

ZAPYTANIE OFERTOWE

na **Managera Projektu pn. „Małopolska – cel podróży”**

realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego 2014-2020

nr zapytania: ZO/MCP/2021/01

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 w zakresie pełnienia roli Managera 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.

W ramach pełnienia usługi Wykonawca będzie odpowiedzialny za nadzór merytoryczny, koordynację oraz zarządzanie wizerunkową kampanią promocyjną w zakresie promocji Małopolski jako destynacji turystycznej oraz komercjalizację regionalnych produktów turystycznych na rynku niemieckim i brytyjskim. W zakresie działań Wykonawcy będzie pełnienie merytorycznego doradztwa podczas całej kampanii promocyjnej, świadczenia usług doradczych oraz wsparcia wszystkich Partnerów projektu w zakresie planowania i realizacji specjalistycznych elementów kampanii promocyjnej.

Manager projektu będzie w szczególności odpowiedzialny za:

- nadzór nad opracowaniem briefu strategicznego, koncepcji kreatywnej kampanii, strategii komunikacji marketingowej oraz planu mediowego w zakresie fachowości oraz efektywności założeń tych dokumentów;
- nadzór nad działaniami PR i ePR na terenie krajów objętych projektem (rynek brytyjski i rynek niemiecki), szczególnie w zakresie doboru odpowiednich tematów i sposobów udostępniania informacji specyficznych dla każdego z rynków oraz tworzenia fachowego contentu;
- nadzór nad opracowaniem landing page i realizacją promocji w mediach społecznościowych w zakresie dostosowania treści do odbiorców danego rynku;

- nadzór nad organizacją ambientów i wyjazdowych misji gospodarczych, szczególnie w zakresie prowadzenia naboru przedsiębiorstw, merytoryki wystąpień oraz doradztwa w zakresie wyboru odpowiednich narzędzi do promocji turystycznej na danym rynku;
- współpracę z podmiotami wybranymi do realizacji poszczególnych elementów kampanii np. koncepcja strategiczna, opracowanie landing page itd.

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 dotyczącym przemysłu spotkań biznesowych będą realizowane globalnie.

Koordynatorem całości działań jest Małopolska Organizacja Turystyczna, do zadań której należy m.in. przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii, której podstawą będzie brief. 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, krakow.travel, 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 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 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”:

1. Przygotowanie briefu kampanii przez agencję - luty/marzec 2021.
2. Przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii promocyjnej przez agencję - marzec/kwiecień 2021.
3. Koordynacja całościowa projektu przez agencję od momentu rozpoczęcia do zakończenia projektu - 31 grudnia 2022 r.:
 - Obsługa PR i e-PR w II, III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Content marketing, kampania w mediach społecznościowych w II, III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Stworzenie strony internetowej kampanii (landing page), grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć wykorzystywanych w działaniach marketingowych II kwartał 2021,
 - Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (na fb i Instagramie) w II, 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 2021,
 - Działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych dotyczące sektora MICE IV kwartał 2021 i I kwartał 2022,
 - 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,
 - Działania promocyjne w Internecie – kampanie odślonowe i adwords dotyczące sektora MICE IV kwartał 2021 i I kwartał 2022,
 - 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, przygotowanie wirtualnych spacerów po obiektach konferencyjnych Krakowa i Małopolski, aktualizacja i uzupełnienie bazy obiektów konferencyjnych w Małopolsce, materiałów multimedialnych z wykorzystaniem sylwetek

tw. 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.
4. Przeprowadzenie ewaluacji kampanii promocyjnej w IV kwartale 2022.

Kod CPV:

79400000-8 - Usługi doradcze w zakresie działalności gospodarczej i zarządzania oraz podobne.

79411000-8 - Ogólne usługi doradcze w zakresie zarządzania.

4. SZCZEGÓLWE WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Charakter projektu wymaga stałego zaangażowania Wykonawcy przez cały okres trwania projektu. W ramach usługi Zamawiający zakłada, że realizacja działań będzie odbywała się w zakresie ok. 120 godzin miesięcznie, w tym ok. 30 godzin miesięcznie będzie realizowanych w siedzibie Zamawiającego. Wykonawca będzie zobowiązany do udziału w spotkaniach Zespołu Zadaniowego, które będą się odbywać co najmniej 1 raz na miesiąc. Jednocześnie Zamawiający zastrzega sobie możliwość wezwania Wykonawcy do udziału w istotnych spotkaniach, naradach lub negocjacjach realizowanych w trybie online lub stacjonarnym.

Dopuszcza się możliwość pełnienia obowiązków bezpośrednio w Niemczech lub na Wyspach Brytyjskich, w zakresie obejmującym m.in.:

- realizację wydarzeń ambientowych na obu rynkach,
- udział w wyjazdowych misjach gospodarczych,
- udział w innych wydarzeniach promujących Małopolskę oraz projektach na obu rynkach, w szczególności: prelekcjach, prezentacjach, konferencjach, workshopach, targach turystycznych itp.

Koszty podróży (zakup biletów, przejazdy) oraz akomodacji (usługa noclegowa) pokrywany będzie przez Zamawiającego.

Zamawiający nie pokrywa kosztów administracyjnych związanych z pracą zdalną, w tym m.in.: koszt połączenia internetowego.

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 doświadczenia w realizacji w ostatnich 3 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 1 usługi, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia. Jako usługę o podobnym charakterze Zamawiający rozumie doświadczenie w zakresie zaprojektowania oraz koordynacji wizerunkowej kampanii promocyjnej w zakresie promocji turystycznej. Jako projektowanie Zamawiający rozumie, że kampania powinna zawierać co najmniej 2 z następujących elementów wskazanych w podpunktach a-f:

- a) opracowanie briefu strategicznego lub koncepcji kreatywnej kampanii lub strategii komunikacji marketingowej lub planu mediowego w obszarze turystyki na rynku niemieckim lub brytyjskim,
- b) zastosowanie różnych narzędzi marketingowych, w tym m.in.: akcji ambientowych, misji gospodarczych, promocji w szeroko pojętych mediach internetowych,
- c) działania PR i ePR na terenie krajów objętych projektem w obszarze turystyki,
- d) opracowanie landing page i realizacja promocji w mediach w obszarze turystyki,
- e) organizacja ambientów w obszarze turystyki,
- f) organizacja wyjazdowych misji gospodarczych w obszarze turystyki.

Jako potwierdzenie doświadczenia Oferent przedłoży referencje, oświadczenia 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 organach zarządzających, itp.) i potwierdzone (np. referencje że osoba, która powołuje się na fakt posiadania doświadczenia odpowiadała za usługi wskazane w ramach niniejszego postępowania).

W ramach spełnienia warunku dysponowania potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia Wykonawca musi wskazać osobę, która posiada kompetencje umożliwiające spełnienie wymogów zamówienia.

Osoba wskazana przez Oferenta musi co najmniej:

- posiadać wykształcenie wyższe,
- biegle posługiwać się znajomością języka angielskiego i niemieckiego, przy czym poziom znajomości jednego z języków to co najmniej C1 lub wyżej, a drugiego co najmniej B2 lub wyżej,



- posiadać doświadczenie w wystąpieniach w języku niemieckim i/lub angielskim – co najmniej 5 udokumentowanych wystąpień, w zakresie prezentacji produktów turystycznych lub destynacji turystycznej na spotkaniach typu: prelekcje, wykłady, prezentacje itp.,
- posiadać doświadczenie w branży turystycznej na stanowisku kierowniczym – minimum 3 lat,
- posiadać doświadczenie w branży turystycznej w zakresie działań promocyjnych oraz realizacji kampanii promocyjnych (co najmniej 1), gdzie jako realizację Zamawiający rozumie koordynację, nadzór merytoryczny oraz zarządzanie kampanią,
- posiadać doświadczenie w realizacji wydarzeń ambientowych o charakterze promocyjnym na rynkach niemieckim (min. 2 wydarzenia) i brytyjskim (min. 2 wydarzenia),
- posiadać doświadczenie we współpracy z touroperatorami oraz biurami agencyjnymi na rynkach emisyjnych: niemieckim (min. 10 podmiotów) i/lub brytyjskim (min. 10 podmiotów),
- posiadać doświadczenie w komercjalizacji produktów turystycznych Małopolski (turystyka miejska, turystyka MICE, turystyka aktywna, turystyka zdrowotna) na rynkach emisyjnych: niemieckim oraz brytyjskim, gdzie jako komercjalizację rozumiemy identyfikację atrakcji turystycznej, nawiązanie relacji biznesowych z dostawcami usług, a następnie kreację produktu i jego sprzedaż,
- posiadać doświadczenie we współpracy z DMO (co najmniej 1 projekt),
- posiadać doświadczenie we współpracy z agencjami mediowymi i brandingowymi, w szczególności w zakresie kreowania materiałów promocyjnych oraz landing page.

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

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 wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
- 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.

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 1 usługi, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia Oferent przedstawi odpowiednie referencje, protokół zdawczo – odbiorczy lub inny dokument potwierdzający realizację usługi.

W celu potwierdzenia warunku dotyczącego wskazania osoby o kwalifikacjach umożliwiających spełnienie warunków zamówienia Oferent dostarczy:

1. Dyplom ukończenia studiów wyższych;
2. Dyplom ukończenia studiów filologicznych lub certyfikat potwierdzający znajomość języka angielskiego lub niemieckiego na poziomie co najmniej C1 oraz języka angielskiego lub niemieckiego na poziomie co najmniej B2;
3. Referencje lub zaświadczenie pracodawcy potwierdzające zatrudnienie na stanowisku kierowniczym w branży turystycznej przez minimum 3 lata;
4. CV oraz referencje, oświadczenia lub protokoły zdawczo-odbiorcze potwierdzające wymagane doświadczenie opisane w pkt. 6.2.

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

- Realizacja przedmiotu zamówienia odbywać się będzie na podstawie umowy cywilnoprawnej (umowa zlecenia) 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 w ujęciu miesięcznym.

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. Wypełniony formularz z opisem wykonanej kampanii promocyjnej - załącznik nr 3 do Zapytania Ofertowego.
4. Wypełniony opis doświadczenia personelu wyznaczonego do realizacji działania - załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego.
5. CV wraz z dokumentacją potwierdzającą wymagane doświadczenie osoby wskazanej do realizacji zamówienia.
6. Oferta powinna być podpisana czytelnym podpisem przez upoważnioną osobę lub osoby upoważnione do składania ofert.
7. Nie dopuszcza się składania ofert częściowych.

10. OSOBY UPRAWNIONE DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z POTENCJALNYMI WYKONAWCAMI

Karolina Jawor, e-mail: karolina.jawor@mot.krakow.pl, tel. +48 694 029 372.

11. MIEJSCE I TERMIN ZŁOŻENIA OFERTY

- Ofertę należy złożyć drogą e-mailową na adres e-mail: postepowania@mot.krakow.pl.
- **Termin składania ofert do dnia 24 lutego 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)	50,00
2.	Doświadczenie Oferenta	25,00
3.	Strategia realizacji misji gospodarczych	25,00

Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- wartość zamówienia brutto (w PLN)- 50,00 pkt,
- doświadczenie Oferenta – 25,00 pkt,
- strategia realizacji misji gospodarczych – 25,00 pkt.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: wartość zamówienia brutto:

$$C = (C \text{ min} : C \text{ n}) \times 50,00 \text{ pkt}$$

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 ramach kryterium oceniane będzie wykazane dodatkowe doświadczenie Oferenta tj.:

1. doświadczenie w wystąpieniach w języku niemieckim i/lub angielskim w zakresie prezentacji produktów turystycznych lub destynacji turystycznej na spotkaniach typu: prelekcje, wykłady, prezentacje itp., gdzie:
 - 5 wystąpień = 0 pkt.,
 - 6 - 7 wystąpień = 1 pkt.,
 - 8 - 9 wystąpień = 2 pkt.,
 - 10 -11 wystąpień = 3 pkt.,
 - 12 - 13 wystąpień = 4 pkt.,

- 14 i więcej = 5 pkt.
2. doświadczenie w branży turystycznej na stanowisku kierowniczym min. 3 lat gdzie:
3 lata doświadczenia = 0 pkt.,
4 - 5 lat doświadczenia = 1 pkt.,
6 - 7 lat doświadczenia = 2 pkt.,
8 - 9 lat doświadczenia = 3 pkt.,
10 - 11 lat doświadczenia = 4 pkt.,
12 i więcej = 5 pkt.
3. doświadczenie w realizacji wydarzeń ambientowych o charakterze promocyjnym na rynkach niemieckim i brytyjskim, gdzie:
4 wydarzenia = 0 pkt.,
5 - 6 wydarzeń = 1 pkt.,
7 - 8 wydarzeń = 2 pkt.,
9 - 10 wydarzeń = 3 pkt.,
11 - 12 wydarzeń = 4 pkt.,
13 i więcej = 5 pkt.
4. doświadczenie we współpracy z touroperatorami oraz biurami agencyjnymi na rynkach emisyjnych: niemieckim i/lub brytyjskim, gdzie:
20 podmiotów = 0 pkt.,
21-24 podmiotów = 1 pkt.,
25-28 podmiotów = 2 pkt.,
29-32 podmiotów = 3 pkt.,
33-36 podmiotów = 4 pkt.,
37 i więcej = 5 pkt.
5. doświadczenie we współpracy z DMO (co najmniej 1 projekt), gdzie
1 projekt = 0 pkt.,
2 - 3 projekty = 1 pkt.,
4 - 5 projektów = 2 pkt.,
6 - 7 projektów = 3 pkt.,
8 - 9 projektów = 4 pkt.,
10 i więcej projektów = 5 pkt.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: strategia realizacji misji gospodarczych:

Zamawiający zakłada organizację rozmów kwalifikacyjnych z wszystkimi osobami wskazanymi przez Oferentów, którzy spełnią wymogi formalne, w ramach których osoba wskazana przez Oferenta przedstawi autorską strategię realizacji 4 wyjazdowych misji gospodarczych (2 na rynku brytyjskim i 2 na rynku niemieckim) w tematyce turystycznej. Strategia realizacji misji gospodarczych musi być spójna i zgodna z celami realizowanego projektu. W ramach Strategii podczas rozmowy kwalifikacyjnej Zamawiający będzie oceniał:

- proponowane kryteria doboru MŚP z Małopolski oraz projekt procesu naboru przedsiębiorstw na misję – maks. 5 pkt.

- proponowane terminy oraz miejsca realizacji misji (z uwzględnieniem konkretnego miasta oraz konkretnego miejsca) wraz z uzasadnieniem wyboru – maks. 5 pkt.
- proponowana tematyka misji (turystyka: miejska, MICE, aktywna, zdrowotna) z uwzględnieniem specyfiki danego rynku – maks. 5 pkt.
- planowany przebieg misji (jej długość, ilość planowanych workshopów, scenariusz organizacji workshopów, ilość uczestników, ewentualne dodatkowe wydarzenia maksymalizujące efekty misji) – maks. 5 pkt.
- propozycje partnerów z obu rynków (min. 5 z rynku niemieckiego i min. 5 z rynku brytyjskiego), którzy powinni być pozyskani jako uczestnicy workshopów dostosowani do tematyki danej misji oraz rynku – maks. 5 pkt.

Rozmowa kwalifikacyjna może odbywać się z wykorzystaniem środków umożliwiających porozumiewanie się na odległość.

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 oraz na stronie Zamawiającego (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 – Formularz z opisem wykonanej kampanii promocyjnej

Załącznik nr 4 – Opis doświadczenia personelu wyznaczonego do realizacji działania.