

Kraków, 09.09.2021 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/2021/08

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, 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, 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 (wrzesień 2021 r.) 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 (lub tzw. usług ciągłych), 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. W przypadku usług, gdzie prace graficzne były tylko jednym z elementów całej kampanii (wskazanej usługi) należy przedstawić ich wartość,

która powinna być zgodna z wartością z Zapytania, co powinno wynikać z przedłożonych dokumentów. Jako potwierdzenie doświadczenia Oferent przedłoży referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo – odbiorcze lub inne równoważne dokumenty potwierdzające należyte zrealizowanie tych usług.

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 nafarwienie (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:
- 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.
6. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
7. 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.

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 (lub tzw. usług ciągłych), 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, protokoły zdawczo – odbiorcze lub inne

równoważne dokumenty potwierdzające należyte zrealizowanie tych usług. W przypadku usług, gdzie prace graficzne były tylko jednym z elementów całej kampanii (wskazanej usługi) należy przedstawić ich wartość, która powinna być zgodna z wartością z Zapytania, co powinno wynikać z przedłożonych dokumentów.

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, 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 lub poprzez zamieszczenie w Bazie Konkurencyjności.
- **Termin składania ofert: do dnia 16 września 2021 r., do godz. 23:59.**
- W przypadku wysłania oferty na skrzynkę e-mailową Zamawiającego należy ją dołączyć jako załączniki do treści wiadomości; nie spełnia wymogu złożenie oferty drogą e-mailową na adres

e-mail: postepowania@mot.krakow.pl w postaci tzw. podlinkowania oferty w treści przesłanego e-maila lub przez zewnętrzny dysk.

- Oferty złożone po tym terminie nie będą uwzględnione. Złożenie oferty nie jest równoznaczne z udzieleniem zamówienia.
- Oferty niekompletne, nie spełniające wymogów niniejszego zapytania, przesłane po terminie lub pod inne niż wskazane adresy nie będą rozpatrywane przez Zamawiającego.

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 dotatkowe doświadczenie Oferenta w zakresie realizowanych kampanii, gdzie przez 1 kampanię rozumie się:

1. minimum pięć udokumentowanych adaptacji projektów digitalowych takich jak bannery online,
2. minimum pięć udokumentowanych adaptacji projektów na formaty postów na kanały Social Media (cover photo, post FB, post LinkedIn),
3. minimum trzy udokumentowane adaptacje projektów na formaty reklamy zewnętrznej (billboard, citylight, plakat),
4. 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.

Gdzie każda wymieniona kampania przez Oferenta w Załączniku nr 4 musi składać się z co najmniej 3 elementów z 4 opisanych powyżej, aby była możliwość przyznania za nią punktów.

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_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 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 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 – 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.