

Kraków, 21 października 2021 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

na organizację wyjazdowych misji gospodarczych do Niemiec w ramach projektu pn. „Małopolska – cel podróży”

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

nr zapytania ZO/MCP/2021/10

1. NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Małopolska Organizacja Turystyczna
Rynek Kleparski 4/13, 31-150 Kraków
Tel. +48 12 421 16 04
NIP: 676 22 02 113

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 świadczenie usługi polegającej na organizacji wyjazdowych misji gospodarczych do Niemiec w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”.

W ramach zamówienia planowane są dwie wyjazdowe misje gospodarcze na rynku niemieckim. Podczas każdego wyjazdu zostaną przeprowadzone dwa workshopy w różnych miastach. Do udziału w misjach zostanie zakwalifikowanych po 8 przedstawicieli branży turystycznej z Małopolski, a w każdym workshope weźmie udział co najmniej 20 przedstawicieli branży turystycznej z danego rynku (tj. 20 różnych przedsiębiorstw). W ramach zamówienia Oferent zobowiązany jest do:

- Rezerwacji noclegów dla przedstawicieli małopolskiej branży turystycznej.
- Organizacji transferu osób do i z Niemiec oraz wewnętrznych transferów pomiędzy miejscami organizacji workshopów (bus, pociąg, samolot).
- Organizacji dwóch workshopów podczas każdej misji zgodnie z przyjętym planem, w tym m.in. wynajem sali, obsługa wydarzenia, materiały promocyjne itp.
- Organizacji cateringu podczas workshopów.
- Organizacji i pokrycia kosztu rekrutacji uczestników workshopów na danym rynku.

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 Umiędzynarodowienie 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 2022 r.

Całościowy budżet projektu: 8 000 000,00 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, adresowanej do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym.

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

Grupą docelową wsparcia będą małopolscy przedsiębiorcy z sektora turystycznego. Planowane działania promocyjne mają służyć odbudowaniu ruchu turystycznego do Małopolski, a więc służyć będą całej branży. 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. 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 oraz akcji ambientowych.

Województwo Małopolskie przeprowadzi kampanię wizerunkową w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube dająca 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 oraz stronach linii lotniczych np. Lufthansa czy easy.jet.

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, emailing, kampania w aplikacjach, video online, targetowanie i geotargetowanie.

Remarketing poprzez powtórzenie przekazu reklamowego wśród osób, które odwiedziły stronę kampanii. 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. 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, 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 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 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 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. Koordynacja całościowa projektu od momentu rozpoczęcia do zakończenia projektu 31.12.2022 r.:
 - Obsługa PR i e-PR w IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Content marketing, kampania w mediach społecznościowych w IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Stworzenie strony internetowej kampanii (landing page), grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć wykorzystywanych w działaniach marketingowych - IV kwartał 2021 r.,
 - Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (na fb i Instagramie) w IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Organizacja 4 wyjazdowych misji gospodarczych (po dwie do każdego kraju) dla przedstawicieli małopolskiej branży turystycznej w IV kwartale 2021 oraz w 2022 roku,
 - Dwie akcje ambientowe w IV kwartale 2021 r. oraz w 2022 r.,
 - 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 odślonowe 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, 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.
2. Przeprowadzenie ewaluacji kampanii promocyjnej w IV kwartale 2022 r.

Kod CPV:

79950000-8 - Usługi w zakresie organizowania wystaw, targów i kongresów

55100000-1 - Usługi hotelarskie

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

4. SZCZEGÓŁOWE WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Wykonawca będzie zobowiązany do organizacji dwóch misji wyjazdowych na rynku niemieckim. Każda z misji przewidziana jest na 4 dni, a podczas tego okresu Wykonawca będzie zobligowany do organizacji dwóch workshopów w różnych miastach. W ramach jednego workshopu szacuje się udział 20 przedstawicieli branży z danego rynku docelowego (40 różnych podmiotów podczas jednej misji). W każdej misji weźmie udział 8 przedsiębiorców z Małopolski. Termin i miejsce misji:

1. 21-24 marca 2022 r. – workshopy będą odbywać się 22 marca w Monachium oraz 23 marca w Stuttgarcie.
2. 9-12 maja 2022 r. – workshopy będą odbywać się 10 maja we Frankfurcie nad Menem i 11 maja w Kolonii.

Wykonawca musi przedstawić pełny plan obu misji przed przystąpieniem do ich realizacji i uzyskać akceptację Zamawiającego. Plan powinien obejmować co najmniej scenariusz obu misji wraz z rozpiską godzinową każdego dnia, szczegółowy plan obu workshopów, listę lokalizacji obu wydarzeń wraz z menu.

Do organizacji misji wyjazdowych zostanie zaangażowany personel merytoryczny Zamawiającego, który będzie odpowiedzialny za nadzór nad prawidłową realizacją misji. Koszty udziału dodatkowego personelu pokrywa Zamawiający.

W ramach usługi Wykonawca będzie zobowiązany do:

1. Rezerwacji noclegów dla 8 przedstawicieli branży turystycznej zgodnie z programem. Noclegi muszą być rezerwowane w minimum 3* hotelach, pokoje jednoosobowe ze śniadaniem. Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawienia co najmniej trzech propozycji miejsc noclegowych dla Zamawiającego. Nocleg może odbywać się maksymalnie 10 km od miejsca realizacji workshopu mierzone na Google Maps w funkcji „auto”.
2. Organizacji podróży 8 osób do i z Niemiec (samolot rejsowy z bagażem podręcznym min. 8 kg i rejestrowym min. 20 kg) oraz wewnętrznych transferów pomiędzy miejscami organizacji workshopów (bus, pociąg, samolot). Wykonawca musi uzyskać akceptację Zamawiającego względem wybranych połączeń. Połączenie lotnicze do i z Niemiec może być realizowane maksymalnie z jedną przesiadką, a czas przelotu nie powinien przekroczyć 5 godzin. Zamawiający przekaze Wykonawcy listę nazwisk do zakupu biletów najpóźniej 2 tygodnie przed rozpoczęciem misji. W wypadku anulowania lub opóźnienia lotu z przyczyn niezależnych Wykonawca jest zobowiązany do kontaktu z liniami lotniczymi realizującymi usługę i organizacji alternatywnych połączeń.

3. Wynajmu sali na warsztaty zgodnie z zaproponowanym programem misji. Zamawiający zastrzega sobie, że Wykonawca musi uzyskać jego akceptację konkretnego miejsca przed dokonaniem zakupu usługi. Wybrana sala powinna spełniać wszelkie wymogi niezbędne do zorganizowania workshopu, jak: odpowiednia wielkość, ustawienie stolików, nagłośnienie, rzutnik, lada recepcyjna itp. Jako minimalne wymagania sprzętowe rozumie się rzutnik, laptop, nagłośnienie, lada recepcyjna, 8 stolików dla każdego przedsiębiorcy z krzesłami oraz tabliczkami informującymi o nazwie uczestnika. Zamawiający przekazuje Wykonawcy wszelkie materiały graficzne jak np. prezentacje, informacje o małopolskich przedsiębiorcach biorących udział w misji oraz wszelkie inne materiały graficzne, np. logotypy. Wykonawca przedstawi dokładny plan każdego workshopu wraz z rozpiską godzinową spotkań. Techniczny sposób realizacji spotkań (ich długość, sposób rotacji itp.) zostanie dostosowany do miejsca i tematyki spotkania oraz będzie musiał zostać zaakceptowany przez Zamawiającego.
4. Zapewnienia cateringu podczas workshopów, na który składa się poczęstunek dla 28 osób (co najmniej jedno danie główne z dodatkowymi przekąskami i napojami) oraz przerwa kawowa (kawa, herbata, woda, sok, ciasta) dla 28 osób. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje menu, które powinno w miarę możliwości opierać się na lokalnych produktach Małopolski i prezentować bogactwo kulinarne regionu.
5. Przygotowania materiałów promocyjnych m.in. notatniki, długopisy, smycze z identyfikatorem, zestaw podstawowych materiałów informacyjnych (specjalnie przygotowane konspekty z listą firm, które są prezentowane na danym workshopie wraz z opisem i danymi kontaktowymi). Elementy graficzne niezbędne do realizacji projektu zostaną przekazane przez Zamawiającego. Wszystkie materiały muszą być zrealizowane w języku niemieckim. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę planowanych do realizacji materiałów wraz z projektami materiałów.
6. Organizacji i pokrycia kosztów rekrutacji uczestników na danym rynku – przewiduje się po 20 przedsiębiorstw na każdy workshop co daje 40 przedsiębiorstw na jedną misję. Uczestnicy nie powinni się powtarzać oraz muszą zawodowo zajmować się turystyką leisure lub turystyką MICE. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia listy uczestników przed rozpoczęciem misji, a Zamawiający ma prawo do odrzucenia uczestników nie spełniających kryteriów danej misji.

Zamawiający jest odpowiedzialny za nabór uczestników z Małopolski, którzy wezmą udział w projekcie i zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy pełnej listy wraz z nazwiskami osób delegowanych do udziału w misji najpóźniej miesiąc przed wylotem.

Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności za restrykcje związane z sytuacją epidemiologiczną. Wszyscy uczestnicy biorący udział w misji są osobiście odpowiedzialni za wszystkie niezbędne dokumenty, które pozwolą im na wjazd i wyjazd z Niemiec oraz udział we wszystkich elementach misji, a w szczególności za paszporty covidowe czy zaświadczenia o szczepieniach.

Wykonawca nie jest odpowiedzialny za ubezpieczenie uczestników misji.

Wykonawca jest zobowiązany do pisemnego podsumowania po misjach oraz przygotowania wszystkich materiałów podsumowujących wykonanie poszczególnych elementów misji, w tym m.in. list obecności przedsiębiorców z Małopolski i Niemiec podczas workshopów, dokumentacji zdjęciowej, przedstawienia pokazowego zestawu materiałów promocyjnych czy pozyskania i przekazania Zamawiającemu wizytówek przedsiębiorców biorących udział w misji oraz workshopach.

5. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Od daty podpisania umowy do **27 maja 2022 r.**

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 1 usługi, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na kwotę minimum 300 000,00 zł brutto. Jako usługę o podobnym charakterze Zamawiający rozumie organizację wyjazdowych misji gospodarczych. Do potwierdzenia doświadczenia wymagane są odpowiednie dokumenty: referencje, protokoły zdawczo-odbiorcze, oświadczenia, faktury, umowy itp. potwierdzające wykonanie usługi.

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, 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 Oferent musi przedstawić wstępny plan obu misji, który będzie obejmować co najmniej:

- Lokalizację workshopów wraz z planem/harmonogramem wydarzenia;
- Propozycję planu całej misji wraz z godzinami i sposobem transferów do i z Niemiec oraz transferów wewnętrznych;
- Propozycję 40 przedsiębiorców z Niemiec (po 20 do każdej misji), którzy potencjalnie mogą wziąć udział w workshopach.

Niespełnienie jednego z wymienionych w punktach 1-6 warunków udziału w postępowaniu 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 Formularz Ofertowy (stanowiący załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego) oraz Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych, stanowiące załącznik nr 2 do Zapytania Ofertowego.

W celu potwierdzenia doświadczenia Oferent złoży referencje lub protokoły zdawczo – odbiorcze lub oświadczenia lub faktury lub umowy potwierdzające doświadczenie w realizacji misji gospodarczych.

W celu potwierdzenia doświadczenia związanego z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec Oferent złoży referencje lub protokoły zdawczo – odbiorcze lub oświadczenia lub faktury lub umowy itp. potwierdzające to doświadczenie.

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 których 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.

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

- Rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia będą prowadzone w polskich złotych (PLN).
- Płatności będą dokonywane na podstawie faktur/rachunków.
- Płatność zostanie zrealizowana każdorazowo po zakończeniu misji.

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 i podpisany przez osobę upoważnioną Formularz doświadczenia związanego z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec – załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego wraz z dokumentami potwierdzającymi wykonanie tych usług.
5. Wstępny plan obu misji.
6. Oferta powinna zostać podpisana wyłącznie czytelnym i własnoręcznym podpisem przez upoważnioną osobę lub osoby upoważnione do składania ofert. Zamawiający nie akceptuje dokumentu podpisanego elektronicznie.
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

W terminie do **28 października 2021 r. do godz. 23:59**. Za datę złożenia uznaje się datę wpływu oferty na skrzynkę e-mailową na adres e-mail Zamawiającego: postepowania@mot.krakow.pl lub poprzez zamieszczenie w Bazie Konkurencyjności.

- 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.

12. KRYTERIA OCENY OFERT, WYBORU WYKONAWCY I SPOSÓB OBLICZENIA OFERTY

Przy wyborze i ocenianiu ofert uznanych za ważne Zamawiający będzie się kierował następującymi kryteriami:

Kryterium oceny		Waga punktowa (0-100) pkt.
1.	Cena oferty brutto (w PLN)	67,00
2.	Doświadczenie związane z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec	10,00

3.	Wstępny plan obu misji	20,00
4.	Aspekty społeczne	3,00

Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- cena oferty brutto (w PLN) – 67,00 pkt.
- doświadczenie związane z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec – 10,00 pkt.
- wstępny plan obu misji – 20,00 pkt.
- aspekty społeczne – 3,00 pkt.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: cena oferty brutto:

$C = (C \text{ min} : C \text{ n}) \times 67,00 \text{ pkt.}$

gdzie:

- C – cena oferty,
- C min – najniższa cena oferty brutto spośród ocenianych ofert,
- C n – cena oferty brutto ocenianej oferty.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: Doświadczenie związane z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec:

W ramach kryterium oceniane będzie doświadczenie związane z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec, gdzie za każdy dodatkowy workshop przyznawany jest 1 pkt.

1 workshop = 1 pkt.

2 workshopy = 2 pkt.

3 workshopy = 3 pkt. itd.

Maksymalnie, w ramach tego kryterium można uzyskać 10 punktów.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: wstępny plan obu misji:

W ramach kryterium oceniane będą następujące wartości:

- zbieżność harmonogramu workshopu i proponowanych lokalizacji z celami i założeniami projektu oraz tematyką wiodącą danej misji – do 10 pkt.
- celowość i rzetelność planu misji w kontekście do założeń kampanii – do 5 pkt.
- zgodność doboru przedsiębiorców do wiodącej tematyki misji – do 5 pkt.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: aspekty społeczne:

$K = [K_B] \times 3$

K - ilość uzyskanych punktów,

K_B - 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 znajdujące 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.

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 wynosi 30 dni. Bieg terminu 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 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 związanego z rekrutacją na workshopy przedsiębiorców z Niemiec.