

Kraków, 16 grudnia 2022 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

na usługi grafika komputerowego w ramach projektu pn. „Małopolska – cel podróży”
realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na
lata 2014-2020
nr zapytania ZO/MCP/2022/11

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 grafika komputerowego** w ramach projektu pn. „Małopolska – cel podróży”.

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 Umiejdzynarodowienie 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 2023 roku.

Całościowy budżet projektu: 16 000 000,00 zł.

Charakterystyka projektu pn. „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, Włoch, Austrii, Szwajcarii, krajów skandynawskich oraz USA adresowanej do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym.

Na kampanię składają się działania marketingowe, które wykorzystają najnowocześniejsze narzędzia, przede wszystkim w Internecie. Powstała koncepcja wizualna i szczegółowa strategia działań, wspólna dla całej kampanii i wszystkich partnerów.

Wszystkie działania są skoncentrowane na rynkach niemieckim, brytyjskim, amerykańskim, austriackim, włoskim, szwajcarskim i skandynawskim a w przypadku działań dot. przemysłu spotkań biznesowych realizowane są globalnie.

Grupą docelową wsparcia są małopolscy przedsiębiorcy z sektora turystycznego. Wszystkie działania promocyjne mają służyć odbudowie ruchu turystycznego do Małopolski po COVID-19. 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 i ich aktualizacja. W zakresie działań MOT pozostaje kampania PR i e-PR, content marketing, kampania w mediach społecznościowych, stworzenie landing page, grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć, organizacja wyjazdowych misji dla przedstawicieli branży turystycznej oraz akcji ambientowych.

Województwo Małopolskie przeprowadzi dwie kampanie wizerunkowe (w 2022 i 2023 r.) zorientowane na turystykę aktywną i turystykę kulturową, spa i wellness i kulinarną w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google Ads i sieć YouTube dającą 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, portalach poświęconych turystyce oraz na stronach linii lotniczych posiadających bezpośrednie połączenia do Krakowa i narodowych przewoźników lotniczych: brytyjskich, niemieckich i austriackich. 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, e-mailing, kampania w aplikacjach, video online, targetowanie i geotargetowanie, remarketing poprzez powtórzenie przekazu reklamowego wśród osób, które odwiedziły stronę kampanii. W efekcie powstaną m.in.: indywidualny plan marketingowy dla kampanii w Internecie, brief koncepcji kreatywnej i wizerunkowej dla działań w Internecie, struktura kampanii internetowej, itp. 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 i workshopach (m.in.: IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona, ITB Berlin); organizacja wydarzeń mających na celu promocję oferty gospodarczej regionu – organizacja warsztatów Forum for Young Professionals; organizacja przyjazdu zagranicznych planistów spotkań do Krakowa i Małopolski (Fam trip Experience Kraków. Visit Małopolska). 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, Wysp Brytyjskich, Włoch, Austrii, Szwajcarii, USA i krajów skandynawskich,
- 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 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 Europejskich Igrzysk Olimpijskich, a także najistotniejszych walorów turystycznych Małopolski takich jak: turystyka miejska i kulturowa, turystyka aktywna, turystyka zdrowotna, MICE.

Skrócony harmonogram działań projektu pn. „Małopolska – cel podróży”:

1. Aktualizacja briefu kampanii przez agencję w 2022 roku.
2. Aktualizacja koncepcji kreatywnej kampanii, strategii komunikacji oraz planu mediowego przez agencję w 2022 roku.
3. Koordynacja całościowa projektu od momentu rozpoczęcia do zakończenia projektu 31.12.2023 r.:
 - Obsługa PR i e-PR w III, IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Content marketing, kampania w mediach społecznościowych w III i IV kwartale 2021 oraz całym roku 2022,
 - Stworzenie i prowadzenie strony internetowej kampanii (landing page) od IV kwartału 2021 do 31 grudnia 2023 r.,
 - Stworzenie grafik, filmów reklamowych, zakup zdjęć wykorzystywanych w działaniach marketingowych od III kwartału 2021 do 31 grudnia 2023 r.,
 - Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (na FB i Instagramie) w całym roku 2022 i 2023,
 - Organizacja 9 wyjazdowych misji gospodarczych i 1 przyjazdowej misji gospodarczej dla przedstawicieli małopolskiej branży turystycznej w IV kwartale 2021 roku oraz w 2022 i 2023 roku,
 - 17 akcji ambientowych w całym 2022 i 2023 r.,
 - Działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i I kwartał 2022 r. oraz w całym roku 2023,
 - 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. oraz cały 2023 r.,
 - Działania promocyjne w Internecie - kampanie odsłonowe i adwords dotyczące sektora MICE - IV kwartał 2021 i IV kwartał 2022 r. oraz 2023 r.,
 - Działania promocyjne w mediach Krakow Convention Bureau: w social mediach, w tym na FB, YouTubie 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 i 2023,
 - Udział w 16 międzynarodowych targach turystyki biznesowej i warsztatach odbywających się w IV kwartale 2021 i całym roku 2022 i 2023,
 - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube w 2022 i 2023 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 i 2023 roku,
 - Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej na portalach rezerwacyjnych typu booking.com/Expedia Group/Tripadvisor oraz stronach linii lotniczych np. Lufthansa czy easy.jet w 2022 i 2023 roku,
 - Organizacja warsztatów Forum for Young Professionals w IV kwartale 2022 roku,

- Organizacja FAM TRIPu pn. Experience Kraków. Visit Małopolska w 2023 roku,
4. Przeprowadzenie ewaluacji kampanii promocyjnej w IV kwartale 2023 r.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za świadczenie usługi grafika komputerowego w terminie 1.01.2023 r. – 31.12.2023 r. Projekty graficzne będą przygotowywane na rynek brytyjski, niemiecki, włoski, amerykański, skandynawski, szwajcarski i austriacki z wykorzystaniem techniki kolażu.

W ramach dotychczas prowadzonych działań powstały główne grafiki wykorzystywane w promocji w dwóch wersjach językowych (angielskiej i niemieckiej) i w pięciu podstawowych tematach (załącznik nr 7):

- kultura;
- turystyka aktywna;
- SPA i wellness;
- kulinaria;
- MICE (tylko w języku angielskim).

Powstałe już główne grafiki są podstawowym materiałem, na którym będzie bazował Wykonawca przy realizacji kolejnych zleceń. Wykonawca będzie zobowiązany do modyfikacji grafik według zleceń Zamawiającego oraz stworzy włoską wersję projektów w 4 podstawowych tematach (kultura; turystyka aktywna; SPA i wellness; kulinaria). Wszystkie hasła oraz założenia merytoryczne do wersji włoskiej zostaną przekazane przez Zamawiającego.

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

Wszystkie stworzone w ramach zamówienia grafiki będą dotyczyć bogactwa turystycznego Krakowa i Małopolski w różnych tematykach. Materiały graficzne będą przygotowywane na wszystkie 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 w języku angielskim) i z uwzględnieniem wytycznych zawartych w koncepcji kreatywnej kampanii oraz podręcznika użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej. Wszystkie materiały graficzne na Social Media (Facebook, Instagram), Video Media (YouTube) muszą zostać przygotowywane w odpowiednich formatach.

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 zgodnie z wytycznymi wskazanymi przez Zamawiającego.

Wszystkie grafiki muszą zostać przekazane Zamawiającemu w formie pozwalającej na swobodną modyfikację i zmianę. Pliki muszą mieć format oraz wielkość, która pozwala na realizację działań, do których zostały stworzone. Wykonawca będzie odpowiedzialny za dostosowanie danej grafiki do odpowiedniego formatu w zależności od zapotrzebowania zgłoszonego przez Zamawiającego.

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 pn. „Małopolska – cel podróży”.

W ramach usługi Zamawiający zakłada, że realizacja działań z projektowania graficznego będzie odbywała się w zakresie ok. 26 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 będzie mógł wnieść maksymalnie 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. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany istotnych warunków i postanowień umowy w przypadku wystąpienia czynników, na które Zamawiający nie miał wpływu, a są związane z faktem finansowania wydatku ze środków Unii Europejskiej.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do dokonania uzasadnionych zmian istotnych warunków umowy o czym niezwłocznie poinformuje Wykonawcę. Wszelkie zmiany treści umowy mogą być dokonywane wyłącznie w formie aneksu podpisanego przez obie strony, pod rygorem nieważności i mogą dotyczyć:

- a) Zmiany terminu wykonania umowy – w przypadkach, gdy: wystąpią okoliczności, których strony umowy nie były w stanie przewidzieć, pomimo zachowania należytej staranności; wystąpią zjawiska związane z działaniem siły wyższej (np. klęska żywiołowa itp.). Występowanie i rozprzestrzenianie się wirusa SARS-CoV-2 (koronawirus) nie stanowi zjawiska o charakterze siły wyższej i nie stanowi podstawy do żądania przez Wykonawcę zmiany terminu wykonania umowy; brakuje środków finansowych na realizację przedsięwzięcia/zadania.

Wystąpienie którejkolwiek z wymienionych wyżej okoliczności w zakresie mającym wpływ na przebieg realizacji zamówienia, będzie skutkowało tym, iż termin wykonania umowy może ulec odpowiedniemu przedłużeniu o czas niezbędny do zakończenia wykonania jej przedmiotu w sposób należyty.

- b) Zmiany wynagrodzenia – w przypadku: zmiany stawki podatku VAT; szczególnego uzasadnienia ekonomicznego i/lub technicznego.

Wystąpienie którejkolwiek z wymienionych powyżej okoliczności nie stanowi bezwzględnego zobowiązania Zamawiającego do dokonania takich zmian, ani nie może stanowić podstawy roszczeń Wykonawcy do ich dokonania.

Umowa zawiera postanowienia o przeniesieniu całości praw autorskich do utworów stworzonych w toku realizacji umowy, w ramach wynagrodzenia należnego Wykonawcy za realizację przedmiotu umowy, wraz z wyrażeniem przez Wykonawcę nieodwołalnej zgody na wprowadzenie przez Zamawiającego oraz osoby trzecie dowolnych zmian oraz modyfikacji w zakresie utworów.

6. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Od 1 stycznia 2023 r. do 31 grudnia 2023 r.

7. 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 5 latach, a jeżeli okres działalności jest krótszy to w tym okresie, co najmniej 1 zbieżnej usługi lub usługi ciągłej, o podobnym charakterze do przedmiotu zamówienia na kwotę minimum 50 000,00 zł brutto. Jako usługę o podobnym charakterze Zamawiający rozumie realizowanie usług graficznych. Do potwierdzenia doświadczenia wymagane są odpowiednie dokumenty: referencje, protokoły zdawczo-odbiorcze, oświadczenia, faktury, umowy lub inne równoważne dokumenty potwierdzające zarówno należyte zrealizowanie tych usług jak również ich wartość.

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 Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania i przekazania Zamawiającemu zadania graficznego opartego na założeniach koncepcji kreatywnej kampanii (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), SPA i wellness, MICE zgodną z założeniami klucza wizualnego kampanii promocyjnej. Oferent musi wykonać zadania graficzne składające się z 3 formatów, tj. reklamy prasowej do druku i baneru 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 nafarbienie (TIL/TAC) 225%,
 - spady 2 mm,
 - przygotowane w skali 1:1.

Przez **baner 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.

Wszystkie dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu (m.in. referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo-odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty) muszą być przedstawione w formie oryginału, kopii lub dokumentu elektronicznego, podpisane przez osoby sporządzające dokument lub inne osoby upoważnione. Dokumenty podpisane przez osoby lub podmioty trzecie, a także podmioty zajmujące się potwierdzaniem autentyczności podpisów nie będą uwzględniane.

Niespełnienie jednego z wymienionych w punktach 1-6 warunków udziału w postępowaniu skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania.

8. 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 lub inne równoważne dokumenty potwierdzające doświadczenie w realizacji usług graficznych jak również ich wartość.

W celu potwierdzenia dodatkowego doświadczenia w realizacji usług graficznych Oferent złoży referencje lub protokoły zdawczo-odbiorcze lub oświadczenia lub faktury lub umowy lub inne równoważne dokumenty potwierdzające to doświadczenie.

Wszystkie dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu (m.in. referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo-odbiorcze, umowy lub inne równoważne dokumenty) muszą być przedstawione w formie oryginału, kopii lub dokumentu elektronicznego, podpisane przez osoby sporządzające dokument lub inne osoby upoważnione. Dokumenty podpisane przez osoby lub podmioty trzecie, a także podmioty zajmujące się potwierdzaniem autentyczności podpisów nie będą uwzględniane.

9. 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.
- Rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia będą prowadzone w polskich złotych (PLN).
- Płatności będą dokonywane na podstawie faktur/rachunków.
- Rozliczenia będą realizowane zgodnie z harmonogramem ustalonym podczas podpisywania umowy.

10. 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 Opis dodatkowego doświadczenia w realizacji usług graficznych – załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego wraz z dokumentami potwierdzającymi wykonanie tych usług.
5. Zrealizowane zadanie graficzne oparte na założeniach koncepcji kreatywnej kampanii i podręcznika użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej.
6. Oferta powinna być podpisana wyłącznie czytelnym i własnoręcznym podpisem przez upoważnioną osobę lub osoby upoważnione do składania ofert. Zamawiający akceptuje dokumenty podpisane elektronicznie, z wyłączeniem jednakże dokumentów podpisanych przez osoby zajmujące się potwierdzaniem tożsamości oraz podpisów.
7. Nie dopuszcza się możliwości składania ofert częściowych.
8. Zamawiający poprawia w ofercie:
 - a) oczywiste omyłki pisarskie,

b) oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek,

c) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z treścią Zapytania Ofertowego niepowodujące istotnych zmian w treści oferty niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.

W przypadku, o którym mowa w pkt. 10.8 lit. c), Zamawiający wyznaczy Wykonawcy odpowiedni termin na zakwestionowanie jej poprawienia. Brak odpowiedzi w wyznaczonym terminie uznaje się za wyrażenie zgody na poprawienie omyłki.

11. OSOBY UPRAWNIONE DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z POTENCJALNYMI WYKONAWCAMI

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

12. 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 23 grudnia 2022 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.

13. 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)	62,00
2.	Dodatkowe doświadczenie w realizowaniu usług graficznych	20,00
3.	Ocena zadania graficznego	15,00
4.	Aspekty społeczne	3,00

Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- cena oferty brutto (w PLN) – 62,00 pkt.
- dodatkowe doświadczenie w realizowaniu usług graficznych – 20,00 pkt.

- ocena zadania graficznego – 15,00 pkt.
- aspekty społeczne – 3,00 pkt.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium: cena oferty brutto:

$$C = (C_{\min} : C_n) \times 62,00 \text{ pkt.}$$

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: dodatkowe doświadczenie w realizowaniu usług graficznych:

W ramach kryterium oceniana będzie ilość zrealizowanych usług graficznych, gdzie za każdą dodatkową realizację przyznawane są 2 pkt.

1 realizacja = 2 pkt.

2 realizacje = 4 pkt.

3 realizacje = 6 pkt., itd.

Maksymalnie w ramach tego kryterium można otrzymać 20 pkt. Oferent jako potwierdzenie dodatkowego doświadczenia przedłoży – referencje, oświadczenia, faktury, protokoły zdawczo-odbiorcze, umowy, 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 5 pkt.
- Zgodność projektu z założeniami koncepcji kreatywnej kampanii oraz linią graficzną przyjętą w kampanii – do 5 pkt.
- Przejrzystość i czytelność dla odbiorcy, szczególnie w kontekście zastosowania techniki kolażu – 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 2021 r. poz. 573, z późn. zm.);
- b) bezrobotnych w rozumieniu ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2022 r. poz. 690 z późn. zm.);
- 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. z 2021 r. poz. 53 z późn. zm.), 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 2022 r. poz. 2123 z późn. zm.);
- e) osób bezdomnych w rozumieniu ustawy z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej (Dz.U. z 2021 r. poz. 2268 z późn. zm.);
- 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 2022 r. poz. 1264 z późn. zm.);
- 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 2017 r. poz. 823 z późn. zm.);

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.

14. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

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

15. 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 znajdującą 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 dodatkowego doświadczenia w realizacji usług graficznych.

Załącznik nr 5 – Koncepcja kreatywna kampanii.

Załącznik nr 6 – Podręcznik użytkownika dla klucza wizualnego kampanii promocyjnej projektu pn. „Małopolska – cel podróży”.

Załącznik nr 7 – Zestawienie dotychczas wykonanych grafik podstawowych.