

Kraków, 13.08.2021 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE

na usługi grafika komputerowego, jako usługi ciągłe świadczone przez cały okres trwania kampanii w ramach projektu pn. „Małopolska – cel podróży” realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020  
nr zapytania: ZO/MCP/2021/03

### 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 grafika komputerowego, jako usługi ciągłe świadczone przez cały okres trwania kampanii w ramach projektu pn. „Małopolska – cel podróży”.

Projekt jest realizowany w partnerstwie z Województwem Małopolskim oraz Miastem Kraków, zgodnie z określonymi celami, budżetem i harmonogramem. Projekt jest realizowany zgodnie z zasadami obowiązującymi przy realizacji projektów dofinansowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020 oraz Funduszy Europejskich.

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

Projekt łączy wysiłki Partnerów (Małopolska Organizacja Turystyczna – Lider Projektu, Województwo Małopolskie i Miasto Kraków – Partnerzy Projektu) na rzecz stworzenia jednej, spójnej kampanii promocyjnej służącej odbudowie zagranicznego ruchu turystycznego z rynków: Wielkiej Brytanii i Niemiec, adresowanych do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym w Małopolsce i Krakowie.

Na kampanię będą składały się działania marketingowe, które wykorzystają najnowocześniejsze narzędzia, przede wszystkim w Internecie. Powstanie koncepcja wizualna i szczegółowa strategia działań, wspólna dla całej kampanii i wszystkich partnerów. Działania te będą koncentrowane na

rynkach brytyjskim i niemieckim, a w przypadku działań dotyczących przemysłu spotkań biznesowych będą realizowane globalnie.

Koordynatorem całości działań jest Małopolska Organizacja Turystyczna, do zadań której należy m.in. przygotowanie briefu, a następnie koncepcji kreatywnej kampanii. Poza briefem i przygotowaniem koncepcji kreatywnej w zakresie działań MOT pozostaje kampania PR i e-PR, content marketing, kampania w mediach społecznościowych, stworzenie landing page, grafik, zdjęć, filmów reklamowych, organizacja wyjazdowych misji dla przedstawicieli branży turystycznej i akcje ambientowe.

Województwo Małopolskie przeprowadzi kampanię wizerunkową w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube, GDN, systemy i narzędzia powiązane (np. e-mailing, kampania w aplikacjach, Video online), na portalach rezerwacyjnych oraz stronach linii lotniczych. Działania będą ukierunkowane na odbiorców spędzających w Małopolsce czas wolny.

Miasto Kraków przeprowadzi kampanię reklamową zorientowaną na branżę MICE poprzez: działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych, reklamę natywną podpartą kampanią banerową w zagranicznych mediach opiniotwórczych, kampanie odsłonowe i adwords w Internecie, działania promocyjne w mediach społecznościowych Krakow Convention Bureau (Facebook, Instagram YouTube, pozycjonowanie strony www), produkcja wirtualnych spacerów, materiałów multimedialnych prezentujących sylwetki tzw. Ambasadorów Krakowa i Małopolski, udział w międzynarodowych targach turystyki biznesowej.

## **CELE KAMPANII:**

### **Cele marketingowe:**

- wzrost liczby przyjazdów turystów do Krakowa i Małopolski,
- wzrost sprzedaży na rynkach docelowych małopolskich przedsiębiorców turystycznych,
- wzrost liczby turystów odwiedzających landing page, portal [visitmalopolska](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 i Wysp Brytyjskich,
- poszerzenie oferty 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 za granicą 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 Igrzysk Europejskich, a także najistotniejszych walorów turystycznych Małopolski takich jak: turystyka miejska i kulturowa, turystyka aktywna, turystyka zdrowotna, MICE.

### **Skrócony harmonogram działań projektu „Małopolska - cel podróży”:**

- Koordinacja całościowa projektu przez agencję od momentu rozpoczęcia do zakończenia projektu – 31.12.2022 r.:
  - Obsługa PR i e-PR w III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
  - Content marketing, kampania w mediach społecznościowych w III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
  - Stworzenie strony internetowej kampanii (landing page), grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć wykorzystywanych w działaniach marketingowych - III kwartał 2021 r.,
  - Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (na fb i Instagramie) w III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
  - Organizacja 4 wyjazdowych misji gospodarczych (po dwie do każdego kraju) dla przedstawicieli małopolskiej branży turystycznej w III/IV kwartale 2021 oraz w 2022 roku,
  - Dwie akcje ambientowe w III, IV kwartale 2021r.,
  - Działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i I kwartał 2022 r.,
  - 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.,
  - Działania promocyjne w Internecie – kampanie odstonowe i adwords dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i I kwartał 2022 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,
  - Udział w 8 międzynarodowych targach turystyki biznesowej i warsztatach odbywających się w IV kwartale 2021 i całym roku 2022,
  - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube w 2022 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 roku,
  - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej na portalach rezerwacyjnych typu booking.com/Expedia Group/Tripadvisor oraz stronach linii lotniczych np. Lufthansa czy easy.jet w 2022 roku.
- Przeprowadzenie ewaluacji kampanii promocyjnej w IV kwartale 2022 r.

W ramach pełnienia usługi Wykonawca będzie odpowiedzialny za świadczenie usługi grafika komputerowego, jako usługi ciągłe świadczone przez cały okres trwania kampanii. Projekty graficzne będą przygotowywane na rynek wysp brytyjskich i rynek niemiecki z wykorzystaniem techniki kolażu. Grafiki będą dotyczyć bogactwa turystycznego Krakowa i Małopolski w różnych tematykach. Materiały graficzne będą przygotowywane na oba rynki zagraniczne w formacie poziomym lub pionowym i zgodnie z wybraną linią tematyczną, tj. turystyka kulturowa (w tym city break), turystyka kulinarna, aktywny wypoczynek (w tym turystyka rowerowa i turystyka górską), wellness i spa, MICE (tylko rynek wysp brytyjskich) i z uwzględnieniem wytycznych zawartych w koncepcji kreatywnej kampanii oraz podręczniku użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej. Wszystkie materiały graficzne na Social Media (Facebook, Instagram), Video Media (YouTube) i Display i Mobile (Audience Profiling, Kontekst) będą przygotowywane w odpowiednich formatach według założeń przyjętego media planu. Informacje o formatach konkretnych reklam będą przekazywane na bieżąco przez Zamawiającego. Wszystkie przygotowane materiały graficzne będą skierowane do osób w wieku 25-50 lat na rynku wysp brytyjskich i rynku niemieckim. Zamawiający przekaże Wykonawcy cały niezbędny content do stworzenia grafik, w tym zdjęcia oraz tekst.

**Usługa grafika komputerowego musi być realizowana zgodnie z założeniami koncepcji kreatywnej (załącznik nr 5 do Zapytania Ofertowego) i podręcznika użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej (załącznik nr 6 do Zapytania Ofertowego).**

Wykonawca będzie w szczególności odpowiedzialny za:

- przygotowanie grafik na programach pakietu Adobe Creative Cloud: Photoshop, Illustrator oraz InDesign,
- przygotowanie grafik do: reklam, postów, materiałów wideo na strony internetowe oraz do wykorzystania w mailingu,
- przygotowanie grafik do druku włącznie z działaniami z zakresu DTP (składu materiałów),
- przygotowywanie materiałów graficznych w oparciu o wykorzystywanie techniki kolażu,
- projektowanie materiałów graficznych na potrzeby online i offline (tj. reklamy prasowe, plakaty, grafiki na kanały Social Media, prezentacje na konferencje, mailingi, statyczne plansze do animacji, banery internetowe, ilustracje, infografiki),
- obróbkę graficzną, w tym edytowanie przygotowanych przez Zamawiającego filmów i podcastów w dowolnym programie,
- przygotowanie zdjęć z wykorzystaniem technik foto-manipulacji i retuszu zdjęć,
- projektowanie podstawowych elementów z zakresu UI,
- przygotowywanie materiałów graficznych na stronę internetową i do reklam w odpowiednich formatach po ustaleniu z agencją koordynującą kampanię i Zamawiającym,
- przygotowywanie materiałów graficznych na misje gospodarcze i ambieny.

Kod CPV:

**79822500-7 - Usługi projektów graficznych**

#### **4. SZCZEGÓŁOWE WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Charakter zadań wymaga stałego zaangażowania Wykonawcy i świadczenia usług przez cały okres trwania kampanii projektu „Małopolska – cel podróży”.

W ramach usługi Zamawiający zakłada, że realizacja działań z projektowania graficznego będzie odbywała się w zakresie ok. 60 godzin miesięcznie. Jeśli w ciągu miesiąca Zamawiający nie wykorzysta wszystkich godzin pracy grafika to zakłada się, że będą one przechodziły na kolejny miesiąc. Ponadto, jeśli w danym miesiącu będzie potrzeba wykorzystania większej liczby godzin niż zakładana, to będą wykorzystywane godziny pracy z miesiąca następnego. W obu przypadkach można przenieść maksymalnie do 50% ilości godzin. Grafik będzie przygotowywał comiesięczne podsumowanie z ilości przepracowanych godzin.

Zamawiający oraz Partnerzy projektu będą mogli wnieść maksymalnie łącznie dwie poprawki do każdego przygotowanych materiałów graficznych.

Wykonawca będzie zobowiązany do udziału w spotkaniach w trybie online lub stacjonarnym z agencją koordynującą kampanię i Zamawiającym średnio raz w miesiącu.

Wszystkie zamówienia na przygotowanie materiałów graficznych będą na bieżąco ustalane i przekazywane bezpośrednio przez Zamawiającego lub za pośrednictwem agencji koordynującej kampanię. Zamawiający będzie przekazywał wszelkie materiały wymagające obróbki graficznej, między innymi zdjęcia, filmy, itp.

Usługi graficzne będą wykonywane w ramach całego projektu, również dla Partnerów Projektu Małopolskiej Organizacji Turystycznej, tj. Województwa Małopolskiego i Miasta Kraków w zakresie przygotowywania materiałów graficznych.

Zamawiający nie pokrywa kosztów administracyjnych związanych z pracą zdalną, w tym m.in.: koszt połączenia internetowego. Zamawiający nie pokrywa kosztu zakupu wymaganych programów graficznych lub zakupu licencji do nich.

## 5. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Od dnia podpisania umowy do dnia **31 grudnia 2022 roku**.

## 6. 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 3 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 2 zbieżnych usług, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na łączną kwotę minimum 100 000,00 zł brutto (gdzie 1 usługa na kwotę minimum 50 000,00 zł brutto). Jako usługę o podobnym charakterze Zamawiający rozumie przygotowanie grafik zgodnie z koncepcją kreatywną. Jako potwierdzenie doświadczenia Oferent przedłoży referencje, oświadczenia, faktury lub protokoły zdawczo – odbiorcze.

W przypadku gdy o udzielenia zamówienia występuje osoba fizyczna prowadząca samodzielnie działalność gospodarczą lub prowadząca działalność 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 w ramach tej spółki lub w ramach innego stosunku prawnego.

Doświadczenie nabyte w ramach innego stosunku prawnego winno być wykazane (np. umowa o pracę, umowa zlecenia, kontrakt menadżerski, pełnienie funkcji w branży graficznej, itp.) i potwierdzone (np. referencje, że osoba, która powołuje się na fakt posiadania doświadczenia odpowiadała za usługi wskazane w ramach niniejszego postępowania).

3. Jako dodatkowe doświadczenie Oferent zobowiązany jest przedłożyć portfolio z dotychczasowo wykonanymi pracami.
4. Oferent zobowiązany jest do przygotowania i przekazania Zamawiającemu zadania graficznego opartego na założeniach koncepcji kreatywnej (załącznik nr 5 do Zapytania Ofertowego) i podręcznika użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej (załącznik nr 6 do Zapytania Ofertowego), które będzie podstawą do oceny umiejętności graficznych Wykonawcy. Jako zadanie graficzne rozumie się dowolną interpretację jednego z tematów projektu, tj. turystyka kulturowa (w tym city break), turystyka kulinarna, aktywny wypoczynek (w tym turystyka rowerowa i turystyka górską), wellness i spa, MICE zgodną z założeniami klucza wizualnego kampanii promocyjnej. Oferent musi wykonać zadania graficzne składające się z 3 formatów, tj. reklamy prasowej do druku i banneru internetowego i instagramowego postu.

Gdzie, przez **reklamę prasową – wersję do druku** rozumie się:

- elementy obowiązkowe: kolaż, hasło, belka z logotypami, adres strony www,
- specyfikacja techniczna:
  - PDF
  - 148,4 x 362,3 mm,
  - zalecana wersja PDF 1.4 – 1.6 (Acrobat 5-7),
  - w predefiniowanym stylu „print” (jakość drukarska),
  - wymagana rozdzielczość plików źródłowych zawartych w PDF to 300 DPI, bez dołączonych profili barwnych, - elementy graficzne wyłącznie w przestrzeni barwnej CMYK,
  - dopuszczalne nafarbiecie (TIL/TAC) 225%,
  - spady 2 mm,
  - przygotowane w skali 1:1.

Przez **banner internetowy** rozumie się:

- elementy obowiązkowe: kolaż, hasło, belka z logotypami, CTA button,
- specyfikacja techniczna:
  - JPG,
  - 970x250 px,
  - 75-100KB.

Przez **instagram post** rozumie się:

- elementy obowiązkowe: kolaż, hasło,
- specyfikacja techniczna:
  - PNG,

- 1080x1080 px.

5. 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:
- uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
  - posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
  - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
  - 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.

Niespełnienie jednego z wymienionych wyżej warunków skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania.

## 7. 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 3 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 2 zbieżnych usług, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na łączną kwotę minimum 100 000,00 zł brutto (gdzie 1 usługa na kwotę minimum 50 000,00 zł brutto) Oferent przedstawi odpowiednie referencje, oświadczenia, faktury lub protokoły zdawczo – odbiorcze lub inny dokument potwierdzający realizację usług.

W celu potwierdzenia warunku dotyczącego dodatkowego doświadczenia Oferent dostarczy odpowiednie portfolio.

## 8. 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.
- Płatności będą dokonywane na podstawie faktur/rachunków.
- Rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia będą prowadzone w polskich złotych (PLN).
- Rozliczenia będą realizowane zgodnie z harmonogramem ustalonym podczas podpisywania umowy.

## 9. 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 doświadczenia Wykonawcy – załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego.
5. Portfolio wraz z dokumentacją potwierdzającą wymagane doświadczenie Wykonawcy.
6. Zrealizowane zadanie graficzne oparte na założeniach koncepcji kreatywnej i podręcznika użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej.
7. Oferta powinna być podpisana czytelnym podpisem przez upoważnioną osobę lub osoby upoważnione do składania ofert.
8. Nie dopuszcza się składania ofert częściowych.

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

Katarzyna Halz-Żurowska, e-mail: [katarzyna.halz@mot.krakow.pl](mailto:katarzyna.halz@mot.krakow.pl), tel. +48 733 325 273.

## 11. MIEJSCE I TERMIN ZŁOŻENIA OFERTY

- Ofertę należy złożyć drogą e-mailową na adres e-mail: [postepowania@mot.krakow.pl](mailto:postepowania@mot.krakow.pl).
- **Termin składania ofert: do dnia 20 sierpnia 2021 r., do godz. 23:59.**
- 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.

## 12. 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)	55,00
2.	Doświadczenie w zakresie realizowanych kampanii	14,00
3.	Ocena zadania graficznego	28,00
4.	Aspekty społeczne	3,00

Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- wartość zamówienia brutto (w PLN) - 55,00 pkt.,
- doświadczenie w zakresie realizowanych kampanii – 14,00 pkt.,
- ocena zadania graficznego – 28,00 pkt.,



- aspekty społeczne – 3,00 pkt.

**Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: wartość zamówienia brutto:**

$$C = (C \text{ min} : C \text{ n}) \times 55,00 \text{ pkt.}$$

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: doświadczenie Oferenta w zakresie realizowanych kampanii:**

W ramach kryterium oceniane będzie wykazane dodatkowe doświadczenie Oferenta w zakresie realizowanych kampanii, gdzie przez kampanię rozumie się:

- minimum pięć udokumentowanych adaptacji projektów digitalowych takich jak bannery online,
- minimum pięć udokumentowanych adaptacji projektów na formaty postów na kanały Social Media (cover photo, post FB, post LinkedIn),
- minimum trzy udokumentowane adaptacje projektów na formaty reklamy zewnętrznej (billboard, citylight, plakat),
- minimum trzy udokumentowane adaptacje projektów na materiały BTL (standy, ścianki, merchandising).

tj.:

- 1 kampania = 8 pkt.,
- 2 – 3 kampanie = 10 pkt.,
- 4 – 5 kampanii = 12 pkt.,
- 6 lub więcej kampanii = 14 pkt.

Oferent jako potwierdzenie doświadczenia wskaże portfolio, referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze itp.

**Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: ocena zadania graficznego:**

W ramach kryterium oceniane będą następujące aspekty:

- Estetyka wykonania, przez co rozumie się całościowy wygląd zadania graficznego, łącznie z rozmieszczeniem elementów graficznych, kształtu czcionki, ocenę pod kątem organizacji elementów względem siebie, współgrania barw oraz spójności całej formy – do 9 pkt.
- Zgodność projektu z założeniami koncepcji kreatywnej oraz linią graficzną przyjętą w kampanii – do 9 pkt.
- Przejrzystość i czytelność dla odbiorcy, szczególnie w kontekście zastosowania techniki kolażu – do 10 pkt.

**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.

### 13. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

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

### 14. 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 doświadczenia Wykonawcy.

Załącznik nr 5 – Koncepcja kreatywna kampanii.

Załącznik nr 6 – Podręcznik użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej.