

Znak sprawy: ESR.272.1.33.2015

Łęczna, 31.03.2014 r.

ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY

Na podstawie Zarządzenia Nr 21/2015 STAROSTY ŁĘCZYŃSKIEGO z dnia 12 marca 2015 r., w oparciu o art. 4 pkt.8 Ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2013r. poz.907 z późn. zm.)

zwracam się z zapytaniem ofertowym o przedstawienie ceny na:

Wykonanie usługi opracowania dokumentów strategicznych w ramach projektu „Rozwój unikalnych atrybutów marki „Kameralne Pojezierze” w oparciu o dziedzictwo UNESCO” współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013, Działanie 2.4 schemat B Marketing gospodarczy

I. **Zamawiający:**

Powiat Łęczyński z siedzibą:
al. Jana Pawła II 95A, 21 – 010 Łęczna
REGON: 431019425, NIP 505 001 77 32
telefon: /081/ 752 64 01, faks: /081/752 64 64
e- mail: b.cieslinska@powiatleczynski.pl

II. **Informacje niezbędne do przygotowania i złożenia oferty**

1) **Opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie 1. Opracowanie Strategii komunikacji marki Kameralne Pojezierze na lata 2014-2020

Zadanie 2. Opracowanie biznesowej oferty turystycznej regionu, w tym organizacja 3-dniowej wizyty studyjnej

Zadanie 3. Opracowanie założeń certyfikacji marki

Zamówienie obejmuje:

Zadanie 1. OPRACOWANIE STRATEGII KOMUNIKACJI MARKI KAMERALNE POJEZIERZE NA LATA 2014-2020

Celem zamówienia jest:

- opracowanie Strategii komunikacji marki Kameralne Pojezierze na lata 2014-2020 ze szczególnym uwzględnieniem nowego atrybutu marki – Transgranicznego Rezerwatu Biosfery POLESIE ZACHODNIE”;

- wskazanie konkretnych działań komunikacyjnych służących pozyskaniu akceptacji dla przyjętej koncepcji marki przez kluczowe instytucje: władze samorządów lokalnych, stowarzyszenia, podmioty związane z obszarem turystyki, instytucje i podmioty biznesowe;
- kompleksowe wskazanie etapów wdrożenia systemu zarządzania, koordynacji i monitorowania przyjętych/ określonych działań i efektów strategii;
- określenie celu i sposobu komunikowania się z grupą docelową działań marketingowych, a także podmiotami zaangażowanymi w ich wdrażanie;
- określenie długookresowych wytycznych strategicznych dla marki oraz przedstawienie planu wdrożenia tych wytycznych.

Realizacja przedmiotu zamówienia powinna przebiegać i uwzględniać poniższe etapy:

Etap I – Analiza sytuacji wyjściowej:

- 1) Analiza dokumentów dostępnych pod linkiem: <http://powiatleczynski.home.pl/pub/Kameralne%20dokumenty.zip>) oraz innych materiałów w oparciu o kryteria m.in. rodzaju i znaczenia stosowanych symboli i wyobrażeń graficznych, jednolitości bądź różnorodności używanych sformułowań oraz sugerowanych skojarzeń, treści pojawiających się w mediach dostarczających informacji o wizerunku Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego jaki funkcjonuje w mediach,
- 2) Analiza i weryfikacja działań prowadzonych marketingowych,
- 3) Audyt zasobów inwestycyjnych w zakresie turystyki na terenie Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego poprzez przeprowadzenie pogłębionej diagnozy zasobów biznesowych na terenie Pojezierza w celu przygotowania odpowiednich działań skierowanych do inwestorów i przedsiębiorców z branży turystycznej.
- 4) Zdefiniowanie podstawowych problemów w zakresie promocji gospodarczej i turystycznej wraz ze wskazaniem ich rozwiązania,
- 5) Zdefiniowanie problemów dot. braku współpracy pomiędzy podmiotami zaangażowanymi we wdrażanie strategii marki, wskazanie metod zwiększających zaangażowanie ww. podmiotów,
- 6) Przeprowadzenie badań jakościowych określających wartość i siłę oddziaływania posiadanych obecnie zasobów (w formie zogniskowanego wywiadu grupowego – min. 3 wywiady mini FGI)

Etap II – Analiza względem konkurencji - rozpoznanie rynku:

- 1) Zdefiniowanie konkurentów marki;
- 2) Określenie głównej motywacji konsumentów oraz ograniczeń dla rozwoju marki Kameralne Pojezierze, za pomocą analizy wagowej

Etap III – Określenie i uzasadnienie mierzalnych celów komunikacji z otoczeniem marki

- 1) Zdefiniowanie celu strategicznego uwzględniającego osiągnięcie wizji marki;
- 2) Zdefiniowanie celów szczegółowych prowadzących do osiągnięcia celu strategicznego wraz z dookreśleniem taktyki działania w krótkich odstępach czasu;
- 3) Przeprowadzenie badań jakościowych potwierdzających założenia Strategii komunikacji (w formie zogniskowanego wywiadu grupowego – min. 3 wywiady mini FGI)

Etap IV – Wybór grup docelowych

- 1) Określenie grup docelowych, do których skierowane będą działania marketingowe
- 2) Określenie podmiotów zaangażowanych we wdrażanie strategii;
- 3) Przedstawienie wizji partycypacji mieszkańców, liderów opinii i przedsiębiorców we współtworzeniu marki oraz produktów, z uwzględnieniem propozycji systemu organizacji i motywowania właściwych podmiotów oraz wskazania dobrych praktyk,

- 4) Przedstawienie celu, sposobu i efektów komunikowania się podmiotów zaangażowanych we wdrażanie strategii

Etap V – Zaplanowanie działań i dobór narzędzi komunikacji względem wybranych grup docelowych

- 1) Wskazanie kompleksowych działań komunikacyjnych w celu umiejętnego zarządzania wizerunkiem i marką regionu,
- 2) Określenie kanałów komunikacji,
- 3) Wskazanie istotnych dla marki produktów (m.in. atrakcji turystycznych, imprez, etc.)
- 4) Przedstawienie wizji rozwoju ww. produktów z uwzględnieniem ich zróżnicowania pod kątem grup docelowych,
- 5) Wskazanie zestawu narzędzi do komunikacji (w tym elementów komunikacji elektronicznej)
- 6) Przedstawienie koncepcji gadżetu, który będzie oddawał misję marki. Proponowany gadżet będzie charakteryzował się niskim kosztem umożliwiającym jego masową produkcję.

Etap VI – Harmonogram wdrożenia działań

- 1) Przedstawienie przyszłych inicjatyw komunikacyjnych marki
- 2) Harmonogram musi zawierać wszystkie etapy działań dla poszczególnych produktów oraz powinien zawierać szacunkowe nakłady finansowe dla każdego działania.

Etap VII – Określenie narzędzi do oceny efektywności podjętych działań marketingowych.

- 1) Wskazanie sposobów i środków realizacji celów strategicznych i szczegółowych
- 2) Określenie mierników oraz zasad pomiaru celów strategicznych i szczegółowych
- 3) Określenie mierników i narzędzi monitorujących skuteczność podjętych działań
- 4) Przedstawienie rekomendacji dla podmiotów odpowiedzialnych za planowanie, finansowanie i zarządzanie marką,
- 5) Przeprowadzenie badań ilościowych obejmujących 400 respondentów, w tym badanie efektów komunikacji oraz rezultatów dotychczas podjętych działań służących rozwojowi unikalnych atrybutów marki Kameralne Pojezierze. Badania zostaną przeprowadzone na próbie 400 respondentów z terenu województwa lubelskiego (próbę zostanie podzieloną wg min. 1 kategorii doboru próby – kat. wiekowa), narzędziem badania będzie kwestionariusz, metoda dowolnie wybrana przez Wykonawcę (np. CAWI, CATI, F2F) umożliwiająca uzyskanie odpowiedzi na pytania postawione w badaniu. Po przeprowadzeniu badań zostanie sporządzony raport, w którym zostaną przedstawione wnioski z przeprowadzonych badań oraz rekomendacje co do dalszych działań.

Zadanie 2. OPRACOWANIE BIZNESOWEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ REGIONU

Przygotowanie biznesowej oferty turystycznej regionu dla potencjalnych inwestorów – kompendium informacji na temat turystyki dla grup zorganizowanych i w regionie i jego kluczowych potencjałów.

Przygotowanie oferty zostanie poprzedzone 3-dniową wizytą studyjną obejmującą:

1. organizację trzydniowej wizyty studyjnej w regionie o podobnym potencjale turystycznym jaki posiada Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie (np. Narwiański Park Narodowy, Biebrzański Park Narodowy) dla 17 osób. Przedmiotem wizyty będzie poznanie dobrych praktyk przy tworzeniu atrakcyjnych ofert i produktów turystycznych
2. Wykonawca zobowiązany jest do:
 - organizacji przejazdu grupy na trasie Włodawa (woj. lubelskie)- łączna – miejsce wizyty - łączna - Włodawa oraz przejazdów pomiędzy obiektami odwiedzanymi w ramach wizyty dla 17-osobowej grupy;
 - wykupienia ubezpieczenia NNW dla uczestników wyjazdu studyjnego;

- zapewnienia noclegu uczestnikom wyjazdu tj. siedemnaście miejsc noclegowych (2 noclegi x 17 osób; pokoje max. 2-osobowe), w obiekcie o standardzie odpowiadającym min. ***hotelowym,
 - zapewnienia wyżywienia dla uczestników wyjazdu studyjnego: 1. dzień: obiad dwudaniowy + kolacja; 2. dzień: śniadanie + obiad dwudaniowy + kolacja; 3. dzień śniadanie + obiad dwudaniowy);
 - organizacji wizyty w co najmniej 2 podmiotach zajmujących się tworzeniem i realizacją oferty turystycznej, obejmującej spotkania z osobami, które zajmują się tworzeniem, wprowadzaniem i życiem produktów turystycznych na rynku oraz organizacji prelekcji dotyczącej wprowadzania produktów turystycznych na rynek;
 - zapewnienia opieki pilota wyjazdu przez 3 dni;
 - zapewnienia opłat związanych z wejściem do zwiedzanych obiektów i przewodnikami
 - zwiedzenie min. 3 produktów turystycznych (np. obiekt, szlak, obszar, impreza)
3. Wizyta zostanie zrealizowana w kwietniu 2015 r., szczegółowy termin zostanie uzgodniony z Zamawiającym na minimum dwa tygodnie przed planowaną datą wyjazdu.

Dodatkowo Wykonawca ma zapewnić udział min. 1 eksperta odpowiedzialnego za tworzenie oferty turystycznej. Po wizycie studyjnej ekspert wraz z uczestnikami wizyty opracują biznesową ofertę turystyczną regionu skierowaną do touroperatorów z kraju i zagranicy, zawierającą również informacje na temat oferty inwestycyjnej w sektorze turystyki na Pojezierzu oraz uwarunkowania związane z rozwojem biznesu na terenach chronionych. W tym celu Wykonawca przeprowadzi audyt zasobów inwestycyjnych (np. tereny inwestycyjne) Pojezierza Łęczyńskiego – Włodawskiego. Opracowana oferta będzie miała formę dokumentu w wersji papierowej i elektronicznej, w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej.

Produkty turystyczne wchodzące w skład oferty turystycznej mogą być tworzone w oparciu o następujące rodzaje atrakcji:

- rzecz
- usługa
- wydarzenie
- impreza (pakiet)
- obiekt
- szlak
- obszar

Podczas przygotowania biznesowej oferty turystycznej każdy produkt powinien być tworzony w oparciu o następujące etapy:

1. Dokonanie inwentaryzacji istniejącego potencjału turystycznego, pod kątem grup zorganizowanych,
2. Identyfikacja potrzeb turystycznych i możliwości ich zaspokojenia,
3. Określenie głównego motywu przyjazdu (rdzeń produktu),
4. Stworzenie produktu (walory, infrastruktura, cechy, lokalizacja w przestrzeni regionu, rynki docelowe, program pobytu, cena, dostępność)
5. Wyodrębnienie grup odbiorców produktu

Wykonawca opracuje min. 4 produkty turystyczne.

Zadanie 3 OPRACOWANIE ZAŁOŻEŃ CERTYFIKACJI MARKI

Założenia certyfikacji marki umożliwią opracowanie spójnych i konsekwentnie wdrażanych przez wszystkie podmioty i osoby z regionu markowych przekazów komunikacyjnych. Certyfikowane produkty/usługi zmieniają postrzeganie jakości oferty regionu m.in. w zakresie bazy noclegowej i gastronomicznej, atrakcji turystycznych, imprez turystycznych.

W ramach realizacji zadania opracowane zostaną dokumenty. Należą do nich:

- regulamin certyfikacyjny, dla min. 4 kategorii produktów (np. obiekt noclegowy, obiekt gastronomiczny, atrakcja turystyczna, impreza),
- jakościowe i ilościowe kryteria oceny,
- karta (formularz) zgłoszenia,
- formularz oceny.

W ramach opracowania założeń certyfikacji marki – Wykonawca opracuje koncepcję zarządzania certyfikacją, wymogi do spełnienia by uzyskać certyfikację oraz wykona wzory certyfikatu w formie tabliczki informacyjnej.

Wykonawca dostarczy 100 szt. tabliczek informacyjnych w formacie A3. Tabliczka informacyjna powinna zostać przygotowana z płyty kompozytowej + nadruk na naklejce laminowanej, pełny kolor, druk solwentowy. Tabliczki będą stanowiły potwierdzenie uzyskanego certyfikatu poświadczającego zgodność produktu/usługi z założeniami marki Kameralne Pojezierze oraz jego wysoką jakość. Projekt tabliczki informacyjnej zostanie uzgodniony z Zamawiającym.

2) Postanowienia dodatkowe:

1. Koszty dojazdu do miejsca świadczenia usługi, nie podlegają zwrotowi, stanowią część wynagrodzenia Wykonawcy.
2. Opracowanie będące przedmiotem zamówienia będzie zawierało również wszelkie inne elementy, które Wykonawca uzna za istotne

3) Zobowiązania Wykonawcy:

1. Powołanie Zespołu Wykonawczego:

- złożonego przynajmniej z 3 osób, odpowiedzialnych za realizację zamówienia, wskazanych przez Wykonawcę w ofercie,
- w przypadkach szczególnych, gdyby osoby wskazane w ofercie nie mogły realizować przedmiotu zamówienia, Wykonawca ma obowiązek w ciągu 5 dni roboczych od momentu rezygnacji uczestnika z prac w zespole zapewnić udział w zespole wykonawczym osób o kwalifikacjach i doświadczeniu co najmniej takim, jak osoby wpisane w ofercie, po uprzednim uzyskaniu pisemnej zgody Zamawiającego na dokonanie zmiany.

2. **Przygotowanie harmonogramu prac zespołu Wykonawczego** celem bieżącej analizy postępów prac, uzgodnienia z Zamawiającym terminów opracowania i zakończenia poszczególnych etapów przygotowania przedmiotu zamówienia.

Harmonogram powinien zawierać co najmniej:

- listę członków zespołu wraz z podziałem zadań,
 - przedstawienie metodyki i cotygodniowego terminarza przeprowadzenia kolejnych etapów i zadań,
 - harmonogram zostanie opracowany przez Wykonawcę w przeciągu 5 dni od dnia zawiadomienia o wyborze oferty i będzie stanowił załącznik do Umowy
3. Świadczenie usług objętych zamówieniem będzie odbywać się za pomocą urządzeń komunikowania się na odległość, w szczególności za pomocą poczty elektronicznej, telefonów, w formie telekonferencji lub osobiście w siedzibie Zamawiającego. tj. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Al. Jana Pawła II 95B, 21-010 Łęczna, Wydział Edukacji, Spraw Społecznych i Rozwoju.
 4. **Udział w spotkaniach roboczych** wraz z przedstawicielami Zamawiającego oraz Partnerów projektu. Spotkania będą odbywać się w siedzibie Zamawiającego w godzinach pracy urzędu lub

za pomocą telekonferencji w godzinach pracy urzędu. Spotkania będą odbywać się nie rzadziej niż raz na dwa tygodnie.

5. Stałe konsultowanie i fachowe doradztwo, przy jak najlepszym wykorzystywaniu posiadanej wiedzy, celem wypracowania optymalnego rozwiązania pojawiających się problemów;
6. Przygotowanie opracowań będących przedmiotem zamówienia w formie pisemnej (papierowej) oraz elektronicznej w 3 egzemplarzach i ich dostarczanie do siedziby Zamawiającego (wydruk i nośnik CD/DVD w 3 kompletnych egzemplarzach).

4) Termin wykonania zamówienia: dla całości zamówienia do dnia 21.06.2015 r.

5) Termin związania ofertą: 7 dni od upływu terminu składania ofert.

6) Warunki udziału w postępowaniu:

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy spełniają łącznie następujące warunki:

a) posiadają wiedzę i doświadczenie i wykażą i że, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonali co najmniej 3 usługi z zakresu tworzenia i wdrażania strategii komunikacji marki terytorialnej,

b) dysponują osobami zdolnymi do wykonania zamówienia i wykażą, że dysponują co najmniej:

- 2 osobami, które będą uczestniczyć w wykonaniu Zadania 1. posiadającymi kwalifikacje zawodowe i doświadczenie niezbędne do wykonania niniejszego zadania, w tym: Kierownikiem projektu – który kierował zespołem podczas prac nad przynajmniej 3 projektami z zakresu tworzenia i wdrażania strategii komunikacji marki terytorialnej, oraz analitykiem – z minimum dwuletnim doświadczeniem w pracy nad co najmniej jednym projektem badawczym obejmującym badanie min. 200-osobowej grupy respondentów, w zakresie tworzenia i wdrażania strategii marki terytorialnej,
- 1 osobą która będzie uczestniczyć w wykonaniu Zadania 2. posiadającą kwalifikacje zawodowe i doświadczenie niezbędne do wykonania niniejszego zadania, która stworzyła min. jedną biznesową ofertę turystyczną

7) Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć wykonawcy w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu:

Oświadczenie o spełnianiu warunków określonych w pkt. 5 zaproszenia, zawarte w Formularzu ofertowym oraz poświadczenie Usługodawcy potwierdzające należyte wykonanie wykazanych usług.

8) Warunki płatności: przelewem w terminie do 14 dni od dnia dostarczenia faktury do siedziby Zamawiającego.

9) Opis sposobu przygotowania ofert: w formie pisemnej lub w formie skanu dokumentu (w przypadku wyboru wykonawcy niezbędne jest dostarczenie oryginału oferty przed podpisaniem umowy).

10) Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert:

1. Ofertę należy złożyć na formularzu stanowiącym Załącznik Nr 1 do niniejszego zaproszenia.

2. Termin składania ofert: do dnia **08.04.2015 r. do godz. 14.00** w jednej z form wybranych przez Wykonawcę:

- osobiście do siedziby Starostwa Powiatowego w Łęcznej, Al. Jana Pawła II 95 a, pokój 111 (kancelaria ogólna) lub

- listownie za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej na adres: Powiat Łęczyński, Al. Jana Pawła II 95 a, 21-010 Łęczna lub
 - drogą elektroniczną na adres e-mail: b.cieslinska@powiatleczynski.pl.
3. Za termin złożenia oferty uważa się dzień i godzinę jej faktycznego wpłynięcia do Zamawiającego.
 4. Wykonawca powinien w ofercie podać łączną cenę netto, należny podatek VAT i cenę brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia w pełnym zakresie. Oferta musi zawierać nazwę i adres wykonawcy, musi być podpisana przez osobę lub osoby uprawnione lub upoważnione do występowania w imieniu wykonawcy, przy czym podpis musi być czytelny lub opisany pieczęcią imienną.
 5. **Osoby uprawnione do bezpośredniego kontaktowania się z Wykonawcą:**
Beata Cieślińska, Wydział Edukacji, Spraw Społecznych i Rozwoju Powiatu,
tel. /081/ 752 – 64 – 21, fax. /081/ 752 – 64 – 64, e- mail: b.cieslinska@powiatleczynski.pl
 6. **Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów oraz sposobu obliczania ceny:** Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty spośród złożonych przez wykonawców spełniających określone wymagania, oferujących wykonanie przedmiotu zamówienia w całości.

Wybór oferty dokonany zostanie na podstawie kryteriów:

Lp.	Kryterium	Waga	Punkty (maksymalnie)
1	Cena	70%	70
2	Liczba wywiadów FGI, zaproponowanych w Zad. 1, Etap I i III	20%	20
3	Zaproponowany sposób doboru próby, Zad. 1 Etap VII	10%	10

gdzie,

- 1) Cena – waga 70%:

Nie podlegająca odrzuceniu oferta z najniższą zaoferowaną ceną otrzyma 70 punktów. Pozostałe oferty proporcjonalnie mniej punktów – ocena ofert zostanie wyliczona wg wzoru:

$$\text{Wartość punktowa} = 70 \times (c \text{ min} / c_b)$$

gdzie:

C min – najniższa cena spośród ofert nie odrzuconych,

C_b – cena oferty badanej

- 2) Liczba wywiadów FGI, zaproponowanych w Zad. 1 – waga 20%

Nie podlegająca odrzuceniu oferta z największą zaproponowaną liczbą wywiadów FGI otrzyma 20 punktów. Pozostałe oferty proporcjonalnie mniej punktów – ocena ofert zostanie wyliczona wg wzoru:

$$\text{Wartość punktowa} = 20 \times (w_b / w \text{ max})$$

gdzie:

w_b – liczba wywiadów FGI zaproponowanych podczas realizacji Zadania 1 zawartych w badanej ofercie,

w max – największa zaproponowana liczba wywiadów FGI zaproponowanych podczas realizacji zadania 1 spośród ofert nie podlegających odrzuceniu, z tym że do oceny zostanie przyjęta maksymalnie liczba 6 wywiadów ponad wymagane minimum sześciu wywiadów łącznie w obu etapach.

- 3) Zaproponowany sposób doboru próby w Zadaniu 1, Etap VII, - waga 10%
Nie podlegająca odrzuceniu oferta z największą liczbą zaproponowanych kategorii doboru próby otrzyma 10 punktów. Pozostałe oferty proporcjonalnie mniej punktów – ocena ofert zostanie wyliczona wg wzoru:

$$\text{Wartość punktowa} = 10 \times (\text{pb} / \text{p max})$$

gdzie:

Pb – liczba zaproponowanych kategorii doboru próby zawartych w badanej ofercie
P max – największa zaproponowana liczba kategorii doboru próby zaproponowanych podczas realizacji zadania 1, Etap VII spośród ofert nie podlegających odrzuceniu, z tym że do oceny zostanie przyjęta maksymalnie liczba 4 kategorii doboru próby ponad wymagane minimum (1 kategoria).

Ocenę końcową oferty stanowi suma punktów uzyskanych przez ofertę Wykonawcy w trzech ww. kryteriach. Jako najkorzystniejsza zostanie wybrana oferta, która uzyska najwyższą ilość punktów.

O wynikach postępowania Zamawiający poinformuje wybranego Wykonawcę oraz wyznaczy termin zawarcia umowy.

1. Formularz ofertowy
2. Wzór umowy

Przewodniczący
Zarządu Powiatu w Łęcznej
mgr Roman Cholewa
31.03.2015.
Data i podpis kierownika zamawiającego

POWIAT ŁĘCZYŃSKI

21-010 Łęczna, Al. Jana Pawła II 95A
NIP 5050017732 Reg. 431019425