

ZAPYTANIE OFERTOWE NA SPORZĄDZENIE ANALIZY PRZEDSIĘBIORSTW, STRATEGII MARKI ORAZ STUDIUM WYKONALNOŚCI PROJEKTU

Biuro Stowarzyszenia WJM 2020, ul. Kolejowa 6, 11-730 Mikołajki

www.7cudowmazur.pl tel. 608-411-847, 668-001-150

Mikołajki, dn. 29 / 01 / 2016r.

ZAMAWIAJĄCY:

Stowarzyszenie Wielkie Jeziora Mazurskie 2020
ul. Kolejowa 6
11-730 Mikołajki
NIP 845-198-57-00, REGON 361222985

ZAPYTANIE OFERTOWE

NA SPORZĄDZENIE ANALIZY PRZEDSIĘBIORSTW, STRATEGII MARKI ORAZ STUDIUM WYKONALNOŚCI PROJEKTU

w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego bez stosowania przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych. Treść niniejszego ogłoszenia nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 i 71 Kodeksu Cywilnego (Dz. U. z 1964, Nr 19, poz. 93 z późn. zm.)

Wspólny Słownik Zamówień (CPV): główny przedmiot – 73000000 - 2.

Stowarzyszenie Wielkie Jeziora Mazurskie 2020 zaprasza do złożenia oferty cenowej na realizację następujących usług:

- Etap I
Analiza przedsiębiorstw z obszaru 11 gmin: Węgorzewo, Giżycko, Miasta Giżycko, Miłki, Orzysz, Pisz, Ruciane-Nida, Mikołajki, Mrągowo, Miasto Mrągowo, Ryn z zakresu ich potencjału rozwojowego, w tym potrzeb z zakresu marketingu i promocji gospodarczej. Analiza ma uwzględniać sytuację gospodarczą regionu, perspektywy rozwojowe gospodarki, działania konkurencji oraz potrzeby i oczekiwania konsumentów. Analiza ma zawierać podsumowanie wyników badań, identyfikację podmiotów zainteresowanych udziałem w projekcie pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”, wskazanie branż szczególnie zainteresowanych udziałem w projekcie, wskazanie pożądanych kierunków i form promocji, prognozę wskaźników możliwych do zrealizowania w ramach projektu.
- Etap II
Strategia marki / Ekspertyza z zakresu kreowania marki obszaru Krainy Wielkich Jezior Mazurskich.
- Etap III
Studium wykonalności projektu pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”.

Zamówienie jest realizowane w związku z projektem pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”, o którego dofinansowanie Zamawiający ubiega się z Unii Europejskiej ze środków z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 (Oś priorytetowa 1. Inteligentna Gospodarka Warmii i Mazur, Działania 1.4. Nowe modele biznesowe i ekspansja, Poddziałania 1.4.1. Promocja gospodarcza regionu).

Szczegółowy opis zamówienia:

Etap I:

1. Diagnoza regionu w obszarze przedsiębiorczości (m.in. na podstawie raportów branżowych, danych statystycznych GUS, BDL, EUROSTAT, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową dla poszczególnych branż, sektorów gospodarki oraz dostępnych wskaźników statystycznych innowacyjności, zatrudnienia i rozwoju społeczno-gospodarczego).
2. Badanie potrzeb przedsiębiorców w zakresie promocji gospodarczej i działań marketingowych oraz identyfikacja potencjalnych beneficjentów projektu pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”. Działanie służy zbudowaniu bazy danych i wybraniu próby badawczej, jak i ocenie dotychczasowych podobnych działań w zakresie promocji gospodarczej (instytucji i samych przedsiębiorstw), poziomu zainteresowania tymi działaniami, ocenie ich skuteczności i odbioru wśród interesariuszy z poszczególnych branż. Wykonawca wyłoni grupę respondentów, a następnie przedstawi Zamawiającemu do akceptacji. Na potrzeby realizacji działania należy zastosować następujące metody badawcze:
 - a. Wywiad kwestionariuszowy realizowany telefonicznie (CATI) w odniesieniu do targetowanych grup respondentów (targetowanie pod względem rozkładu geograficznego, branży i wielkości przedsiębiorstw dla uzyskania reprezentatywnych danych. Także targetowanie pod względem korzystania / niekorzystania dotychczas z podobnych form wsparcia w zakresie promocji gospodarczej – element badania propensity score matching - analiza efektów, doświadczeń i preferencji w oparciu o porównanie grupy interwencji z utworzoną tzw. metodą „najbliższego sąsiada” grupą kontrolną). Próba badawcza: minimum 2%, ale nie mniej niż 10 podmiotów z ogólnej liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw z terenu danej gminy.
 - b. Wywiad kwestionariuszowy realizowany przez Internet (CAWI). Wykonawca w tym celu wykorzysta bazy kontaktowe poszczególnych urzędów 11 gmin oraz bazy ogólnodostępne. Wysłanie zaproszeń mailowych (mailing) z linkiem do przygotowanego elektronicznego formularza badania (ankiety), umieszczenie formularza na stronach internetowych poszczególnych gmin oraz w trakcie realizacji badania wysłanie minimum 2 monitów zachęcających do wzięcia udziału w badaniu. Próba badawcza: minimum 10% ogólnej liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw z terenu danej gminy.
 - c. Wywiady pogłębione. Zastosowanie techniki wywiadów bezpośrednich oraz telefonicznych z przedstawicielami reprezentantów różnych branż przedsiębiorców (np. LOT, Izby Gospodarcze, IOB). Lista reprezentantów zostanie sporządzona przez Wykonawcę przy akceptacji Zamawiającego. Wymagana liczba kompletnie zrealizowanych wywiadów pogłębionych: min. 20 w gminie, w której jest zarejestrowanych do 500 podmiotów gospodarczych oraz min. 50 w gminie, w której jest zarejestrowanych ponad 500 podmiotów gospodarczych.
 - d. Spotkania bezpośrednie z przedstawicielami poszczególnych branż (panel ekspertów). Zadaniem wykonawcy będzie opracowanie oraz przeprowadzenie min. 13 spotkań w formie konsultacji (po 1 w gminach: Węgorzewo, Giżycko, Miłki, Orzysz, Pisz, Ruciane-Nida, Mikołajki, Mrągowo, Ryn; po 2 w miastach: Giżycko, Mrągowo). Spotkanie bezpośrednie organizowane celem przedyskutowania i weryfikacji wstępnych wniosków z badania oraz bezpośredniego zebrania propozycji rekomendacji. W spotkaniach udział wezmą lokalni / regionalni eksperci zajmujący się wsparciem przedsiębiorczości (przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu, lokalnych organizacji turystycznych, istniejących zrzeszeń przedsiębiorców oraz sami przedsiębiorcy). Ze względu na konsultacyjny charakter spotkań i duży nacisk na bezpośrednią rozmowę z gośćmi spotkania ich liczebność nie powinna przekroczyć 50 osób na spotkaniu. Szczegółowy opis:
 - Harmonogram i lokalizacje spotkań zostaną uzgodnione z Zamawiającym.
 - Czas trwania: 1 dzień: nie krótszy niż 2 godziny, nie dłuższy niż 6 godzin.
 - Liczba uczestników nie mniejsza niż 15, nie większa niż 50. Za rekrutację uczestników odpowiada Wykonawca. Uczestnikami spotkań będą przedsiębiorcy, osoby reprezentujące jednostki samorządu terytorialnego oraz instytucje otoczenia biznesu. Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie graficzne oraz wydruk zaproszeń na spotkanie/a w liczbie co najmniej 50 sztuk/spotkanie oraz wysyłkę zaproszeń do osób/instytucji/przedsiębiorstw wytypowanych w porozumieniu z Zamawiającym i zatwierdzeniu przez niego ostatecznej listy potencjalnych uczestników. Przygotowanie bazy danych potencjalnych uczestników powinno zostać zakończone min. 20 dni przed zbliżającym się wydarzeniem uwzględniając czas niezbędny na skonsultowanie z Zamawiającym listy potencjalnych uczestników. Wysyłka zaproszeń odbędzie się co najmniej 7 dni przed zbliżającym się wydarzeniem.
 - Przygotowanie i realizację merytorycznego programu każdego ze spotkań konsultacyjnych, mających na celu zaangażowanie i włączenie uczestników spotkania w realizację działań na rzecz rozwoju gospodarczego obszaru Krainy WJM. Program spotkania oraz scenariusz wymaga zatwierdzenia przez Zamawiającego najpóźniej 7 dni przed organizacją spotkania.
 - Wykonawca opracuje narzędzia służące poznaniu potrzeb i oczekiwań zaproszonych uczestników w kontekście promocji i marketingu gospodarczego regionu, w tym możliwości współpracy i przepływu danych z zakresu informacji gospodarczej (kwestionariusze ankiet, wywiady itp.).
 - Wykonawca zapewni doświadczonego moderatora odpowiedzialnego za sprawne przeprowadzenie spotkań. – za spełnienie wymogu uznaje się wykazanie przeprowadzenia min. 10 spotkań tego typu.
 - Wykonawca zapewni salę konferencyjną zlokalizowaną na terenie miejscowości będącej siedzibą gminy, gdzie odbywa się spotkanie. Sala konferencyjna wyposażona powinna być w: projektor, ekran projekcyjny, laptop do prezentacji, odpowiednie nagłośnienie.
 - Wykonawca przygotowuje materiały konferencyjne dla każdego z uczestników: teczka papierowa,

notatnik, długopis oraz program spotkania. Wszystkie materiały powinny zostać oznakowane zgodnie z wytycznymi przekazanymi przez Zamawiającego.

- Wykonawca zapewni serwis napojów (kawa, herbata, soki, woda mineralna) i przekąsek (ciastka, przekąski słone, owoce) przez cały czas trwania wydarzenia.
- Wykonawca jest zobowiązany do oznaczenia miejsca organizacji konsultacji w niezbędne informacje, w tym: ogłoszenia w budynkach, w których będą odbywały się konsultacje, ogłoszenia zamieszczone na tablicach ogłoszeń w pobliżu miejsca organizacji konsultacji.
- Wykonawca udostępni tematykę konsultacji na stronie internetowej Zamawiającego i zapewni możliwość ustosunkowania się do konsultowanych treści w ciągu 21 dni od zakończenia spotkania poprzez narzędzie internetowe. Wykonawca przygotuje formularze zgłaszania uwag i sugestii, które będą zamieszczone na stronie www.
- Wykonawca będzie zobowiązany do opracowania sprawozdania po każdym ze spotkań oraz przekazania ich Zamawiającemu najpóźniej 5 dni po odbyciu spotkania, a także zamieszczenie sprawozdania z przeprowadzonego spotkania wraz z wnioskami na stronie internetowej udostępnionej przez Zamawiającego i rozesłanie informacji do uczestników spotkania.

Wymogi techniczne: Analiza nt. potrzeb przedsiębiorstw z obszaru 11 gmin będzie miała nie mniej niż 60 i nie więcej niż 120 stron maszynopisu w formacie A4, czcionka Times New Roman, wielkość 12, interlinia 1,5 bez załączników. W wersji papierowej zostanie sporządzonych co najmniej 18 kompletów Analizy wraz załącznikami. Analiza przygotowana zostanie również w wersji elektronicznej, w tym edytowalnej oraz rozdyskrebowana drogą mailową wśród interesariuszy projektu po wcześniejszej akceptacji Zamawiającego. Wykonawca przygotuje główne wnioski i rekomendacje płynące z Analizy w postaci prezentacji, którą przedstawi podczas spotkań stanowiących dalsze etapy prac.

Realizacja Etapu I w terminie do końca czerwca 2016r. *Patrz istotne warunki umowy.

Etap II:

Strategia marki / Ekspertyza z zakresu kreowania marki obszaru Krainy Wielkich Jezior Mazurskich zostanie opracowana przez Wykonawcę na bazie przeprowadzonej Analizy przedsiębiorstw z obszaru 11 gmin: Węgorzewo, Giżycko, Miasta Giżycko, Miłki, Orzysz, Pisz, Ruciane-Nida, Mikołajki, Mrągowo, Miasto Mrągowo, Ryn z zakresu ich potencjału rozwojowego, w tym potrzeb z zakresu marketingu i promocji gospodarczej (Etap I).

Wykonawca, w oparciu o wnioski z przeprowadzonej w Etapie I Diagnozy, w ramach Etapu II zobowiązany jest do opracowania systemu marketingu i promocji gospodarczej Krainy Wielkich Jezior Mazurskich, w tym ramowego planu realizacji przedsięwzięć w ramach projektu pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich” na lata 2017-2021 z określeniem celów, zadań, harmonogramu czasowego i miar sukcesów w następujących obszarach:

- a. systemu kompleksowych działań mających na celu promocję najważniejszych dziedzin gospodarki określonych w wyniku wcześniej przeprowadzonych badań,
- b. systemu wsparcia przyciągania inwestycji do regionu oraz obsługi inwestorów,
- c. systemu wsparcia eksporterów z Krainy Wielkich Jezior Mazurskich.

Wykonawca na podstawie przeprowadzonych badań wypracuje wnioski z zakresu:

- a. analizy dotychczasowych działań promocyjnych, w tym dotychczasowych kierunków i narzędzi promocji wykorzystywanych przez gminy obszaru KWJM. Analiza powinna obejmować badania znajomości i trafności oraz funkcjonalności logo i hasła promocyjnego m.in. marki „7 Cudów Mazur” oraz analizę dotychczasowych wyróżników promocji,
- b. analizy i identyfikacji obecnego wizerunku obszaru KWJM, grup docelowych, sposobu postrzegania KWJM przez te grupy na rynku krajowym i zagranicznym,
- c. pożądanego wizerunku obszaru KWJM w grupach docelowych,
- d. analizy kluczowych branż z punktu widzenia przyciągania inwestorów zewnętrznych oraz działalności eksportowej przedsiębiorstw z terenu Krainy WJM w kontekście obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej,
- e. wskazania kluczowych instytucji lub rozwiązań organizacyjnych, które stanowią główną sieć wsparcia inwestorów i eksporterów - realizując zadania z zakresu marketingu gospodarczego i promocji gospodarczej.

Strategia marki / Ekspertyza z zakresu kreowania marki obszaru Krainy Wielkich Jezior Mazurskich będzie obejmowała przypisane cele, zadania, harmonogram czasowy i finansowy wdrożenia oraz ścieżki komunikacji i udzielania informacji zwrotnej i miar sukcesów.

Strategia marki / Ekspertyza ma uwzględniać kluczowe dla sukcesu projektu „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich” następujące założenia i cele:

- wzmocnienie wizerunku gospodarczego oraz atrakcyjności Krainy WJM, w tym umiędzynarodowienie kontaktów

gospodarczych, zwiększenie rozpoznawalności regionu i firm działających na tym obszarze,

- wzmocnienie poczucia przynależności do regionu przez inwestorów z Krainy WJM,
- zwiększenie zaangażowania podmiotów gospodarczych i otoczenia biznesu w budowaniu pozytywnego wizerunku obszaru i wartości dodanej w lokalnej gospodarce,
- wzrost liczby inwestycji napływających do Krainy WJM,
- wzrost przepływów import-eksport oraz potencjału eksportowego podmiotów z Krainy WJM,
- wzrost liczby zamówień/kontraktów dla regionalnych przedsiębiorców,
- wzmocnienie wiarygodności regionu jako partnera biznesowego,
- zbudowanie/wzmocnienie relacji oraz skutecznej współpracy pomiędzy JST, Instytucjami Otoczenia Biznesu oraz instytucjami regionalnymi (COiE) i centralnymi (PALiZ, Ministerstwo Rozwoju).

W Strategii marki / Ekspertyzie zostanie uwzględniona lista instytucji otoczenia biznesu adekwatnego do potencjału inwestycyjnego Krainy WJM, lista wydarzeń targowo-wystawienniczych wraz z rekomendacją, do których warto przystąpić lub wziąć udział w kontekście efektywnej promocji gospodarczej regionu, potencjalne destynacje misji inwestycyjnych/wizyt studyjnych dla przedsiębiorców z Krainy WJM oraz lista proponowanych działań służących promocji gospodarczej, wynikających z opracowanej Diagnozy, analizy dotychczasowych działań promocyjnych.

Strategia marki / Ekspertyza będzie zawierać szczegółowy plan wdrażania działań marketingu gospodarczego i promocji gospodarczej, w tym systemu wsparcia inwestorów i ekspertów w ramach projektu „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”. Plan wdrożenia powinien uwzględniać:

- system wsparcia promocji istniejących przedsiębiorstw,
- system wsparcia przyciągania inwestycji do Krainy WJM oraz obsługi inwestorów,
- system wsparcia eksporterów z Krainy WJM,
- zasady współpracy i przepływu danych oraz ich standaryzacji z zakresu promocji i informacji gospodarczej pomiędzy urzędami miast i gmin, a podmiotami zaangażowanymi w realizację projektu „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich” z uwzględnieniem instytucji otoczenia biznesu.

Strategia marki musi zawierać następujące działania:

1. Kampanię medialną opartą na zakupie mediów między innymi internetowych, telewizyjnych i prasowych.
2. Organizację portalu gospodarczego WJM oraz promocja i pozycjonowanie. Pełna informacja i promocja gospodarcza marki, bazy usługodawców wg branż.
3. Udział w targach polskich i zagranicznych – organizacja udziału przedsiębiorców – wspólne stoiska pod marką parasolową Mazur, dystrybucja materiałów, kampania (publikacje reklam na portalach branżowych oraz w prasie branżowej).
4. Eventy gospodarcze i regionalne, prezentacje firm – rekomendowane w ramach eventów promocyjnych przy okazji wydarzeń sportowych, kulturalnych i turystycznych.
5. PR oraz wizyty studyjne dziennikarzy zajmujących się tematyką gospodarczą oraz branżową.
6. Materiały promujące markę gospodarczą Mazur i jej przedsiębiorców między innymi filmy, mobilne przewodniki i foldery wizerunkowe zawierające wyróżniki marki oraz dobre wzorce firm.
7. Konferencje lokalne z udziałem firm MŚP obszaru WJM służące kreowaniu rozwoju i współpracy poprzez nowe formy promocji gospodarcze.

Realizacja Etapu II w terminie do końca września 2016r. *Patrz istotne warunki umowy

Wykonawca realizując niniejsze zamówienie powinien posiłkować się wnioskami wynikającymi z dokumentu: „Koncepcja promocji gospodarczej Krainy Wielkich Jezior Mazurskich” opracowanego w ramach projektu „Planowanie miejskiego obszaru funkcjonalnego na terenie Krainy Wielkich Jezior Mazurskich”.

Etap III:

1. Wykonanie Studium wykonalności projektu pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich” w oparciu o wytyczne Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 (Poddziałanie 1.4.1 Promocja gospodarcza regionu).
2. Aktualizacja / poprawa Studium wykonalności, w trakcie oceny formalnej i merytorycznej projektu, przeprowadzanej przez Instytucję Zarządzającą RPO Woj. W-M na lata 2014-2020.

Studium wykonalności powinno być dostarczone w trzech egzemplarzach w formie papierowej oraz w dwóch egzemplarzach w formie elektronicznej na płycie CD/DVD w plikach (.pdf), (.doc) lub równoważnych, analiza ekonomiczno-finansowa w aktywnym pliku Microsoft Excel (.xlsx) lub równoważnym.

Realizacja Etapu III w terminie do końca listopada 2016r. *Patrz istotne warunki umowy

Wykonawca będzie zobowiązany do przekazania Zamawiającemu wszelkich praw własności oraz praw autorskich do wykonanych dokumentów.

Kryteria oceny oferty:

Całkowita liczba punktów przyznanych w złożonej ofercie stanowi sumę poszczególnych składników przedstawionych poniżej.

Wagi poszczególnych kryteriów ustalone są następująco:

1. Cena (brutto) maksymalnie 55 pkt. Kryterium punktowe w przypadku ceny wyliczane będzie wg wzoru (cena minimalna/cena badana) x 55 pkt. z dokładnością do 2 miejsc po przecinku.
Jeżeli cena oferty będzie budzić wątpliwości Zamawiającego, co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający w celu ustalenia, czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, zwróci się do Wykonawcy o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty, mających wpływ na wysokość ceny. Zamawiający może żądać w szczególności złożenia kalkulacji obliczenia ceny. Zamawiający, oceniając wyjaśnienia, będzie brał pod uwagę obiektywne czynniki wpływające na obniżenie ceny, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, koszty pracy. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie złoży wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień potwierdzi, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.
2. Doświadczenie w zrealizowaniu analiz potrzeb z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, maksymalnie 10 pkt:
 - co najmniej 5 analiz - 5 punktów
 - co najmniej 10 analiz - 10 punktów
3. Doświadczenie w zrealizowaniu ekspertyz z zakresu kreowania marki, maksymalnie 10 pkt:
 - co najmniej 5 ekspertyz - 5 punktów
 - co najmniej 10 ekspertyz - 10 punktów
4. Doświadczenie w opracowywaniu studiów wykonalności inwestycji/projektów dofinansowanych ze środków UE, maksymalnie 5 pkt:
 - co najmniej 10 studiów wykonalności - 2 punktów
 - co najmniej 20 studiów wykonalności - 5 punktów

Przy ocenie ofert w Kryterium Doświadczenie, Zamawiający będzie brał pod uwagę liczbę przygotowanych analiz, ekspertyz i studiów wykonalności dla projektów dofinansowanych ze środków UE. W celu wykazania spełnienia wymogów do oceny w ramach powyższego kryterium, Wykonawca jest zobowiązany załączyć do oferty wykaz wykonanych analiz, ekspertyz i studiów wykonalności wraz z dowodami potwierdzającymi należyte wykonanie każdego z dokumentów (listy referencyjne, protokoły odbioru itp.). Nie dołączenie dowodów potwierdzających należyte wykonanie ww. dokumentów, skutkować będzie nieuwzględnieniem go jako należycie przygotowanego dokumentu.
5. Potencjał kadrowy, maksymalnie 20 pkt:
Przy ocenie ofert w Kryterium Potencjał kadrowy, Zamawiający będzie brał pod uwagę dysponowanie przez Wykonawcę 3 osobami z doświadczeniem w przygotowaniu analiz z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, ekspertyz z zakresu kreowania marki oraz sporządzenia studiów wykonalności.
 - oferta, w której Wykonawca wykazał, że dysponuje 3 osobami z doświadczeniem w przygotowaniu analiz z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, ekspertyz z zakresu kreowania marki oraz sporządzenia studiów wykonalności, przy czym zespół osób wykonał przynajmniej 10 analiz z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, 10 ekspertyz z zakresu kreowania marki oraz 20 studiów wykonalności, otrzymuje 20 punktów.
 - oferta, w której wykonawca wykazał, że dysponuje 3 osobami z doświadczeniem w przygotowaniu analiz z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, ekspertyz z zakresu kreowania marki oraz sporządzenia studiów wykonalności, przy czym zespół osób wykonał przynajmniej 5 analiz z zakresu rozwoju przedsiębiorstw, 5 ekspertyz z zakresu kreowania marki oraz 10 studiów wykonalności, otrzymuje 10 punktów.

W celu wykazania spełnienia powyższego kryterium, Wykonawca jest zobowiązany załączyć wykaz osób tj. imienną listę specjalistów wraz z listą przygotowanych przez nich dokumentów.

Końcową ocenę stanowi suma punktów przyznanych według wymienionych wyżej kryteriów. Zamawiający zastrzega sobie prawo weryfikacji przedstawionych w ofercie informacji.

Termin związania ofertą: 45 dni

Osobami uprawnionymi do kontaktu z Wykonawcami są:

- Paweł Czacharowski - Dyrektor Biura Stowarzyszenia WJM 2020, tel. 608 411 847, e-mail

pk.czacharowski@gmail.com

- Karol Syta – Specjalista ds. realizacji i koordynacji projektów, tel. 668 001 150, e-mail karol.syta.2020@gmail.com

Termin, miejsce i sposób złożenia oferty:

- Ofertę proszę dostarczyć do godz. 12.00 do dnia 15 / 02 / 2016r w siedzibie Zamawiającego, w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed otwarciem kopercie opisanej następująco: „Oferta na wykonanie analizy, ekspertyzy i SW”. Liczy się data wpływu. O wyborze najkorzystniejszej oferty poinformujemy drogą elektroniczną Wykonawców, którzy złożą oferty.
- Proszę oszacować koszt usługi w rozbiściu na każdy z 3 etapów oddzielnie.
- Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną przez siebie ofertę pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma powiadomienie (pisemnie, mailem) o wprowadzeniu zmian lub wycofaniu oferty, przed upływem terminu składania ofert.
- Nie dopuszcza się składania ofert częściowych.
- Zgodnie z art. 4 pkt 8 Ustawy z dn. 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. tekst jednolity z 2013r., poz.907 ze zm.) wobec zamówienia nie stosuje się ustawy Prawo Zamówień Publicznych. W związku z powyższym niniejsze zaproszenie do składania ofert nie jest zamówieniem i otrzymanie od Państwa ofert nie powoduje powstania żadnych zobowiązań wobec stron.

Załączniki w wersji elektronicznej

 [Zapytanie ofertowe wraz z załącznikami](#) (4,7 MB)

 [Koncepcja promocji gospodarczej Krainy Wielkich Jezior Mazurskich opracowana w ramach projektu „Planowanie miejskiego obszaru funkcjonalnego na terenie Krainy Wielkich Jezior Mazurskich”](#) (2,2 MB)

 [Zmiana treści zapytania ofertowego](#) (751,5 KB)

Informacja o wyborze

W związku z przeprowadzonym zapytaniem ofertowym na sporządzenie analizy przedsiębiorstw, strategii marki oraz studium wykonalności projektu – informuję, że na podstawie przedłożonych ofert Zamawiający zdecydował o wyborze oferty złożonej przez Konsorcjum: ERDA Sp. z o.o., ul. Ogrody 24, 03-994 Warszawa, Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Gospodarczych DELTA PARTNER, ul. Zamkowa 3a/1, 43-400 Cieszyń o wartości 109 347,00 zł. Uzasadnienie: oferta uzyskała największą liczbę punktów (100 pkt).

Wyboru ofert dokonano zgodnie z art. 4 pkt 8 Ustawy z dn. 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych.

Zamówienie jest realizowane w związku z projektem pn. „7 Cudów Mazur – promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich”, o którego dofinansowanie Zamawiający ubiega się z Unii Europejskiej ze środków z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 (Oś priorytetowa 1. Inteligentna Gospodarka Warmii i Mazur, Działania 1.4. Nowe modele biznesowe i ekspansja, Poddziałania 1.4.1. Promocja gospodarcza regionu).

 [Informacja o wyborze oferty](#) (337,8 KB)