

# ZAPYTANIE OFERTOWE

## I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Wielkopolska Organizacja Turystyczna  
ul. 27 Grudnia 17/19  
61-737 Poznań  
woj. wielkopolskie  
telefon: +48 61/ 664 52 36  
fax +48 61/ 664 52 35  
Internet: <http://www.wot.org.pl>  
e-mail: [biuro@wot.org.pl](mailto:biuro@wot.org.pl)

Adres do korespondencji:

Wielkopolska Organizacja Turystyczna  
ul. Piekary 17  
61-823 Poznań

## II. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest „*Program promocji turystycznej województwa wielkopolskiego w Internecie*”, który powinien obejmować co najmniej następujące elementy:

1. Diagnoza sytuacji w sferze promocji turystycznej województwa wielkopolskiego w Internecie.
2. Analiza SWOT (stanowiąca podsumowanie diagnozy, zawierająca element oceny).
3. Cele i zadania Programu.
4. Priorytety i/lub działania – wynikające z układu celów i stanowiące jego rozwinięcie, które będą zawierały dostępne instrumenty wsparcia jak m.in.:
  - a) skuteczne środki i narzędzia promocji w Internecie przy uwzględnieniu grup docelowych, celem uzyskania efektywniejszego przekazu oraz zasadach dostępu do nich przez kadry odpowiedzialne za marketing internetowy,
  - b) wykorzystanie mediów społecznościowych,
  - c) nowoczesne trendy w promocji internetowej,
  - d) przebudowa serwisów internetowych [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) oraz [www.wot.org.pl](http://www.wot.org.pl) m.in. ustalenie kluczowych celów i przygotowanie planu działań (z uwzględnieniem grupy docelowej), zaplanowanie funkcjonalności serwisu – cele i rozwiązania, doprecyzowanie założeń, stworzenie projektu graficznego, rozwiązania wskazujące

możliwość interakcji serwisu z grupą docelową, celem bieżącego udoskonalania, tzw. sprzężenie zwrotne jak np. statystyki, fora internetowe, kontakty mailowe, księga gości itp., wskazanie nowoczesnych narzędzi i środków skutecznej promocji nowopowstałego serwisu jak np. pozycjonowanie, kampanie banerowe lub w innych mediach itp.

- e) dążenie do zamieszczenia aktualnych informacji na ogólnopolskich i zagranicznych stronach internetowych dotyczących turystyki kulturowej w Wielkopolsce, sukcesywne wydawanie materiałów promocyjnych również w językach obcych
- f) opracowanie katalogu oferty produktów turystyki kulturowej oraz zamieszczenie go na portalu turystycznym zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną: [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel),
- g) dążenie do umieszczania linku do portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) na stronach internetowych miast, powiatów, gmin, organizacji turystycznych oraz punktów informacji turystycznej (w miarę możliwości),
- h) zamieszczanie informacji o dostępności danej oferty dla osób z niepełnosprawnościami,
- i) aktualizowanie informacji na stronie internetowej o Wielkiej Pętli Wielkopolski i aplikacji jej poświęconej: [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl),
- j) intensyfikacja działań promocyjnych w mediach społecznościowych,
- k) rozszerzanie istniejącej bazy danych o turystyce aktywnej w Wielkopolsce na istniejących już stronach internetowych zarządzanych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną,
- l) promocja produktów turystyki wiejskiej w mediach społecznościowych oraz w Internecie,
- m) prowadzenie bazy wyróżnionych/certyfikowanych obiektów i produktów turystyki wiejskiej na portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną,
- n) unowocześnianie stron internetowych: [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel), [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl). Punktem wyjścia do realizacji tego działania powinien być kompleksowy audyt strony. Zmodernizowana strona powinna uwzględniać aktualne trendy w projektowaniu serwisów internetowych (web design, responsywność) m.in. takich jak: wzrost znaczenia treści multimedialnych (wysokiej jakości zdjęcia, treści wideo w tle i in.). Praca nad stroną obejmować będzie także działania związane z integracją i adaptacją treści,
- o) integracja treści turystycznych w ramach wiodącego portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel). W ramach tego portalu prezentowane powinny być wszystkie treści o charakterze turystycznym. Wymaga to współpracy i przepływu informacji pomiędzy podmiotami dostarczającymi treści do pozostałych serwisów związanych z turystyką: [www.regionwielkopolska.pl](http://www.regionwielkopolska.pl), [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl); [www.szlakpiastowski.pl](http://www.szlakpiastowski.pl); [www.sit-wlkp.eu](http://www.sit-wlkp.eu).
- p) pozycjonowanie turystycznych stron w wyszukiwarkach internetowych. Punktem wyjścia będzie wybór podmiotu realizującego działania pozycjonerskie. Podmiot ten (przy współpracy ze zleceniodawcą) będzie odpowiedzialny za: określenie słów kluczowych,

optymalizację treści i kodu serwisów; budowanie linków do pozycjonowanych stron internetowych i in,

- q) prowadzenie profili w mediach społecznościowych,
  - r) stworzenie kalendarza imprez obejmującego wszystkie wydarzenia w województwie w ujęciu miesięcznym oraz podział na ogólne kategorie, jak imprezy: kulturalne, sportowe itp. Wspólny kalendarz dla całego województwa zintegruje informacje o wydarzeniach umieszczane na różnych portalach, a ich dostępność powinna zachęcić turystów do udziału w tych imprezach podczas pobytu lub do zaplanowania podróży specjalnie w taki sposób, aby uczestniczyć w określonych wydarzeniach. Działanie obejmie przyłączenie kalendarza do strony [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) oraz wskazanie podmiotu, odpowiedzialnego za jego aktualizację,
  - s) szkolenia z zakresu ICT w turystyce. Realizacja zadania powinna rozpocząć się od analizy wykorzystania narzędzi internetowych i mobilnych w obiektach turystycznych funkcjonujących na terenie województwa. Następnym krokiem jest przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń dedykowanych różnego rodzaju podmiotom w zakresie możliwości stosowania ICT w turystyce
  - t) możliwości związane z doszkadzaniem kadr w zakresie marketingu internetowego.
5. Harmonogram, system i zasady wdrażania na lata 2016 – 2017.
  6. Zasady wsparcia finansowego jak m.in. możliwości dofinansowania działań w ramach dostępnych programów rozwoju regionalnego i innych – konieczność korespondowania z zasadami przewidzianymi w tych programach.
  7. Realizacja Programu Promocji w Internecie województwa wielkopolskiego, w tym założenia, przygotowania do realizacji Programu, partnerzy uczestniczący w realizacji Programu, sposób przedstawienia koncepcji, przebieg i efekty Programu.
  8. Rezultaty i założenia do realizacji Programu oraz wnioski i rekomendacje dotyczące wdrażania Programu.
  9. Kosztorys realizacji zadań opisanych powyżej w oparciu o racjonalne badanie rynku, tj. porównanie ofert co najmniej 3 firm, kierując się zasadą ochrony uczciwej konkurencji, zasadą swobody przepływu kapitału, towarów, dóbr i usług oraz zasadą niedyskryminacji i równego traktowania wykonawców na rynku.

Program powinien być zgodny ze „Strategią rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”. Powinien stanowić uszczegółowienie i uzupełnienie zapisów zawartych w „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”, a jego zakres rzeczowy powinien wynikać z układu priorytetów i przyjętych w niej celów strategicznych. Program operacyjny powinien być przygotowany z perspektywy samorządu województwa oraz winien być przeznaczony dla Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej oraz innych podmiotów działających w poszczególnych obszarach, których program dotyczy.

**Przedmiot zamówienia obejmuje przygotowanie „Programu promocji turystycznej województwa wielkopolskiego w Internecie” w formie drukowanej i elektronicznej oraz opracowanie prezentacji multimedialnej.**

Program operacyjny promocji turystycznej województwa wielkopolskiego powstać powinien metodą partycypacyjno-eksperycką, polegającą na połączeniu pracy Zamawiającego, Wykonawcy i wkładu pracy członków **powołanego przez Zamawiającego Zespołu Programowego**.

### **III. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

- 1) Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przystąpił do wykonania Zamówienia niezwłocznie po podpisaniu umowy. **Wymagany termin wykonania umowy, w tym protokolarnego odbioru przedmiotu zamówienia – to 90 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.**
- 2) Wykonawcy biorący udział w postępowaniu zobowiązani są do uwzględnienia w przygotowanej ofercie wszystkich możliwych kosztów związanych z realizacją wskazanego zadania, w tym przede wszystkim: koszty związane z przekazaniem wersji drukowanej i elektronicznej gotowego przedmiotu zamówienia, koszty dojazdu do Zleceniodawcy celem konsultacji, koszty przeniesienia praw autorskich itp.

### **IV. PRZYGOTOWANIE OFERTY**

- A. Wykonawca, który posiada niezbędne doświadczenie oraz potencjał osobowy zdolny do wykonania przedmiotu zamówienia i jest zainteresowany realizacją zamówienia, **powinien przygotować i przedłożyć u Zamawiającego ofertę zawierającą następujące załączniki i dokumenty:**
- **ZAŁĄCZNIK NR 1** Wypełniony **Formularz ofertowy** wg wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego.
  - **ZAŁĄCZNIK NR 2** Podpisane przez Wykonawcę „Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu”.
  - **ZAŁĄCZNIK NR 3** Podpisane przez Wykonawcę „Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia Wykonawcy z postępowania”.
  - **ZAŁĄCZNIK NR 5** Wykaz usług w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie.
  - **ZAŁĄCZNIK NR 6** Wykaz osób, którymi dysponuje lub będzie dysponował Wykonawca (w przypadku polegania na zasobach kadrowych innego podmiotu, należy przedstawić pisemne zobowiązanie tego podmiotu do oddelegowania

danej osoby/osób), które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, wraz z informacjami na temat ich doświadczenia i wykształcenia niezbędnymi do wykonania zamówienia, według poniższego wzoru: imię i nazwisko/ tytuł naukowy z podaniem dziedziny/ **co najmniej 3 tytuły wykonanych opracowań z dziedziny turystyki każdej z wymienionych osób**/ daty i miejsca publikacji opracowań.

**B. Dodatkowe informacje związane z przygotowaniem oferty:**

- Wykonawca ma prawo złożyć **tylko jedną ofertę**.
- Oferta powinna mieć **formę pisemną** przesłaną na adres korespondencyjny Zamawiającego: Wielkopolska Organizacja Turystyczna, ul. Piekary 17, 61-823 Poznań (9 piętro, pokój 900), w terminie, o którym mowa w punkcie V. **TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT.**
- Zamawiający **nie dopuszcza** możliwości składania ofert częściowych.
- Oferta może być przyjęta przez Zamawiającego wyłącznie bez zastrzeżeń, przez złożenie oferty zgodnie ze wzorem stanowiącym **załącznik nr 1 Formularz ofertowy** do niniejszego zapytania ofertowego wraz z podpisanym dokumentami i oświadczeniami wymienionymi w punkcie IV niniejszego zapytania ofertowego.
- Brak odpowiedzi na złożoną ofertę nie stanowi zawarcia umowy.
- Wykonawca ponosi odpowiedzialność za nienależyte wykonanie przedmiotu umowy tj. niezgodnie z wytycznymi określonymi w punkcie II niniejszego zapytania ofertowego.
- **Zamawiający informuje, iż w przypadku, kiedy złożone oferty nie przyniosą Zamawiającemu rozwiązań i rezultatów, jakie zamierza osiągnąć wszczynając niniejsze postępowanie ofertowe – może postanowić on o wszczęciu kolejnej procedury tzw. zapytania ofertowego celem wyboru najkorzystniejszej oferty odpowiadającej rozwiązaniom i rezultatom oczekiwanym przez niego.**

## **V. TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT**

- Ofertę należy składać w terminie **do 23.02.2016 r. do godziny 10:00.**
- Ofertę należy składać:
  - ✓ osobiście w Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, ul. Piekary 17, 61-823 Poznań, (piętro 9, pokój 900),
  - ✓ przesłać pocztą/kurierem na adres korespondencyjny: Wielkopolska Organizacja Turystyczna, ul. Piekary 17, 61-823 Poznań.

**Wykonawcy, którzy nie wywiązali się z w/w warunku nie będą brani pod uwagę i ich oferty nie będą rozpatrywane.**

**Koperta powinna być zaadresowana na adres korespondencyjny Zamawiającego:**

**Wielkopolska Organizacja Turystyczna  
ul. Piekary 17**

61-823 Poznań

oraz oznakowana napisem: „*Program promocji turystycznej województwa wielkopolskiego w Internecie*”

- Ponadto koperta winna być opatrzona nazwą oraz dokładnym adresem Wykonawcy.
- **Decydujące znaczenie dla oceny zachowania powyższego terminu ma data stempla pocztowego.**
- Na złożonej ofercie Wykonawca winien wskazać termin ważności oferty: **30.04.2016 r.**

## VI. SPOSÓB OBLICZENIA CENY OFERTY:

- Oferta Wykonawcy sporządzona w odpowiedzi na niniejsze zapytanie ofertowe (zgodnie ze wzorem stanowiącym **załącznik nr 1 Formularz ofertowy** do niniejszego zapytania ofertowego), winna zawierać cenę netto oraz cenę brutto realizacji **całości zamówienia**.
- Ceny netto i brutto będą niezmiennie do zakończenia realizacji usługi, o której mowa w punkcie II niniejszego zapytania ofertowego.
- Ceny netto i brutto podane w ofercie będą cenami ostatecznymi i **nie będą podlegać negocjacom**.
- Cena brutto realizacji zamówienia winna uwzględniać podatek VAT według stawki obowiązującej na dzień składania ofert.
- Oferta z błędnie naliczonym podatkiem VAT zostanie odrzucona.
- Ceny netto oraz brutto oferty winny być liczone do dwóch miejsc po przecinku.
- Ceny netto i brutto winny być podane cyfrowo i słownie.
- Rozliczenia między Zamawiającym, a Wykonawcą będą prowadzone w złotych polskich. Nie dopuszcza się rozliczeń w walutach obcych.
- Ceny netto i brutto mogą być tylko jedno za oferowany przedmiot zamówienia, nie dopuszcza się wariantowych cen.
- Proponowana cena netto i brutto muszą obejmować **wszystkie koszty**, jakie poniesie Wykonawca przy realizacji zamówienia, w tym m.in. koszty związane z przekazaniem wersji drukowanej i elektronicznej gotowego przedmiotu zamówienia, koszty dojazdu do Zleceniodawcy celem konsultacji, koszty przeniesienia praw autorskich itp.
- Należy przewidzieć całkowity koszt realizacji zadania, a wszystkie utrudnienia wynikające z warunków realizacji zamówienia Wykonawca winien uwzględnić w zaproponowanej cenie.
- Wykonawca otrzyma wynagrodzenie tylko za zrealizowanie zadania w całości.

## VII. SPOSÓB I TERMIN ZAPŁATY

- Podstawą wystawienia faktury VAT przez Wykonawcę będzie podpisanie przez Zamawiającego bez zastrzeżeń protokołu zdawczo-odbiorczego.
- Zapłata wynagrodzenia za wykonanie zamówienia nastąpi po przyjęciu bez zastrzeżeń protokołu zdawczo-odbiorczego zadania przez Zamawiającego, w terminie 21 dni od dnia dostarczenia Zamawiającemu prawidłowo wystawionej faktury VAT.
- Wynagrodzenie należne Wykonawcy płatne będzie przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy, na podstawie prawidłowo wystawionej faktury VAT, którą Wykonawca wystawi niezwłocznie po zrealizowaniu całego zadania.

## VIII. PROCEDURA OCENY OFERT – KRYTERIA OCENY OFERT ORAZ ICH WAGA:

Wybór oferty dokonany zostanie na podstawie niżej przedstawionych kryteriów:

Nazwa kryterium	Waga
A. Cena	50%
B. Koncepcja Programu	30%
C. Doświadczenie	20%

Zastosowane wzory do obliczenia punktowego – sposób oceny ofert:

### **Kryterium A, tj. cena brutto, będzie liczone wg wzoru:**

$$\frac{\text{oferowana cena brutto najniższa ze wszystkich ofert}}{\text{oferowana cena brutto rozpatrywanej oferty}} \times 100 \times 50\%$$

Wynik działania stanowi liczbę punktów dla Kryterium A.

### **Kryterium B, tj. szczegółowy opis koncepcji Programu, obliczone będzie w następujący sposób:**

Zamawiający oceniać będzie proponowany przez Wykonawcę szczegółowy opis koncepcji Programu przygotowany **w oparciu o dziewięć elementów** (rozdziałów opracowania) wskazanych punkcie II niniejszego zapytania ofertowego, tj.:

1. Diagnoza sytuacji w sferze promocji turystycznej województwa wielkopolskiego w Internecie.
2. Analiza SWOT (stanowiąca podsumowanie diagnozy, zawierająca element oceny).
3. Cele i zadania Programu.
4. Priorytety i/lub działania – wynikające z układu celów i stanowiące jego rozwinięcie, które będą zawierały dostępne instrumenty wsparcia jak m.in.:
  - a) skuteczne środki i narzędzia promocji w Internecie przy uwzględnieniu grup docelowych, celem uzyskania efektywniejszego przekazu oraz zasadach dostępu do nich przez kadry odpowiedzialne za marketing internetowy,
  - b) wykorzystanie mediów społecznościowych,
  - c) nowoczesne trendy w promocji internetowej,
  - d) przebudowa serwisów internetowych [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) oraz [www.wot.org.pl](http://www.wot.org.pl) m.in. ustalenie kluczowych celów i przygotowanie planu działań (z uwzględnieniem grupy docelowej), zaplanowanie funkcjonalności serwisu – cele i rozwiązania, doprecyzowanie założeń, stworzenie projektu graficznego, rozwiązania wskazujące możliwość interakcji serwisu z grupą docelową, celem bieżącego udoskonalania, tzw. sprzężenie zwrotne jak np. statystyki, fora internetowe, kontakty mailowe, księga

- gości itp., wskazanie nowoczesnych narzędzi i środków skutecznej promocji nowopowstałego serwisu jak np. pozycjonowanie, kampanie banerowe lub w innych mediach itp.
- e) dążenie do zamieszczenia aktualnych informacji na ogólnopolskich i zagranicznych stronach internetowych dotyczących turystyki kulturowej w Wielkopolsce, sukcesywne wydawanie materiałów promocyjnych również w językach obcych
  - f) opracowanie katalogu oferty produktów turystyki kulturowej oraz zamieszczenie go na portalu turystycznym zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną: [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel),
  - g) dążenie do umieszczania linku do portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) na stronach internetowych miast, powiatów, gmin, organizacji turystycznych oraz punktów informacji turystycznej (w miarę możliwości),
  - h) zamieszczanie informacji o dostępności danej oferty dla osób z niepełnosprawnościami,
  - i) aktualizowanie informacji na stronie internetowej o Wielkiej Pętli Wielkopolski i aplikacji jej poświęconej: [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl),
  - j) intensyfikacja działań promocyjnych w mediach społecznościowych,
  - k) rozszerzanie istniejącej bazy danych o turystyce aktywnej w Wielkopolsce na istniejących już stronach internetowych zarządzanych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną,
  - l) promocja produktów turystyki wiejskiej w mediach społecznościowych oraz w Internecie,
  - m) prowadzenie bazy wyróżnionych/certyfikowanych obiektów i produktów turystyki wiejskiej na portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) zarządzanym przez Wielkopolską Organizację Turystyczną,
  - n) unowocześnianie stron internetowych: [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel), [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl). Punktem wyjścia do realizacji tego działania powinien być kompleksowy audyt strony. Zmodernizowana strona powinna uwzględniać aktualne trendy w projektowaniu serwisów internetowych (web design, responsywność) m.in. takich jak: wzrost znaczenia treści multimedialnych (wysokiej jakości zdjęcia, treści wideo w tle i in.). Praca nad stroną obejmować będzie także działania związane z integracją i adaptacją treści,
  - o) integracja treści turystycznych w ramach wiodącego portalu [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel). W ramach tego portalu prezentowane powinny być wszystkie treści o charakterze turystycznym. Wymaga to współpracy i przepływu informacji pomiędzy podmiotami dostarczającymi treści do pozostałych serwisów związanych z turystyką: [www.regionwielkopolska.pl](http://www.regionwielkopolska.pl), [www.wielka-petla.pl](http://www.wielka-petla.pl); [www.szlakpiastowski.pl](http://www.szlakpiastowski.pl); [www.sit-wlkp.eu](http://www.sit-wlkp.eu).
  - p) pozycjonowanie turystycznych stron w wyszukiwarkach internetowych. Punktem wyjścia będzie wybór podmiotu realizującego działania pozycjonerskie. Podmiot ten (przy współpracy ze zleceniodawcą) będzie odpowiedzialny za: określenie słów kluczowych, optymalizację treści i kodu serwisów; budowanie linków do pozycjonowanych stron internetowych i in,
  - q) prowadzenie profili w mediach społecznościowych,

- r) stworzenie kalendarza imprez obejmującego wszystkie wydarzenia w województwie w ujęciu miesięcznym oraz podziale na ogólne kategorie, jak imprezy: kulturalne, sportowe itp. Wspólny kalendarz dla całego województwa zintegruje informacje o wydarzeniach umieszczane na różnych portalach, a ich dostępność powinna zachęcić turystów do udziału w tych imprezach podczas pobytu lub do zaplanowania podróży specjalnie w taki sposób, aby uczestniczyć w określonych wydarzeniach. Działanie obejmie przyłączenie kalendarza do strony [www.wielkopolska.travel](http://www.wielkopolska.travel) oraz wskazanie podmiotu, odpowiedzialnego za jego aktualizację,
  - s) szkolenia z zakresu ICT w turystyce. Realizacja zadania powinna rozpocząć się od analizy wykorzystania narzędzi internetowych i mobilnych w obiektach turystycznych funkcjonujących na terenie województwa. Następnym krokiem jest przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń dedykowanych różnego rodzaju podmiotom w zakresie możliwości stosowania ICT w turystyce
  - t) możliwości związane z doszktałaniem kadr w zakresie marketingu internetowego.
5. Harmonogram, system i zasady wdrażania na lata 2016 – 2017.
  6. Zasady wsparcia finansowego jak m.in. możliwości dofinansowania działań w ramach dostępnych programów rozwoju regionalnego i innych – konieczność korespondowania z zasadami przewidzianymi w tych programach.
  7. Realizacja Programu Promocji w Internecie województwa wielkopolskiego, w tym założenia, przygotowania do realizacji Programu, partnerzy uczestniczący w realizacji Programu, sposób przedstawienia koncepcji, przebieg i efekty Programu.
  8. Rezultaty i założenia do realizacji Programu oraz wnioski i rekomendacje dotyczące wdrażania Programu.
  9. Kosztorys realizacji zadań opisanych powyżej w oparciu o racjonalne badanie rynku, tj. porównanie ofert co najmniej 3 firm, kierując się zasadą ochrony uczciwej konkurencji, zasadą swobody przepływu kapitału, towarów, dóbr i usług oraz zasadą niedyskryminacji i równego traktowania wykonawców na rynku.

**Szczegółowy opis koncepcji Programu należy załączyć do składanej oferty pod rygorem nieważności, w formie pisemnej w języku polskim, pismem czytelnym (pismem komputerowym, maszynowym lub inną trwałą i czytelną techniką).**

Każdy z członków Komisji Przetargowej dokonuje indywidualnej oceny każdej z ofert w tym kryterium przyznając **każdemu z dziewięciu rozdziałów** opisanych w szczegółowym opisie koncepcji Programu punkty w skali od 1 do 10. Maksymalna możliwa do uzyskania suma punktów w tym kryterium przyznana danej ofercie przez jednego członka Komisji Przetargowej wynosi **90 punktów**.

Punkty przyznane przez poszczególnych członków Komisji danej ofercie, zostaną zsumowane.

Ostateczna liczba punktów uzyskanych w kryterium **B** obliczana będzie w następujący sposób: Oferta, która uzyska największą ilość punktów od członków Komisji Przetargowej, a tym samym w najwyższym stopniu będzie spełniała oczekiwania Zamawiającego, otrzyma 100 punktów. Pozostałe oferty otrzymają proporcjonalnie mniejszą liczbę punktów z zaokrągleniem do dwóch miejsc po

przecinku. Uzyskana w ten sposób liczba punktów zostanie pomnożona przez wagę kryterium, **która wynosi 30%**.

Wynik działania stanowi liczbę punktów uzyskanych dla kryterium B.

**Kryterium C. tj. Doświadczenie, obliczone będzie w następujący sposób:**

Maksymalna możliwa ilość punktów do uzyskania w kryterium to 20 pkt.

$$\text{Liczba uzyskanych punktów} = S \times 20 \text{ pkt}$$

Wynik działania stanowi liczbę punktów uzyskanych dla kryterium C.

Wykonawca musi wykazać, że w okresie trzech ostatnich lat przed upływem terminu składania ofert (a w przypadku, gdy okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie) **należycie wykonał co najmniej 3 zamówienia, tj. usługi w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie** oraz załączy dowody, że zamówienia zostały wykonane lub są wykonywane należycie.

**Ilość usług w zakresie opracowania koncepcji i realizacji** (za realizację rozumie się wykonanie całościowej koncepcji kreatywnej i zaplanowanie działań komunikacyjnych **bez etapu produkcji**) **kampanii promocyjnych w Internecie** o zasięgu krajowym. Potwierdzeniem jest załączony przez Wykonawcę **Załącznik nr 5**, do którego należy dołączyć dokumenty potwierdzające należyte wykonanie ujętych w wykazie usług, tj. m.in.: referencje, ewentualne nagrody i wyróżnienia za swój dotychczasowy dorobek.

**Zamawiający dokona oceny kryterium w oparciu o informacje zawarte w Załączniku nr 5 do oferty, gdzie Wykonawca wykaże ilość usług w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie, gdzie:**

- **5 i więcej usług w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie S = 1,00**
  - **4 usługi w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie - S = 0,50**
  - **3 usługi w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie - S = 0,00**
- Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska łącznie największą liczbę punktów.
  - Obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
  - Zamawiający dokona oceny ofert ważnych (nie odrzuconych) w oparciu o przyjęte kryteria wyboru ofert.
  - Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy, którego oferta odpowiada wszystkim wymaganiom przedstawionym w niniejszym zapytaniu i zostanie oceniona jako najkorzystniejsza, tj. uzyskała największą ilość punktów w oparciu o podane kryteria wyboru.
  - Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy kierując się zasadą przejrzystości i jawności prowadzonego postępowania.
  - Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy kierując się zasadą ochrony uczciwej konkurencji.
  - Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy kierując się zasadą swobody przepływu kapitału, towarów, dóbr i usług.

- Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy kierując się zasadą niedyskryminacji i równego traktowania wykonawców na rynku.
- Wybór zostanie dokonany w oparciu o najbardziej korzystną ekonomicznie i jakościowo ofertę.

## IX. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Warunki udziału w postępowaniu, które spełnić musi każdy składający ofertę:

- 1) O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają następujące wymogi:
  - Posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
  - Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz potencjał techniczny, a także dysponują potencjałem osobowym zdolnym do wykonania zamówienia.
  - Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
  - Nie są objęci postępowaniem upadłościowym i likwidacyjnym oraz nie zalegają z uiszczeniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne.
- 2) Wykluczeniu z postępowania będą podlegali oferenci:
  - W stosunku do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono.
  - Którzy zalegają z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne, z wyjątkiem przypadków gdy uzyskali oni przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie, rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu.
  - Osoby fizyczne, które prawomocnie skazano za przestępstwo w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przeciwko prawom osób wykonujących pracę zarobkową, przestępstwo przekupstwa, przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, a także za przestępstwo skarbowe lub przestępstwo udziału w zorganizowanej grupie albo związku mających na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego.
  - Spółki jawne, których wspólnika skazano za przestępstwo w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przeciwko prawom osób wykonujących pracę zarobkową, przestępstwo przekupstwa, przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, a także za przestępstwo skarbowe lub przestępstwo udziału w zorganizowanej grupie albo związku mających na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego.
  - Spółki partnerskie, których partnera lub członka zarządu prawomocnie skazano za przestępstwo w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przeciwko prawom osób wykonujących pracę zarobkową, przestępstwo przekupstwa, przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, a także za przestępstwo skarbowe lub przestępstwo udziału w zorganizowanej grupie albo związku mających na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego.
  - Spółki komandytowe oraz spółki komandytowo-akcyjne, których komplementariusza prawomocnie skazano za przestępstwo w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przeciwko prawom osób wykonujących pracę zarobkową, przestępstwo przekupstwa, przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, a także za przestępstwo skarbowe lub przestępstwo udziału w zorganizowanej grupie albo związku mających na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego.
  - Osoby prawne, których urzędującego członka organu zarządzającego prawomocnie skazano za przestępstwo w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia, przestępstwo przeciwko prawom osób wykonujących pracę zarobkową, przestępstwo przekupstwa,

przestępstwo przeciwko obrotowi gospodarczemu lub inne przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, a także za przestępstwo skarbowe lub przestępstwo udziału w zorganizowanej grupie albo związku mających na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego.

- Podmioty zbiorowe wobec których sąd orzekł zakaz ubiegania się o zamówienia, na podstawie przepisów o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary.
- 3) Na potwierdzenie spełniania opisanych powyżej warunków Zamawiający wymaga podpisania załączonego przez Wykonawcę oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu **(wg wzoru stanowiącego: załącznik nr 2 i 3 do niniejszego zapytania ofertowego)**.

## **X. POZOSTAŁE INFORMACJE ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ ZAMÓWIENIA**

- 1) Postępowanie jest prowadzone zgodnie z przepisami prawa wspólnotowego i krajowego, w tym m.in. zasadami przejrzystości, jawności prowadzonego postępowania, uczciwej konkurencji, swobody przepływu kapitału, towarów, dóbr i usług oraz równości szans wykonawców/dostawców, równego i niedyskryminacyjnego traktowania wykonawców/dostawców.
- 2) Zamawiający dołoży wszelkich starań w celu uniknięcia konfliktu interesów, rozumianego jako brak bezstronności i obiektywności przy wyłanianiu przez beneficjenta Wykonawcy do realizacji zamówienia w ramach realizowanego projektu.
- 3) W związku z sytuacją określoną w pkt. IX Warunki udziału w postępowaniu, Wykonawcy **nie przysługują żadne** środki odwoławcze.
- 4) Wykonawca związany jest ofertą po podpisaniu umowy.
- 5) Osoby do kontaktu:

- Mariusz Kumolka, tel. 61/66-45-236,  
e-mail: [mariusz.kumolka@wot.org.pl](mailto:mariusz.kumolka@wot.org.pl)

### **6) Załączniki podane przez Zamawiającego do niniejszego zapytania ofertowego:**

- **ZAŁĄCZNIK NR 1** Wypełniony **Formularz ofertowy** wg wzoru stanowiącego **załącznik nr 1** do niniejszego zapytania ofertowego.
- **ZAŁĄCZNIK NR 2** Podpisane przez Wykonawcę „Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu”.
- **ZAŁĄCZNIK NR 3** Podpisane przez Wykonawcę „Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia Wykonawcy z postępowania”.
- **ZAŁĄCZNIK NR 5** Wykaz usług w zakresie opracowania koncepcji i realizacji kampanii promocyjnych w Internecie.
- **ZAŁĄCZNIK NR 6** Wykaz osób, którymi dysponuje lub będzie dysponował Wykonawca (w przypadku polegania na zasobach kadrowych innego podmiotu, należy przedstawić pisemne zobowiązanie tego podmiotu do oddelegowania danej osoby/osób), które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, wraz z informacjami na temat ich doświadczenia i wykształcenia niezbędnymi do wykonania zamówienia, według poniższego wzoru: imię i

nazwisko/ tytuł naukowy z podaniem dziedziny/ co najmniej 3 tytuły wykonanych opracowań z dziedziny turystyki każdej z wymienionych osób/ daty i miejsca publikacji opracowań.

**Powyższe dokumenty i oświadczenia stanowią integralną część składanej oferty, jako element konieczny wymogów formalnych.**

W przypadku niedostarczenia dokumentacji zgodnie z wymogami określonymi w punkcie **IV. Przygotowanie oferty**, w punkcie **IX. Warunki udziału w postępowaniu** oraz w punkcie **X. Pozostałe informacje związane z realizacją zamówienia – oferty wykonawców będą odrzucone.**

Ocena warunków udziału w postępowaniu zostanie dokonana na podstawie **kryterium spełnienia/nie spełnienia** w oparciu o informacje zawarte w dokumentach i oświadczeniach wskazanych w punkcie IV niniejszego zapytania ofertowego.

**ZE WZGLĘDU NA WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA SKŁADANIE OFERT ODBYWA SIĘ W PROCEDURZE INNEJ NIŻ WYNIKAJĄCA Z USTAWY PRAWO ZAMÓWIENI PUBLICZNYCH**

Ewa Przydrożny  
  
Dyrektor Biura