektów w formie materiałów filmowych. Filmy powinny zawierać komentarz lektorski adekwatny do grupy docelowej.
- 2.2.2. Prowadzenie działań komunikacyjnych w mediach społecznościowych w tym: moderowanie profili dedykowanych kampanii na portalach Facebook oraz Youtube dbając o atrakcyjność treści, wzrost liczby użytkowników i ich zaangażowania oraz aktywne budowanie zainteresowania projektem wśród grup docelowych. Mogą to być profile będące własnością Zamawiającego lub partnerów zamawiającego (UKW). W przypadku stworzenia nowych profili po zakończeniu okresu obowiązywania umowy uprawnienia administracyjne zostaną przekazane Zamawiającemu.
- 2.2.3. Prowadzenie działań promocyjnych typu Low Activities (pisanie postów, zamieszczanie zdjęć, filmów itp.) i High Activities (konkursy dla użytkowników) związanych z głównym celem projektu na portalach Facebook i Youtube oraz ich promowanie wśród grupy docelowej
- 2.2.4. W trakcie trwania umowy Wykonawca będzie odpowiedzialny za stały monitoring wyznaczonych do komunikacji w ramach kampanii kanałów społecznościowych uwzględniający administrację tymi kanałami przez 7 dni w tygodniu 24 godziny na dobę w zakresie monitorowania zachowań internautów oraz reagowania na nie (maksymalny czas w ciągu którego powinna nastąpić reakcja to 2 godziny).
- 2.2.5. Zainteresowanie współpracą mediów, blogerów, videoblogerów – twórców filmów poświęconych grze Minecraft, administratorom forów tematycznych oraz środowiskami opiniotwórczymi w związanych z grą Minecraft;
- 2.2.6. Przygotowanie i wdrożenie na serwerze Zamawiającego serwisu internetowego służącego (projekt graficzny, wykonanie części technicznej serwisu, opracowanie



tekstów, wykupienie w imieniu zamawiającego domeny internetowej) do komunikacji z grupami docelowymi ze szczególnym uwzględnieniem informacji o celu projektu oraz aktualnościami związanymi z funkcjonowaniem mapy (aktualności, regulaminy). Serwis powinien zostać wdrożony do dnia rozpoczęcia realizacji kampanii wymienionej w punkcie 2.2. Wykonawca zobowiązuje się do administrowania serwisem w okresie trwania umowy i przekazania uprawnień do administrowania na rzecz Zamawiającego po zakończeniu okresu trwania umowy. Ponadto wykonawca zobowiązuje się zapewnić serwis gwarancyjny na okres 12 miesięcy od dnia zakończenia umowy obejmujący wsparcie techniczne i usuwanie błędów technicznych.

2.2.7. Opracowanie i dystrybucja materiałów prasowych.

3. Efektem działań w ramach kampanii powinny być min. publikacje medialne (telewizja, prasa, portale internetowe) dotyczące mapy województwa kujawsko-pomorskiego w grze Minecraft, w tym atrakcji turystycznych zamieszczonych na mapie.
4. Wykonawca dostarczy zamawiającemu sprawozdanie z przeprowadzonej kampanii w tym dokumentację z przeprowadzonych działań w tym listę publikacji medialnych dot. kampanii oraz obliczy wartość ekwiwalentu reklamowego.
5. Wykonawca może zatrudnić podwykonawców do realizacji zlecenia.
6. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za zobowiązania wobec osób trzecich powstałe w wyniku realizacji zlecenia przez Wykonawcę.
7. Pozostałe obowiązki Wykonawcy:
 - 7.1. Organizacja współpracy z mediami w porozumieniu z Zamawiającym.
 - 7.2. Informowanie we wszystkich komunikatach pisemnych, słownych i graficznych wytworzonych w związku z realizacją umowy o współfinansowaniu organizowanych wydarzeń ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 oraz budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego.
 - 7.3. Przeniesienie na Zamawiającego praw majątkowych do wszystkich projektów graficznych wykonanych w ramach zlecenia, opracowanych tekstów, zdjęć, filmów i wszystkich nośników.
 - 7.4. Uczestnictwo w maksymalnie pięciu spotkaniach dotyczących realizacji umowy. Spotkania będą się odbywały w siedzibie Zamawiającego lub wskazanych przez niego miejscach na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.
 - 7.5. Uzyskanie akceptacji Zamawiającego dotyczącej wszystkich materiałów informacyjnych, promocyjnych, związanych z realizacją zlecenia przed ich publikacją i produkcją.
8. Zlecenie powinno zostać zrealizowane w terminie do 14 września 2015 r.

2) Wymagania ogólne:

Zleceniobiorca zobowiązuje się do zachowania poufności co do uzyskanych informacji i dokumentacji dotyczących realizacji przedmiotu zamówienia.



3) Warunki udziału w postępowaniu:

Warunkiem udziału w postępowaniu o udzielenie zlecenia jest wykazanie, że składający ofertę posiada łącznie następujące doświadczenie:

- doświadczenie związane z planowaniem i realizacją kampanii public relations - należy wymienić minimalnie dwie zrealizowane kampanie w ciągu dwóch lat od dnia publikacji niniejszego ogłoszenia;
- posiada doświadczenie związane z planowaniem i realizacją kampanii viralowych - należy wymienić minimalnie dwie zrealizowane kampanie w ciągu dwóch lat od dnia publikacji niniejszego ogłoszenia.

Potwierdzeniem niezbędnego doświadczenia powinno być dostarczenie referencji lub innych dowodów potwierdzających należyte wykonanie zlecenia. Zamawiający nie będzie brał pod uwagę ofert nie spełniających powyższego kryterium.

4) Oferta powinna zawierać:

- podpisaną przez oferenta ofertę cenową wraz oświadczeniem dotyczącym terminu jej obowiązywania;
- opis pełnego doświadczenia oferenta związanego z planowaniem i realizacją kampanii public relations i kampanii viralowych (w tym opisanego powyżej).

Opis powinien zawierać wyszczególnienie zrealizowanych kampanii wg. poniższej tabeli:

Lp.	Określenie rodzaju kampanii symbolem V – viralowa PR- public relations	Nazwa podmiotu realizującego zlecenie	Nazwa i dane kontaktowe zleceniodawcy (Tel. i e-mail)	Miesiąc/miesiące i rok, w którym była realizowana kampania.	Krótki opis kampanii (cel, grupy docelowe, działania)	Aktywne linki internetowe do powstałych w ramach kampanii narzędzi (filmów, stron www, publikacji itp.) w przypadku kampanii viralowych link kierujący do „viral” lub plik.

Opis doświadczenia powinien być przygotowany w taki sposób, aby umożliwić zamawiającemu dokonanie oceny przygotowania oferenta do realizacji zlecenia. Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji informacji przedstawionych przez Oferenta, w tym nie uznania doświadczenia w zakresie konkretnej kampanii w przypadku niekompletnej informacji nt. kampanii.

5) Opis kryteriów oceny:

- 1) Cena 40% – maksymalnie 40 pkt.
- 2) Przygotowanie oferenta do realizacji zlecenia – doświadczenie w przygotowaniu i realizacji kampanii public relations oraz kampanii viralowych 60%– maksymalnie 60 pkt.



Ocena zostanie wykonana w następujący sposób:

Zamawiający dokona oceny ofert na podstawie wyniku osiągniętej liczby punktów w oparciu o następujące kryteria i ustaloną punktację do 100 (100 % = 100 pkt):

1. Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone wg następującego wzoru:

Cena brutto oferty najtańszej

----- x 100 x 40% (waga kryterium) = ilość punktów

Cena brutto oferty badanej

Końcowy wynik powyższego działania zostanie zaokrąglony do 2 miejsc po przecinku.

2. W ramach kryterium „Przygotowanie oferenta do realizacji zlecenia – doświadczenie w realizacji kampanii public relations i kampanii viralowych”, oceniane będą następujące elementy:

- 2.1. Liczba zrealizowanych kampanii public relations – maksymalnie 10 punktów

- 10 i więcej zrealizowanych kampanii – 10 pkt.
- 9 zrealizowanych kampanii – 9 pkt.
- 8 zrealizowanych kampanii – 8 pkt.
- 7 zrealizowanych kampanii – 7 pkt.
- 6 zrealizowanych kampanii – 6 pkt.
- 5 zrealizowanych kampanii – 5 pkt.
- 4 zrealizowane kampanie – 4 pkt.
- 3 zrealizowane kampanie – 3 pkt.

- 2.2. Liczba zrealizowanych kampanii viralowych – maksymalnie 50 punktów

- 10 i więcej zrealizowanych kampanii – 50 pkt.
- 9 zrealizowanych kampanii – 45 pkt.
- 8 zrealizowanych kampanii – 40 pkt.
- 7 zrealizowanych kampanii – 35 pkt.
- 6 zrealizowanych kampanii – 30 pkt.
- 5 zrealizowanych kampanii – 25 pkt.
- 4 zrealizowane kampanie – 20 pkt.
- 3 zrealizowane kampanie – 15 pkt.

6. Forma płatności i finansowanie:

6.1. Ze Zleceniobiorcą zostanie podpisana umowa na realizację wyżej opisanego zlecenia. Zamawiający uiszcza płatność przelewem na rachunek bankowy Zleceniobiorcy w terminie 21 dni od dnia zrealizowania usługi i dostarczenia Zleceniodawcy prawidłowo wystawionej faktury VAT na Województwo Kujawsko-Pomorskie, Plac Teatralny 2, 87-100 Toruń, NIP 956-19-69-536 oraz sprawozdania. Za dzień zapłaty wynagrodzenia uznaje się dzień obciążenia rachunku bankowego Zleceniodawcy. Wynagrodzenie może zostać wypłacone w



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Mój region w Europie

częściach za realizację poszczególnych etapów zlecenia pierwsza część po 30 czerwca a druga część po 14 września br.

6.2. Realizacja przedmiotu zapytania będzie współfinansowana przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach w ramach działania 5.5 Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 (RPO WK-P) oraz ze środków budżetu Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

7. Termin składania ofert:

Ofertę należy przesłać drogą elektroniczną na adres e-mail: turystyka@kujawsko-pomorskie.pl do dnia 18 maja 2015 r. do godziny 12:00. Oferty przesłane po tym terminie nie będą rozpatrywane.

8. Informacje dodatkowe:

- 1) Informacja o wyborze Zleceniobiorcy zostanie przekazana mailowo.
- 2) Zleceniodawca zastrzega sobie możliwość niedokonania wyboru Zleceniobiorcy, bez podawania przyczyny.



Załączniki:

Załącznik nr 1: Opis wirtualnej mapy województwa w Minecraft

Załącznik nr 2: Opis serwera do obsługi mapy

Załącznik nr 3: Założenia komunikacyjne

Załącznik nr 1

Opis wirtualnej mapy województwa w Minecraft

Mapa będzie zawierała 15 budowli – najważniejszych atrakcji regionu. Na mapie odwzorowane będą wszystkie ważne elementy topografii województwa: rzeki, większe tereny leśne, obszary pagórkowate itp.

Lista obiektów zbudowanych na mapie

Małe

1. Kruszwica – romańska kolegiata
2. Strzelno – romańska rotunda Prokopa
3. Żnin – baszta
4. Chełmno – renesansowy ratusz
5. Brodnica – ruiny zamku z wieżą

Duże

1. Toruń – ratusz z wieżą zegarową i pomnikiem Kopernika
2. Inowrocław – kompleks tężni
3. Bory Tucholskie – las sosnowy oraz akwedukt w Fojutowie
4. Golub Dobrzyń – zamek
5. Kruszwica – Mysia Wieża na półwyspie oraz Jezioro Gopło
6. Ciechocinek – dwie tężnie (w tym jedna z wiatrakiem)

Epickie

1. Włocławek – katedra
2. Grudziądz – Brama Wodna i spichrze gotyckie (widok od Wisły)
3. Bydgoszcz – Wyspa Młyńska (zespół obiektów oraz Opera)
4. Biskupin – cała osada

Standard jakości wykonania

Obiekty będą w skali 1:1 (tzn. postać gracza jest wzrostu przeciętnego człowieka, więc będzie można zobaczyć te obiekty z zewnątrz, jak i wejść do środka). Będą odwzorowane schody, okna, balkony, drzwi i inne elementy, które są istotne w danym budynku. Zachowana będzie zgodność kolorystyczna (budowanie z klocków najbardziej zbliżonych kolorystycznie do oryginału). Jakość gotowego obiektu będzie oceniana zarówno w gronie budowniczych, jak i przez zewnętrznego eksperta, archeologa architektury.



Załącznik nr 2

Opis serwera do obsługi mapy

Serwer został wykupiony przez Fundację UKW. Administracja na czas trwania umowy zostanie przekazana wykonawcy.

- Brak ograniczenia ilości slotów. Klient sam decyduje o ilości graczy.
- 10240MB dedykowanej pamięci RAM i stosunkowo przydzielony czas procesora.
- 15360MB (150%) "twardego" limitu pamięci RAM (po jego przekroczeniu usługa jest automatycznie wyłączana).
- 1Gb/s przepustowości łącza i nieograniczony transfer.
- 600GB miejsca na pojemnym dysku HDD lub 30GB miejsca na szybkim dysku SSD.
- Możliwość stworzenia sieci serwerów Minecraft przy pomocy serwera typu hub z modyfikacją BungeeCord.
- Serwer FTP, możliwość logowania się kont no-premium oraz pełen dostęp do plików JAR.
- Możliwość posiadania własnego (dedykowanego) adresu IP i standardowego portu.
- Darmowa subdomena w domenie srw.pt do łączenia się bez podawania adresu IP i portu.
- Sklepik serwera (Item Shop) w wybranej subdomenie wraz z panelem administracyjnym, listą graczy online, listą banów oraz statystykami.
- Strona serwera typu CMS WordPress, forum phpBB oraz podgląd mapy na adresie wybranej subdomeny.
- Wszystkie strony (CMS, Forum i Item Shop) na subdomenie są w pełni responsywne, czyli można je otwierać na komputerze, tablecie i telefonie a jej wygląd i rozmiar sam się dopasuje.
- Do wyboru 20 gotowych map typu adventure, survival, puzzle, parkour oraz game.
- Darmowe i nieograniczone bazy danych MySQL.
- Darmowy serwer hostingu WWW.
- Darmowy serwer głosowy Mumble.
- Bezpieczeństwo danych gwarantuje replikacja dysków fizycznych (RAID 1) oraz częste i regularne wysyłanie kopii zapasowych na zewnętrzne serwery dedykowane. Używamy szyfrowanych protokołów SSL i HTTPS oraz udostępniamy dwuskładnikową autoryzację (2FA) za darmo dla każdego Klienta.
- Możliwość planowania automatycznych restartów usługi oraz planowanie komend do wykonania.
- Możliwość automatycznej instalacji i aktualizacji modyfikacji takich jak Vanilla (Official, Snapshot, Alpha, Beta), CraftBukkit (Recommended, Beta, Development, Snapshot), Spigot,
- Cauldron(MCPC+), Forge (stabilny, najnowszy i dedykowany do Pixelmon Mod), Feed the Beast (23 różne paczki), Pixelmon oraz Technic (8 różnych paczek).
- Automatyczny instalator pluginów do serwerów typu CraftBukkit.
- Aktualizacje i instalacje silników oraz modyfikacji jednym kliknięciem w panelu TCAdmin.



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Mój region w Europie

- Dostęp do mobilnej wersji Panelu TCAdmin przez telefon.
Konfiguracja serwera za pomocą formularza, zarządzanie plikami i dostęp do konsoli w przeglądarce, podgląd logów z ostatnich siedmiu uruchomień i dostęp do statystyk serwera sprzed miesiąca oraz pełna integracja z serwisem GameTracker.com oraz różnymi listami serwerów Minecraft.



Załącznik nr 3

Założenia komunikacyjne

1. Cele:

- wzmocnienie znajomości najważniejszych destynacji turystycznych województwa (w szczególności Bydgoszczy, Torunia, Biskupina, Borów Tucholskich z Fojutowem i Ciechocinka);
- integracja mieszkańców województwa;
- zaprezentowanie niestandardowej metody promocji województwa;
- zainteresowanie internautów korzystaniem z mapy.

2. Grupy docelowe:

- rodziny z dziećmi w wieku szkolnym, znający grę Minecraft (a także nie znający gry), mieszkańcy Polski oraz województwa kujawsko-pomorskiego;
- młodzież znająca i grająca w grę Minecraft z województwa kujawsko-pomorskiego;
- media ogólnopolskie (z uwzględnieniem mediów regionalnych z terenu województwa kujawsko-pomorskiego);
- liderzy opinii związani z grą Minecraft - blogerzy i videoblogerzy (w szczególności publikujący swoje filmy na Youtube);
- liderzy opinii w zakresie marketingu terytorialnego.

3. Najważniejsze przesłania:

- mieszkańcy budują województwo w grze Minecraft z okazji Święta Województwa.
- gra Minecraft edukuje i pomaga w nabywaniu ważnych umiejętności (m.in. logicznego myślenia), jest to naukowo stwierdzone.

4. Informacje o projekcie i partnerach:

W budowanie mapy i nadzór merytoryczny nad projektem zaangażowany jest Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, a konkretnie Katedra Dziennikarstwa, Nowych Mediów i Komunikacji Społecznej, gdzie w ramach kierunku Humanistyka 2.0, prowadzone są zajęcia z tworzenia gier (<http://gamedec.ukw.edu.pl/>). Studenci tego kierunku zbudowali mapę z atrakcjami. Pracownicy naukowci Uniwersytetu mogą być zaangażowani w kampanię informacyjną.

W kampanii można również wykorzystać wizerunek współpracujących z Urzędem Marszałkowskim sportowców (mistrzowie Europy i Polski)

7 czerwca obchodzone jest Święto Województwa Kujawsko-Pomorskiego. W pierwszym tygodniu czerwca zostanie skumulowana największa liczba wydarzeń i działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców województwa. Hasło promocyjne tych działań to „Lubię tu być”. Rekomendowany termin premiery mapy to 1 -5 czerwca.



5. Inne informacje

W działaniach promocyjnych Województwo posługuje się hasłem „Lubię tu być”.

Dla potrzeb komunikacji ogólnopolskiej:

Kujawsko-Pomorskie leży prawie w centrum Polski. Z każdego miejsca w Polsce jest tu blisko. Produkty wizerunkowe to: **Toruń, Bydgoszcz, Biskupin, Bory Tucholskie, Ciechocinek.**

Bydgoszcz to największe miasto województwa, a Wyspa Młyńska to jego największa atrakcja. **Toruń** to najczęściej odwiedzane przez turystów miasto w województwie. Znane ze swojej wspaniałej Starówki, Mikołaja Kopernika i pierników. **Biskupin** wszyscy znają z podręczników historii szkoły podstawowej. To najbardziej znany rezerwat archeologiczny w Polsce. **Bory Tucholskie**, drugi po Kampinosie pod względem powierzchni zalesiony obszar Polski, to mekka fanów agroturystyki i aktywnego wypoczynku w kajaku lub na rowerze. **Ciechocinek** to jedno z najstarszych w Polsce uzdrowisk, które nie musi się promować, bo kto jeszcze z racji wieku jeszcze w nim nie był, ten kiedyś na pewno będzie.

Dla potrzeb komunikacji do mieszkańców województwa:

Oferta województwa kujawsko-pomorskiego składa się z trzech grup produktów:

1. miast i dziedzictwa kulturowego (najważniejsze to: Bydgoszcz – drogi wodne i Wyspa Młyńska, Toruń – Starówka na liście UNESCO, Włocławek – Zalew Włocławski, Grudziądz – nadwiślańskie gotyckie spichrze, Chełmno – renesansowy ratusz i miasto zakochanych, Biskupin – rezerwat archeologiczny, Golub-Dobrzyń – zamek renesansowy, Kruszwica – Mysia Wieża i romańska kolegiata, Mogilno – klasztor i najstarsze w Polsce kamienne sklepienie, Strzelno – romańska rotunda i kolumny romańskie, zamki krzyżackie);
2. uzdrowisk na bazie zasobów naturalnych – wód solankowych (Ciechocinek i Inowrocław) – tężnie solankowe;
3. aktywnego wypoczynku na łonie natury (głównie zasoby zlokalizowane na terenie parków krajobrazowych, ważne marki tj. Bory Tucholskie - rezerwat biosfery UNESCO, Pojezierze Brodnickie, rzeka Brda i Wda (kajaki), rzeka Drwęca (kajaki), Wiślana Trasa Rowerowa.