

Kraków, 01.08.2022 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE

na organizację wydarzenia typu ambient marketing w Niemczech w ramach projektu pn.  
„Małopolska – cel podróży”

realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020

nr zapytania: ZO/MCP/2022/04

### 1. NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Małopolska Organizacja Turystyczna  
Rynek Kleparski 4/13  
31-150 Kraków  
tel. +48 12 421 16 04

### 2. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Niniejsze postępowanie jest otwarte i prowadzone zgodnie z zasadą konkurencyjności określoną w Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020, obowiązujących na dzień ogłoszenia zapytania.

### 3. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest wyłonienie Wykonawcy świadczącego **usługę polegającą na zaplanowaniu i organizacji wydarzenia typu ambient marketing w Düsseldorfie, w Niemczech** w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”.

Podmiot realizujący: Małopolska Organizacja Turystyczna dalej również MOT w partnerstwie z Miastem Kraków i Województwem Małopolskim.

Program: Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020, 3 Oś Priorytetowa Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie 3.3 Umiejdzynarodowienie Małopolskiej Gospodarki, Poddziałanie 3.3.1 Promocja gospodarcza Małopolski typ E. promocja oferty gospodarczej regionu – przeciwdziałanie negatywnym skutkom epidemii COVID-19.

Zakładany okres realizacji projektu: do 31 grudnia 2023 r.

Całościowy budżet projektu: 16 000 000,00 zł.

#### Charakterystyka projektu „Małopolska – cel podróży”:

Projekt łączy wysiłki Partnerów (Małopolska Organizacja Turystyczna – Lider Projektu, Miasto Kraków, Województwo Małopolskie – Partnerzy) na rzecz stworzenia jednej, spójnej kampanii promocyjnej służącej odbudowie zagranicznego ruchu turystycznego z rynków Wysp Brytyjskich i Niemiec, Włoch, Austrii, Szwajcarii, krajów skandynawskich oraz USA adresowanej do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym.

Na kampanię składają się działania marketingowe, które wykorzystają najnowocześniejsze narzędzia, przede wszystkim w Internecie. Powstała koncepcja wizualna i szczegółowa strategia działań, wspólna dla całej kampanii i wszystkich partnerów.

Wszystkie działania są skoncentrowane na rynkach niemieckim, brytyjskim, amerykańskim, austriackim, włoskim, szwajcarskim i skandynawskim a w przypadku działań dot. przemysłu spotkań biznesowych realizowane są globalnie.

Grupą docelową wsparcia są małopolscy przedsiębiorcy z sektora turystycznego. Wszystkie działania promocyjne mają służyć odbudowie ruchu turystycznego do Małopolski po COVID-19. W ramach projektu, oprócz działań marketingowych w Internecie, w mediach, w tym mediach branżowych oraz działań public relations zaplanowano również organizację misji gospodarczych z udziałem przedsiębiorców z Małopolski (po przeprowadzeniu rekrutacji do udziału w projekcie).

Koordynatorem całości działań jest Małopolska Organizacja Turystyczna, do zadań której należy m.in. przygotowanie briefu oraz koncepcji kreatywnej kampanii i ich aktualizacja. W zakresie działań MOT pozostaje kampania PR i e-PR, content marketing, kampania w mediach społecznościowych, stworzenie landing page, grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć, organizacja wyjazdowych misji dla przedstawicieli branży turystycznej oraz akcji ambientowych.

Województwo Małopolskie przeprowadzi dwie kampanie wizerunkowe (w 2022 i 2023 r.) zorientowane na turystykę aktywną i turystykę kulturową, spa i wellness i kulinarną w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google Ads i sieć YouTube dającą możliwość dotarcia do wyselekcjonowanych, precyzyjnie określonych grup odbiorców, które interesują się podróżami, aktywnie spędzają czas, czy też odwiedzają strony internetowe związane z podróżowaniem. Wykorzystanie GDN (Google Display Network) umożliwi dotarcie z dopasowanymi reklamami emitowanymi w serwisach internetowych do grupy docelowej kampanii.

Kampania wizerunkowa zostanie również przeprowadzona na portalach rezerwacyjnych typu booking.com/Expedia Group/Tripadvisor, portalach poświęconych turystyce oraz na stronach linii lotniczych posiadających bezpośrednie połączenia do Krakowa i narodowych przewoźników lotniczych: brytyjskich, niemieckich i austriackich. Portale te, to potężne sieci dające bardzo wiele możliwości reklamowych, dzięki którym możliwe będzie dotarcie do potencjalnych osób/gości planujących swój wolny czas, celem zachęcenia ich do przyjazdu do Małopolski.

W ramach kampanii zastosowane zostaną m.in.: elastyczne reklamy displayowe, reklamy graficzne, reklamy angażujące, reklamy w Gmailu, e-mailing, kampania w aplikacjach, video online, targetowanie i geotargetowanie, remarketing poprzez powtórzenie przekazu reklamowego wśród osób, które odwiedziły stronę kampanii. W efekcie powstaną m.in.: indywidualny plan marketingowy dla kampanii w Internecie, brief koncepcji kreatywnej i wizerunkowej dla działań w Internecie, struktura kampanii internetowej, itp. Działania będą ukierunkowane na odbiorców spędzających w Małopolsce czas wolny.

Miasto Kraków przeprowadzi kampanię reklamową zorientowaną na branżę MICE poprzez m.in.: produkcję i dostosowanie materiałów reklamowych; zakup mediów zorientowanych na przemysł spotkań (branżę MICE, z ang. Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions Industry): działania promocyjne w prasie i w Internecie, w zagranicznych mediach branżowych (minimum 4 tytuły (w tym takie jak np.: CMW, Headquarters, AMI Magazine Global, Boardroom Global, ICCA, Think MICE));

reklamę natywną podpartą kampanią banerową w zagranicznych mediach opiniotwórczych, kampanie odsłonowe i adwords w Internecie; działania promocyjne w mediach Krakow Convention Bureau (FB, Instagram, YouTube); pozycjonowanie strony www; produkcja wirtualnych spacerów po obiektach konferencyjnych Krakowa i Małopolski, materiałów multimedialnych prezentujących sylwetki tzw. Ambasadorów Krakowa i Małopolski; udział w międzynarodowych targach turystyki biznesowej i workshopach (m.in.: IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona, ITB Berlin); organizacja wydarzeń mających na celu promocję oferty gospodarczej regionu - organizacja warsztatów Forum for Young Professionals; organizacja przyjazdu zagranicznych planistów spotkań do Krakowa i Małopolski (Fam- trip Experience Kraków. Visit Małopolska). W przypadku przemysłu spotkań biznesowych (branży MICE) docelowo działania będą realizowane globalnie. Targetem działań promocyjnych będzie klient sektora MICE: meeting planerzy, profesjonalni organizatorzy konferencji, kongresów, działający na zlecenie firm i stowarzyszeń, m.in. PCOs (Professional Congress Organizers), DMC (Destination Management Company), Core PCO, stowarzyszenia branżowe, w tym organizujące cykliczne kongresy międzynarodowe, przedstawiciele świata nauki i biznesu, pracownicy firm zajmujący się organizacją wyjazdów służbowych, agencje incentive.

## CELE KAMPANII:

### Cele marketingowe

- wzrost liczby przyjazdów turystów do Krakowa i Małopolski,
- wzrost wartości sprzedaży na rynkach docelowych wśród małopolskich przedsiębiorców turystycznych,
- wzrost liczby turystów odwiedzających landing page, portal [visitmalopolska.pl](http://visitmalopolska.pl), [krakow.travel](http://krakow.travel), [convention.krakow.pl](http://convention.krakow.pl).

### Cele komunikacyjne

- wsparcie dla rozwoju turystyki Małopolski i Krakowa w kontekście przeciwdziałania skutkom pandemii COVID-19 z wykorzystaniem najbardziej rozpoznawalnej na świecie polskiej marki turystycznej jaką jest Kraków,
- podniesienie zainteresowania ofertą turystyczną Małopolski i Krakowa oraz pobudzenie potrzeby wyjazdu do Małopolski wśród mieszkańców Niemiec, Wysp Brytyjskich, Włoch, Austrii, Szwajcarii, USA i krajów skandynawskich,
- poszerzenie listy odwiedzanych miejsc przez przyjeżdżających do Krakowa o inne atrakcje Małopolski,
- kreowanie pozytywnego wizerunku Krakowa i Małopolski jako miejsca gwarantującego różnorodność doświadczeń turystycznych, wysoką jakość oferty i bezpieczeństwo sanitarne związane z COVID-19,
- zwiększenie rozpoznawalności Małopolski i Krakowa zagranicą jako atrakcyjnego miejsca do organizacji międzynarodowych konferencji, kongresów i spotkań biznesowych, konkurencyjnego wobec innych miast tej części Europy,
- wykorzystanie w kampanii kotwicy medialnej planowanych w 2023 roku Europejskich Igrzysk Olimpijskich, a także najistotniejszych walorów turystycznych Małopolski takich jak: turystyka miejska i kulturowa, turystyka aktywna, turystyka zdrowotna, MICE.

### Skrócony harmonogram działań projektu „Małopolska – cel podróży”:

1. Aktualizacja briefu kampanii przez agencję w 2022 roku.
2. Aktualizacja koncepcji kreatywnej kampanii, strategii komunikacji oraz planu mediowego przez agencję w 2022 roku.
3. Koordynacja całościowa projektu od momentu rozpoczęcia do zakończenia projektu 31.12.2023 r.:
  - Obsługa PR i e-PR w III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
  - Content marketing, kampania w mediach społecznościowych w III i IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
  - Stworzenie i prowadzenie strony internetowej kampanii (landing page) od IV kwartału 2021 do 31 grudnia 2023 r.,
  - Stworzenie grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć wykorzystywanych w działaniach marketingowych wraz z obsługą od III kwartału 2021 do 31 grudnia 2023 r.,
  - Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (na FB i Instagramie) w całym roku 2022 i 2023,
  - Organizacja 9 wyjazdowych misji gospodarczych i 1 przyjazdowej misji gospodarczej dla przedstawicieli małopolskiej branży turystycznej w IV kwartale 2021 roku oraz w 2022 i 2023 roku,
  - 17 akcji ambientowych w całym 2022 i 2023 r.,
  - Działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i I kwartał 2022 r. oraz w całym roku 2023,
  - Działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach opiniotwórczych (reklama natywna w mediach branżowych podparta kampanią banerową) dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i I kwartał 2022 r. oraz cały 2023 r.,
  - Działania promocyjne w Internecie - kampanie odśtonowe i adwords dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i IV kwartał 2022 r. oraz 2023 r.,
  - Działania promocyjne w mediach Krakow Convention Bureau: w social mediach, w tym na FB, YouTube i Instagramie Krakow Convention Bureau, pozycjonowanie strony [www.convention.krakow.pl](http://www.convention.krakow.pl), przygotowanie wirtualnych spacerów po obiektach konferencyjnych Krakowa i Małopolski, aktualizacja i uzupełnienie bazy obiektów konferencyjnych w Małopolsce, materiałów multimedialnych z wykorzystaniem sylwetek tzw. Ambasadorów Krakowa i Małopolski dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i cały rok 2022 i 2023,
  - Udział w 16 międzynarodowych targach turystyki biznesowej i warsztatach odbywających się w IV kwartale 2021 i całym roku 2022 i 2023,
  - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube w 2022 i 2023 roku,
  - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej w oparciu o sieć GDN (Google Display Network) oraz systemy i narzędzia powiązane (np. E-mailing, kampania w aplikacjach, Video online) w 2022 i 2023 roku,
  - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej na portalach rezerwacyjnych typu booking.com/Expedia Group/Tripadvisor oraz stronach linii lotniczych np. Lufthansa czy easy.jet w 2022 i 2023 roku,
  - Organizacja warsztatów Forum for Young Professionals w IV kwartale 2022 roku,

- Organizacja FAM TRIPu pn. Experience Kraków. Visit Małopolska w 2023 roku,
4. Przeprowadzenie ewaluacji kampanii promocyjnej w IV kwartale 2023 r.

#### Opis wydarzenia:

Cały event będzie składał się z dwóch części:

1. Stworzenia, co najmniej na dwa tygodnie przed planowanym wyjazdem kampera, wydarzenia na profilu Facebook <https://www.facebook.com/erlebekrakau> oraz jego późniejsze prowadzenie.
2. Wyjazdu kampera do Düsseldorfu i prowadzenie działań eventowych w przestrzeni miejskiej w terminie 27-28 sierpnia 2022 r.

W pierwszej części wydarzenia Wykonawca jest zobowiązany do stworzenia na profilu Facebook <https://www.facebook.com/erlebekrakau>, który jest własnością Zamawiającego, wydarzenia zapowiadającego przyjazd kampera do Düsseldorfu. Właścicielem kampera jest Małopolska Organizacja Turystyczna. Kamper Małopolski jest to samochód Adria Matrix Plus 600 DT o wymiarach 7x2,3x3m (długość/szerokość/wysokość) i wadze do 3,5 t, obrendowany odpowiednimi grafikami. Samochód wykorzystywany jest w celach promocyjnych w kraju i za granicą. Główną ideą wydarzenia będzie realizacja konkursu internetowego w ramach, którego wszystkie osoby posiadające aktywne konto Facebook będą mogły odnaleźć kamper w przestrzeni miejskiej w Düsseldorfie, zrobić sobie z nim zdjęcie, opublikować z odpowiednim hasztagiem, a następnie odebrać od obsługi kampera nagrodę w postaci gadżetów z Małopolski. W ramach pierwszej części eventu, tj. prowadzenia wydarzenia na platformie Facebook, Wykonawca przygotowuje regulamin konkursu oraz przeprowadzi kampanię promocyjną zachęcającą do udziału w konkursie mieszkańców Düsseldorfu i okolic. W ramach drugiej części eventu Wykonawca będzie zobowiązany do obsługi kampera podczas działań w przestrzeni miejskiej w Düsseldorfie w terminie 27-28 sierpnia 2022 r. oraz działań promocyjnych na wydarzeniu na profilu Facebook w tym samym czasie.

Zamawiający przekaze niezbędny dostęp do profilu <https://www.facebook.com/erlebekrakau> oraz zestaw materiałów promocyjnych nt. kampera, które będą mogły zostać wykorzystane do produkcji treści. Wykonawca stworzy tekst marketingowy opisujący wydarzenie, a także będzie odpowiedzialny za tworzenie treści postów oraz stworzenie regulaminu konkursu, który będzie prowadzony podczas wydarzenia. Cała treść może być tworzona przez native speakera lub tłumaczona na język niemiecki. W przypadku tłumaczenia materiałów tekstowych przez Wykonawcę w trakcie realizacji zamówienia muszą one spełniać standardy: PN-EN ISO 17100:2015-06 bądź równoważnych norm w zakresie świadczenia usług tłumaczenia pisemnego.

Wykonawca będzie zobowiązany do prowadzenia wydarzenia przez cały okres realizacji eventu. Przed opublikowaniem wydarzenia Wykonawca stworzy koncepcję komunikacyjno-marketingową, gdzie co najmniej wskaże sposób komunikacji w ramach wydarzenia, grupy docelowe oraz częstotliwość komunikacji. Ponadto zaproponuje preferowane sposoby promocji wydarzenia. Wydarzenie będzie promowane w ramach Facebook Ads. Planowany budżet promocyjny to 10 000,00 zł brutto. Minimalny zasięg działań reklamowych to 300 tysięcy osób. Wykonawca wskaże Zamawiającemu preferowane grupy docelowe działań reklamowych, z tym, że powinni to być mieszkańcy Düsseldorfu i okolic.

Wykonawca będzie na bieżąco moderował wydarzenie w zakresie: odpowiadania na pytania uczestników, inicjowania dyskusji, zapraszania gości i innych elementów, które mogą wpłynąć na pozytywny i szeroki odbiór wydarzenia. Finałem wydarzenia będzie wyjazd kampera do Düsseldorfu,



podczas którego Wykonawca będzie zobowiązany do zintensyfikowania działań promocyjnych poprzez tworzenie relacji i postów „na żywo” w dniach 27-28.08.2022 r.

Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia co najmniej jednej osoby do obsługi akcji przy kamperze, która biegle włada językiem niemieckim i będzie odpowiadała za komunikację z osobami, które będą zainteresowane udziałem w konkursie, będzie tworzyć treści „na żywo” oraz animować wydarzenie zgodnie z potrzebami, które będą się pojawiać w danej chwili. Osoba ta musi posiadać możliwość publikowania na bieżąco treści w ramach wydarzenia i profilu na Facebooku. Planowana jest publikacja co najmniej 4 postów dziennie. Zamawiający ze swojej strony zapewnia udział w ewencie w przestrzeni miejskiej dwóch pracowników merytorycznych, którzy będą wspierać merytorycznie i technicznie wydarzenie i będą również pełnili rolę kierowców kampera.

Część eventu realizowana w przestrzeni miejskiej będzie miała formę całodniowego przejazdu samochodu w obrębie Düsseldorfu i najbliższych okolic. Zostanie wyznaczone minimalnie 4 miejsca, gdzie w każdym dniu (27-28.08.br.) zatrzyma się samochód. Każdorazowy postój zaplanowany jest na około godzinę. Całość jednodniowego przejazdu nie powinna trwać dłużej niż 8h. Zamawiający wyselekcjonuje 4 miejsca w mieście i okolicach, które są popularne wśród mieszkańców jako miejsca wypoczynkowe. Zamawiający zapewni wszelkie zgody na postój. Wykonawca jest zobowiązany do odpowiedniego ustawienia samochodu oraz w wyznaczonej godzinie zapraszanie potencjalnie zainteresowanych do udziału w konkursie. Dodatkowo Wykonawca z każdego z miejsc wykona fotorelację oraz materiał filmowy, który będzie później wykorzystywany przy promocji regionu w portalach społecznościowych. Wybrana trasa zostanie powtórzona w kolejnym dniu choć istnieje możliwość modyfikacji godzinowej lub zmiany kolejności miejsc postoju lub zmiany samych miejsc postoju.

Każda osoba, która udowodni, że udostępniła swoje zdjęcie z kamperem zostanie obdarzona zestawem wyprodukowanych gadżetów oraz materiałami promocyjnymi. Wykonawca będzie zobowiązany do wyprodukowania minimum 4 000 sztuk gadżetów składających się z dwóch różnych typów. Przy czym jednym z nich będzie magnes w ilości 2 000 sztuk o parametrach: materiał – blaszka aluminiowa usztywniona tekturą introligatorską, wykończenie – folia błyszcząca, tył – folia magnetyczna, całkowita grubość magnesu ok. 3 mm, fotograficzna jakość nadruku w pełnej palecie kolorów CMYK. Natomiast drugi, także w ilości 2 000 sztuk, zostanie wybrany z propozycji złożonej przez Wykonawcę. Wykonawca musi złożyć propozycję 6 gadżetów, spośród których Zamawiający wybierze 1. Zaproponowany gadżet nie może być sprzętem elektronicznym, musi być związany z turystyką, kamperem, podróżami, nie może być drobnym gadżetem typu smycz, długopis, itp. Zaproponowany gadżet musi być powiązany z charakterem wydarzenia, musi być praktyczny, funkcjonalny, ciekawy, oryginalny. Zamawiający przekaże kolorowe projekty graficzne, które będą musiały zostać umieszczone na przygotowywanych gadżetach, wg parametrów technicznych przekazanych przez Wykonawcę. Zamawiający przekaże wszelkie projekty do wyprodukowania gadżetów, w tym projekty graficzne w odpowiednim formacie. Ponadto Wykonawca zobowiązany jest do wydrukowania materiałów promocyjnych, typu mapa, wcześniej przygotowanych w ramach zadań własnych przez Zamawiającego. Wykonawca musi wydrukować minimum 8 000 szt. materiałów promocyjnych typu mapa o parametrach:

- format około B2,
- format po obcięciu (netto) 680x480mm,
- format po złożeniu koło 113x240mm,
- liczba stron: 2,
- zadruk: CMYK, 4+4,
- papier: kreda mat, gramatura 115g/m<sup>2</sup> lub g-print 115g/m<sup>2</sup>,

- falcowanie: 5x1 łamy,
- składanie map wyłącznie maszynowe.

Projekt graficzny mapy w odpowiednim formacie zostanie przekazany przez Zamawiającego.

Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawienia sprawozdania po ewencie wraz ze sprawozdaniem z realizacji działań w social mediach.

Kod CPV:

**55100000-1 - Usługi hotelarskie**

**60000000-8 - Usługi transportowe (z wyłączeniem transportu odpadów)**

**79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe**

**79824000-6 - Usługi drukowania i dystrybucji**

#### 4. SZCZEGÓŁOWE WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

W ramach realizacji działania Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia co najmniej 1 osoby do obsługi akcji przy kamperze, która biegle włada językiem niemieckim i będzie odpowiadała za komunikację z osobami, które będą zainteresowane udziałem w konkursie, będzie tworzyć treści „na żywo” oraz animować wydarzenie zgodnie z bieżącymi potrzebami.

Zamawiający zapewnia ze swojej strony udział kampera wraz z paliwem wystarczającym do realizacji działań. Osoba do obsługi akcji przy kamperze wraz z dwójką pracowników merytorycznych Zamawiającego powinni być cały czas obecni przy wydarzeniu tj. w terminie 27-28 sierpnia 2022 r. Dodatkowo dwójka pracowników merytorycznych Zamawiającego jest zobowiązana do udziału w transporcie samochodu do i z Krakowa tj. w terminie 25-30 sierpnia 2022 r. Wykonawca jest też zobowiązany do zapewnienia noclegu w Düsseldorfie dla osoby do obsługi akcji przy kamperze oraz dwójki pracowników merytorycznych w terminie 26-29 sierpnia 2022 r. Nocleg powinien odbyć się w pokoju dwuosobowym ze śniadaniem i łazienką, w agroturystyce, pensjonacie lub hotelu o standardzie 3\*. Osoby te będą podróżować kamperem dlatego Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia ich noclegu w trakcie podróży do Niemiec (tj. 25/26 sierpnia) oraz z powrotem (tj. 29/30 sierpnia). Nocleg powinien odbyć się w pokoju dwuosobowym ze śniadaniem i łazienką, w agroturystyce, pensjonacie lub hotelu o standardzie 3\*. Miejsca noclegów w trakcie podróży zostaną ustalone zgodnie z planem podróży zaplanowanym przed wyjazdem. Wykonawca zobowiązany jest do opłacenia wszelkich niezbędnych winiet, opłat autostradowych, parkingów kampera oraz innych opłat postojowych niezbędnych do realizacji działania.

Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu co najmniej na 3 dni przed planowanym rozpoczęciem wydarzenia na profilu Facebook strategii komunikacyjno-marketingowej oraz harmonogramu działań. Ponadto Wykonawca na 5 dni przed planowanym wyjazdem przekaże Zamawiającemu harmonogram działań w przestrzeni miejskiej w Düsseldorfie. Zamawiający ma prawo do wprowadzania zmian w ww. dokumentach.

Wykonawca każdorazowo przekaże do akceptacji Zamawiającego projekty postów, propozycje hashtagów oraz oznaczeń profili. Wykonawca jest zobowiązany do zabezpieczenia wszelkich praw do wizerunku oraz praw autorskich i majątkowych oraz przekazanie ich Zamawiającemu.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany terminu wydarzenia po uprzednim powiadomieniu Wykonawcy, a także zmiany miejsca realizacji działań, o ile nie będzie to miało wpływu na zakres zobowiązań Wykonawcy.

Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu wszystkich elementów potwierdzających prawidłowe wykonanie zamówienia, a w szczególności dokumentacji zdjęciowej oraz filmowej. Pełna dokumentacja wraz z materiałami filmowymi zostanie przekazana w formie pozwalającej na dowolne modyfikacje i zmiany.

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej (OC) z tytułu wszelkich szkód w majątku oraz osobowych powstałych w związku z realizacją umowy w ramach wydarzenia typu ambient wobec osób trzecich na sumę 180 000,00 zł (słownie: sto osiemdziesiąt tysięcy złotych) na okres akcji oraz prac montażowych i demontażu oraz przedłożenie Zamawiającemu do wglądu polisy nie później niż na 1 dzień przed datą rozpoczęcia wydarzenia.

## 5. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany istotnych warunków i postanowień umowy w przypadku wystąpienia czynników, na które Zamawiający nie miał wpływu, a są związane z faktem finansowania wydatku ze środków Unii Europejskiej.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do dokonania uzasadnionych zmian istotnych warunków umowy o czym niezwłocznie poinformuje Wykonawcę. Wszelkie zmiany treści umowy mogą być dokonywane wyłącznie w formie aneksu podpisanego przez obie strony, pod rygorem nieważności i mogą dotyczyć:

- a) Zmiany terminu wykonania umowy – w przypadkach, gdy: wystąpią okoliczności, których strony umowy nie były w stanie przewidzieć, pomimo zachowania należytej staranności; wystąpią zjawiska związane z działaniem siły wyższej (np. klęska żywiołowa itp.). Występowanie i rozprzestrzenianie się wirusa SARS-CoV-2 (koronawirus) nie stanowi zjawiska o charakterze siły wyższej i nie stanowi podstawy do żądania przez Wykonawcę zmiany terminu wykonania umowy; brakuje środków finansowych na realizację przedsięwzięcia/zadania.  
Wystąpienie którejkolwiek z wymienionych wyżej okoliczności w zakresie mającym wpływ na przebieg realizacji zamówienia, będzie skutkować tym, iż termin wykonania umowy może ulec odpowiedniemu przedłużeniu o czas niezbędny do zakończenia wykonania jej przedmiotu w sposób należyty.
- b) Zmiany wynagrodzenia – w przypadku: zmiany stawki podatku VAT; szczególnego uzasadnienia ekonomicznego i/lub technicznego.

Wystąpienie którejkolwiek z wymienionych powyżej okoliczności nie stanowi bezwzględnego zobowiązania Zamawiającego do dokonania takich zmian, ani nie może stanowić podstawy roszczeń Wykonawcy do ich dokonania.

Umowa zawiera postanowienia o przeniesieniu całości praw autorskich do dokumentacji opisowej, zdjęciowej oraz filmowej w ramach wynagrodzenia należnego Wykonawcy za realizację przedmiotu umowy, wraz z wyrażeniem przez Wykonawcę nieodwołalnej zgody na wprowadzenie przez Zamawiającego oraz osoby trzecie dowolnych zmian oraz modyfikacji w zakresie utworów.



## 6. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Od daty podpisania umowy do 2 września 2022 roku.

## 7. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU – WYMOGI FORMALNE

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy spełniający poniższe warunki:

1. Posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli prawo nakłada obowiązek posiadania tych uprawnień.
2. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówień.

W ramach spełnienia warunku doświadczenia wymaga się od Oferenta wykazania co najmniej doświadczenia w realizacji w ostatnich 5 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 1 zbieżnej usługi (lub tzw. usług ciągłych), o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na kwotę co najmniej 90 000,00 zł brutto. Jako usługę o podobnym charakterze Zamawiający rozumie realizację działań eventowych typu ambient marketing. Jako potwierdzenie doświadczenia Oferent przedłoży referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty potwierdzające zarówno należyte zrealizowanie tych usług jak również ich wartość.

W przypadku gdy o udzielenia zamówienia występuje osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej, warunek o którym mowa powyżej uważa się za spełniony, jeżeli wymagane doświadczenie posiada co najmniej jeden ze współników prowadzących działalność w formie spółki cywilnej. Doświadczenie może być nabyte zarówno w działalności w ramach spółki jak również w innym stosunku prawnym. Jeżeli doświadczenie zostało nabyte w ramach innego stosunku prawnego Oferent zobowiązany jest dołączyć dokumenty, z których wynika:

- 1) rodzaj stosunku prawnego (np. umowa o pracę, umowa zlecenia, kontrakt menadżerski, pełnienie funkcji w danej branży itp.) oraz
- 2) potwierdzenie (referencje) że osoba, która powołuje się na fakt posiadania doświadczenia odpowiadała za usługi wskazane w ramach niniejszego postępowania.

Powyższe wymagania dotyczą również osoby fizycznej samodzielnie prowadzącej działalność gospodarczą.

3. O udzielenie zamówienia może ubiegać się podmiot, który nie jest powiązany z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy, a Wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a) uczestniczeniu w spółce jako współnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji, o ile niższy próg nie wynika z przepisów prawa lub nie został określony przez IZ PO,
- c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,

d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

4. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.

5. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który nie został prawomocnie skazany za przestępstwo popełnione w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przekupstwa, przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych.

6. Dodatkowo w ramach przedkładanej oferty Wykonawca musi opracować i przedłożyć wstępny plan wydarzenia z propozycją gadżetów oraz rozpiską godzinową, który będzie zawierał wszystkie wskazane w zapytaniu elementy.

Wszystkie dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu (m.in. referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty) muszą być przedstawione w formie oryginału, kopii lub dokumentu elektronicznego, podpisane przez osoby sporządzające dokument lub inne osoby upoważnione. Dokumenty podpisane przez osoby lub podmioty trzecie, a także podmioty zajmujące się potwierdzaniem autentyczności podpisów nie będą uwzględniane.

Niespełnienie jednego z wymienionych w punktach 1-6 warunków udziału w postępowaniu skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania.

## **8. DOKUMENTY WYMAGANE W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIENIA WARUNKÓW**

W celu potwierdzenia spełnienia warunków formalnych udziału w postępowaniu Oferent złoży oświadczenie będące częścią Formularza Ofertowego stanowiące załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego oraz Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych, stanowiące załącznik nr 2 do Zapytania Ofertowego.

W celu potwierdzenia spełnienia warunku dotyczącego posiadania doświadczenia w postaci realizacji w ostatnich 5 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 1 zbieżnej usługi (lub tzw. usług ciągłych), o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na kwotę co najmniej 90 000,00 zł brutto, Oferent przedłoży referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty potwierdzające zarówno należyte zrealizowanie tych usług jak również ich wartość.

W celu potwierdzenia warunku dotyczącego dodatkowego doświadczenia związanego ze zrealizowaniem usług polegających na realizacji działań eventowych dla podmiotów turystycznych zajmujących się promocją kraju/regionu/miasta Oferent złoży uzupełniony Załącznik nr 4 oraz referencje lub protokoły zdawczo – odbiorcze lub oświadczenia lub faktury lub umowy itp. potwierdzające to doświadczenie.

Wszystkie dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu (m.in. referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty) muszą być przedstawione w formie oryginału, kopii lub dokumentu elektronicznego, podpisane przez osoby sporządzające dokument lub inne osoby upoważnione. Dokumenty podpisane przez osoby lub podmioty trzecie, a także podmioty zajmujące się potwierdzaniem autentyczności podpisów nie będą uwzględniane.

W przypadku Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia (konsorcjum), każdy z Wykonawców musi złożyć osobno dokumenty w postaci Oświadczenia o braku powiązań kapitałowych lub osobowych (Załącznik nr 2). Pozostałe dokumenty potwierdzające warunki udziału w postępowaniu składane są wspólnie. W przypadku, gdy wyłącznie jeden podmiot będzie reprezentował Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Wykonawca ten zobowiązany jest do dołączenia do oferty dokumentu pełnomocnictwa do reprezentacji konsorcjum w postępowaniu o udzielenie zamówienia oraz do zawarcia umowy, a także umowę konsorcjum, z którego wynikać będzie w sposób niebudzący wątpliwości umocowanie Wykonawcy do występowania w imieniu konsorcjum i podejmowania decyzji wiążących dla konsorcjum. W przeciwnym wypadku wszystkie dokumenty muszą być podpisane w taki sposób, by zobowiązani pozostawali wszyscy Wykonawcy wchodzący w skład konsorcjum.

## **9. WALUTA, W JAKIEJ BĘDĄ PROWADZONE ROZLICZENIA ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ NINIEJSZEGO ZAMÓWIENIA ORAZ WARUNKI PŁATNOŚCI**

- Realizacja przedmiotu zamówienia odbywać się będzie na podstawie umowy z osobą lub podmiotem zewnętrznym po rozstrzygnięciu Zapytania Ofertowego.
- Płatność będzie dokonywana po zakończeniu wydarzenia na podstawie faktur/rachunków.
- Rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia będą prowadzone w polskich złotych (PLN).

## **10. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY**

Prawidłowo przygotowana oferta powinna zawierać:

1. Wypełniony i podpisany przez osobę upoważnioną Formularz Oferty – załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego.
2. Podpisane Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych – załącznik nr 2 do Zapytania Ofertowego.
3. Podpisane Oświadczenie dotyczące spełniania klauzul społecznych – załącznik nr 3 do Zapytania Ofertowego.
4. Wypełniony opis dodatkowego doświadczenia Wykonawcy w zakresie zrealizowanych usług polegających na realizacji działań eventowych dla podmiotów turystycznych zajmujących się promocją kraju/regionu/miasta – załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego.
5. Opracowany przez Oferenta wstępny plan wydarzenia.
6. Oferta powinna być podpisana wyłącznie czytelnym i własnoręcznym podpisem przez upoważnioną osobę lub osoby upoważnione do składania ofert. Zamawiający akceptuje dokumenty podpisane elektronicznie, z wyłączeniem jednakże dokumentów podpisanych przez osoby zajmujące się potwierdzaniem tożsamości oraz podpisów.
7. Nie dopuszcza się możliwości składania ofert częściowych.

8. Zamawiający poprawia w ofercie:
- oczywiste omyłki pisarskie,
  - oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek,
  - inne omyłki polegające na niezgodności oferty z treścią zapytania ofertowego niepowodujące istotnych zmian w treści oferty niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.

W przypadku, o którym mowa w pkt. 10.8 lit. c), Zamawiający wyznaczy Wykonawcy odpowiedni termin na zakwestionowanie jej poprawienia. Brak odpowiedzi w wyznaczonym terminie uznaje się za wyrażenie zgody na poprawienie omyłki.

### 11. OSOBY UPRAWNIONE DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z POTENCJALNYMI WYKONAWCAMI

Katarzyna Halz-Żurowska, e-mail: katarzynah@mot.krakow.pl, tel. +48 733 325 273.

### 12. MIEJSCE I TERMIN ZŁOŻENIA OFERTY

- Ofertę należy złożyć drogą e-mailową na adres e-mail: **postepowania@mot.krakow.pl** lub poprzez zamieszczenie w Bazie Konkurencyjności.
- Termin składania ofert do dnia 8 sierpnia 2022 r., do godz. 23:59.**
- W przypadku wysłania oferty na skrzynkę e-mailową Zamawiającego należy ją dołączyć jako załączniki do treści wiadomości; nie spełnia wymogu złożenie oferty drogą e-mailową na adres e-mail: postepowania@mot.krakow.pl w postaci tzw. podlinkowania oferty w treści przesłanego e-maila lub przez zewnętrzny dysk.
- Oferty złożone po tym terminie nie będą uwzględnione. Złożenie oferty nie jest równoznaczne z udzieleniem zamówienia.
- Oferty niekompletne, nie spełniające wymogów niniejszego zapytania, przesłane po terminie lub pod inne niż wskazane adresy nie będą rozpatrywane przez Zamawiającego.

### 13. KRYTERIA OCENY OFERT, WYBORU WYKONAWCY I SPOSÓB OBLICZENIA OFERTY

Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

	Kryterium oceny	Waga punktowa (0-100) pkt.
1.	Wartość zamówienia brutto (w PLN)	77,00
2.	Dodatkowe doświadczenie Oferenta w zakresie realizacji działań eventowych dla podmiotów turystycznych zajmujących się promocją kraju/regionu/miasta	20,00
3.	Aspekty społeczne	3,00

Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- wartość zamówienia brutto (w PLN) – 77,00 pkt.,
- dodatkowe doświadczenie Oferenta w zakresie realizacji działań eventowych dla podmiotów turystycznych zajmujących się promocją kraju/regionu/miasta – 20,00 pkt.,
- aspekty społeczne – 3,00 pkt.

**Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: wartość zamówienia brutto:**
$$C = (C \text{ min} : C \text{ n}) \times 77,00 \text{ pkt.}$$

gdzie:

C - wartość zamówienia,

C min - najniższa wartość zamówienia brutto spośród ocenianych ofert,

C n - wartość zamówienia brutto ocenianej oferty.

**Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: dodatkowe doświadczenie Oferenta. Poza tym jednym doświadczeniem wymaganym jako kryterium dostępu.**

W ramach kryterium oceniane będzie wykazane dodatkowe doświadczenie Oferenta tj. doświadczenie w zakresie zrealizowanych usług polegających na realizacji działań eventowych dla podmiotów turystycznych zajmujących się promocją kraju/regionu/miasta, gdzie:

1 usługa = 5 pkt.,

2 usługi = 10 pkt.,

3 usługi = 15 pkt.,

4 usługi i więcej = 20 pkt.,

Oferent jako potwierdzenie dodatkowego doświadczenia przedłoży - referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze, umowy itp.

**Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: aspekty społeczne:**
$$K = [K_B] \times 3$$

K - ilość uzyskanych punktów,

K<sub>B</sub> - spełnienie kryterium klauzula społeczna.

W kryterium tym 3 pkt. otrzyma oferta Wykonawcy, który jest zakładem pracy chronionej lub innym podmiotem, którego działalność, lub działalność jego wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami grup społecznie marginalizowanych, w szczególności:

- a) osób niepełnosprawnych w rozumieniu ustawy z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz.U. z 2011 r. poz. 721, z późn. zm. 108);
- b) bezrobotnych w rozumieniu ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2016 r. poz. 645, 691 i 868);
- c) osób pozbawionych wolności lub zwalnianych z zakładów karnych, o których mowa w ustawie z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny wykonawczy (Dz.U. poz. 557, z późn. zm. 109), mających trudności w integracji ze środowiskiem;
- d) osób z zaburzeniami psychicznymi w rozumieniu ustawy z dnia 19 sierpnia 1994 r. o ochronie zdrowia psychicznego (Dz.U. z 2016 r. poz. 546 i 960);
- e) osób bezdomnych w rozumieniu ustawy z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej (Dz.U. z 2016 r. poz. 930);
- f) osób, które uzyskały w Rzeczypospolitej Polskiej status uchodźcy lub ochronę uzupełniającą, o których mowa w ustawie z dnia 13 czerwca 2003 r. o udzielaniu cudzoziemcom ochrony na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. z 2012 r. poz. 680, z 2013 r. poz. 1650, z 2014 r. poz. 1004, z 2015 r. poz. 1607 oraz z 2016 r. poz. 783);



- g) osób do 30. roku życia oraz po ukończeniu 50. roku życia, posiadających status osoby poszukującej pracy, bez zatrudnienia;
- h) osób będących członkami mniejszości znajdującej się w niekorzystnej sytuacji, w szczególności będących członkami mniejszości narodowych i etnicznych w rozumieniu ustawy z dnia 6 stycznia 2005 r. o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym (Dz.U. z 2015 r. poz. 573 oraz z 2016 r. poz. 749);

przy czym co najmniej 30% osób zatrudnionych przez Wykonawcę na dzień złożenia oferty musi należeć do jednej lub więcej kategorii, o których mowa wyżej.

Wszystkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Zamawiający wybierze ofertę, która uzyska najwyższą liczbę punktów stanowiącą sumę punktów uzyskanych z poszczególnych kryteriów.

O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi Oferentów za pośrednictwem poczty elektronicznej. Jeżeli Zamawiający nie będzie mógł wybrać najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że złożone oferty w wyniku oceny otrzymały tę samą liczbę punktów, Zamawiający może wezwać Oferentów, którzy złożyli te oferty, do złożenia - w terminie określonym przez Zamawiającego - oferty dodatkowe w zakresie oferowanej ceny. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

Zamawiający jest uprawniony do wyboru kolejnej najkorzystniejszej oferty w przypadku, gdyby Oferent, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą odmówił podpisania umowy lub gdyby podpisanie umowy z takim Oferentem stało się niemożliwe z innych przyczyn, pod warunkiem, że nie upłynął termin związania ofertą.

Pozostałe kwestie nieuwzględnione w niniejszym zapytaniu ofertowym reguluje zasada konkurencyjności i obowiązujące na dzień ogłoszenia zapytania ofertowego Wytyczne w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności w latach 2014-2020.

#### 14. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

Termin związania ofertą 30 dni rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

#### 15. INNE POSTANOWIENIA

- Oferenci, którzy złożą oferty zostaną zawiadomieni o wynikach postępowania w formie elektronicznej (e-mail) lub telefonicznie na adres i numer wskazany w ofercie.
- Informację o wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zamieści w Bazie Konkurencyjności Funduszy Europejskich znajdującej się na stronie: [www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl) oraz na stronie Zamawiającego [www.mot.krakow.pl](http://www.mot.krakow.pl).
- Wybrany Oferent zobowiązuje się zawrzeć umowę w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego w zaproszeniu do podpisania umowy.

- Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania konkursowego bez podania przyczyny. W przypadku unieważnienia postępowania, Zamawiający nie ponosi kosztów postępowania.
- Niniejsze ogłoszenie nie jest ogłoszeniem w rozumieniu Ustawy prawo zamówień publicznych, a propozycje składane przez zainteresowane podmioty nie są ofertami w rozumieniu kodeksu cywilnego.
- Niniejsze zapytanie ofertowe nie stanowi zobowiązania Zamawiającego do zawarcia umowy.

#### Załączniki:

Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy.

Załącznik nr 2 – Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych.

Załącznik nr 3 – Oświadczenie dotyczące spełniania klauzul społecznych.

Załącznik nr 4 – Opis dodatkowego doświadczenia Wykonawcy.