

Nowy Sącz: Konkurs na opracowanie koncepcji promocji Projektu oraz manualu Projektu Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza

Numer ogłoszenia: 363522 - 2011; data zamieszczenia: 03.11.2011

OGŁOSZENIE O UDZIELENIU ZAMÓWIENIA - Usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: obowiązkowe.

Ogłoszenie dotyczy: zamówienia publicznego.

Czy zamówienie było przedmiotem ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych: nie.

Czy w Biuletynie Zamówień Publicznych zostało zamieszczone ogłoszenie o zmianie ogłoszenia: nie.

SEKCJA I: ZAMAWIAJACY

I. 1) NAZWA I ADRES: Małopolskie Centrum Kultury "Sokół" w Nowym Sączu, ul. Długosza 3, 33-300 Nowy Sącz, woj. małopolskie, tel. 18 4482610, faks 18 4482611.

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Inny: instytucja kultury Województwa Małopolskiego.

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Konkurs na opracowanie koncepcji promocji Projektu oraz manualu Projektu Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza.

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi.

II.3) Określenie przedmiotu zamówienia: 1. Przedmiotem zamówienia jest zlecenie opracowania innowacyjnej koncepcji promocji karpackiego terenu pogranicza polsko - słowackiego i jego atrakcyjności turystycznej, dotyczącej, przede wszystkim popularyzacji atrakcji turystycznych jak i portalu internetowego, tworzonego dla potrzeb Projektu. 2. Koncepcja Promocji Projektu musi zawierać opisane poniżej działania i produkty wymagane w Projekcie: - stworzenie w porozumieniu z Zamawiającym programu akcji informacyjnej - skierowanej do mieszkańców obszaru oddziaływania projektu w celu przedstawienia idei projektu, pozyskania ich do współtworzenia zawartości Karpackiej Mapy Przygody oraz inspirowania tworzenia nowych przemysłów czasu wolnego i kultury. - stworzenie w porozumieniu z Zamawiającym programu spotkań informacyjno - promocyjnych - działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców obszaru oddziaływania projektu, jak też ludności mieszkającej poza nim, gdyż promować atrakcyjność turystyczną regionów należy przede wszystkim na zewnątrz - pod takim warunkiem projekt przyniesie realną korzyść dla obszaru wsparcia (5 spotkań po stronie polskiej, 5 spotkań po stronie słowackiej). - wizyty studyjne - stworzenie programu wyjazdów studyjnych przykładowymi szlakami Karpackiej Mapy Przygody dla grup opiniotwórczych (touroperatorów, dziennikarzy), aby móc pokazać w praktyce, że przygoda w nazwie projektu nie jest pustym słowem, że rzeczywiście w naszych regionach można ją przeżyć (6 wizyt transgranicznych). - opracowanie planu co do ilości i jakości materiałów promocyjnych niezbędnych dla promocji projektu, wraz z zaproponowaniem sposobu ich dystrybucji (w szczególności zapisanych w projekcie: katalogu atrakcji z płytą CD w trzech wersjach językowych (pol., słow., ang.), filmu promocyjnego, wystawy fotograficznej, Karpackiej Mapy Przygody w wersji papierowej, gadżetów)

oraz przedstawienie wyników analizy rynku lokalnego pod kątem imprez masowych odpowiednich dla promocji Karpackiej Mapy Przygody. Konsultacje na etapie powstawania tych produktów promocyjnych. - promocja medialna i społeczna - stworzenie planu promocji w mediach regionalnych i specjalistycznych, nadzorowanie prezentacji projektu podczas ważnych imprez masowych odbywających się w obu regionach (według sporządzonego planu), plan obecności Karpackiej Mapy Przygody na targach turystycznych, eventach. - stworzenie bazy adresowej mediów, dziennikarzy, instytucji i firm w które należy informować o Projekcie Karpacka Mapa Przygody. - Konsultacje układu zawartości oraz częstotliwości aktualizacji działu dla mediów w Portalu Karpacka Mapa Przygody, nadzór nad ww. działaniami. - Stworzenie wzorcowych tekstów promocyjnych dla mediów (komunikaty prasowe, teksty do prasy ogólnej, teksty do prasy turystycznej, kulturalnej, innej specjalistycznej, teksty dla portalów tematycznych, teksty spotów radiowych, telewizyjnych)..

II.4) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 79.34.22.00-5.

SEKCJA III: PROCEDURA

III.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA: Zamówienie z wolnej ręki

III.2) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

- **Zamówienie dotyczy projektu/programu finansowanego ze środków Unii Europejskiej:** tak, projekt/program: Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko - preszowskiego pogranicza, nr WTSL.02.01.00-12-057/08.

SEKCJA IV: UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

IV.1) DATA UDZIELENIA ZAMÓWIENIA: 20.10.2011.

IV.2) LICZBA OTRZYMANYCH OFERT: 1.

IV.3) LICZBA ODRZUCONYCH OFERT: 0.

IV.4) NAZWA I ADRES WYKONAWCY, KTÓREMU UDZIELONO ZAMÓWIENIA:

- TravelBrain.pl Piotr Trybalski, Obozowa 50A/15, 30-383 Kraków, kraj/woj. małopolskie.

IV.5) Szacunkowa wartość zamówienia (bez VAT): 24390,24 PLN.

IV.6) INFORMACJA O CENIE WYBRANEJ OFERTY ORAZ O OFERTACH Z NAJNIŻSZĄ I NAJWYŻSZĄ CENĄ

- **Cena wybranej oferty:** 30000,00
- **Oferta z najniższą ceną:** 30000,00 / **Oferta z najwyższą ceną:** 30000,00
- **Waluta:** PLN.

ZAŁĄCZNIK I

Uzasadnienie udzielenia zamówienia w trybie negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki albo zapytania o cenę

- **1. Podstawa prawna**
Postępowanie prowadzone jest w trybie zamówienie z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. - Prawo zamówień publicznych.
- **2. Uzasadnienia wyboru trybu**

Należy podać uzasadnienie faktyczne i prawne wyboru trybu oraz wyjaśnić, dlaczego udzielenie zamówienia jest zgodne z przepisami.

I. Uzasadnienie faktyczne: W wyniku rozstrzygnięcia konkursu pn.: Konkurs na opracowanie koncepcji promocji Projektu oraz manualu Projektu Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza oraz zgodnie z warunkami konkursu, w celu przyznania nagrody, Zamawiający przeprowadził postępowanie w trybie zamówienia z wolnej ręki. Przedmiotem powyższego zamówienia, a zarazem przedmiotem nagrody w w/w konkursie, jest zlecenie opracowania innowacyjnej koncepcji promocji karpackiego terenu pogranicza polsko - słowackiego i jego atrakcyjności turystycznej, dotyczącej, przede wszystkim popularyzacji atrakcji turystycznych jak i portalu internetowego, stworzonego dla potrzeb Projektu. Koncepcja Promocji Projektu musi zawierać opisane poniżej działania i produkty wymagane w Projekcie: - stworzenie w porozumieniu z Zamawiającym programu akcji informacyjnej - skierowanej do mieszkańców obszaru oddziaływania projektu w celu przedstawienia idei projektu, pozyskania ich do współtworzenia zawartości Karpackiej Mapy Przygody oraz inspirowania tworzenia nowych przemysłów czasu wolnego i kultury. - stworzenie w porozumieniu z Zamawiającym programu spotkań informacyjno - promocyjnych - działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców obszaru oddziaływania projektu, jak też ludności mieszkającej poza nim, gdyż promować atrakcyjność turystyczną regionów należy przede wszystkim na zewnątrz - pod takim warunkiem projekt przyniesie realną korzyść dla obszaru wsparcia (5 spotkań po stronie polskiej, 5 spotkań po stronie słowackiej). - wizyty studyjne - stworzenie programu wyjazdów studyjnych przykładowymi szlakami Karpackiej Mapy Przygody dla grup opiniotwórczych (touroperatorów, dziennikarzy), aby móc pokazać w praktyce, że przygoda w nazwie projektu nie jest pustym słowem, że rzeczywiście w naszych regionach można ją przeżyć (6 wizyt transgranicznych). - opracowanie planu co do ilości i jakości materiałów promocyjnych niezbędnych dla promocji projektu, wraz z zaproponowaniem sposobu ich dystrybucji (w szczególności zapisanych w projekcie: katalogu atrakcji z płytą CD w trzech wersjach językowych (pol., słow., ang.), filmu promocyjnego, wystawy fotograficznej, Karpackiej Mapy Przygody w wersji papierowej, gadżetów) oraz przedstawienie wyników analizy rynku lokalnego pod kątem imprez masowych odpowiednich dla promocji Karpackiej Mapy Przygody. Konsultacje na etapie powstawania tych produktów promocyjnych. - promocja medialna i społeczna - stworzenie planu promocji w mediach regionalnych i specjalistycznych, nadzorowanie prezentacji projektu podczas ważnych imprez masowych odbywających się w obu regionach (według sporządzonego planu), plan obecności Karpackiej Mapy Przygody na targach turystycznych, eventach. - stworzenie bazy adresowej mediów, dziennikarzy, instytucji i firm w które należy informować o Projekcie Karpacka Mapa Przygody. - Konsultacje układu zawartości oraz częstotliwości aktualizacji działu dla mediów w Portalu Karpacka Mapa Przygody, nadzór nad ww. działaniami. - Stworzenie wzorcowych tekstów promocyjnych dla mediów (komunikaty prasowe, teksty do prasy ogólnej, teksty do prasy turystycznej, kulturalnej, innej specjalistycznej, teksty dla portalów tematycznych, teksty spotów radiowych, telewizyjnych). II. Uzasadnienie prawne: Zgodnie z art. 67 ust. 1 pkt 2) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2010r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm.), Zamawiający może udzielić zamówienia z wolnej ręki jeżeli: 2) przeprowadzono konkurs, o którym mowa w art. 110, w którym nagrodą było zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki autora wybranej pracy konkursowej Uzasadnienie przesłanek do udzielenia zamówienia z wolnej ręki (art. 67 ust 1 pkt 2)): 1) Zamawiający, działając na podstawie art. 110 i n. ustawy Prawo zamówień publicznych, przeprowadził Konkurs na opracowanie koncepcji promocji Projektu oraz manualu Projektu Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza, który został ogłoszony w dniu 15.06.2011 roku pod nr 159300 - 2011, a rozstrzygnięty w dniu 22.07.2011 poprzez zamieszczenie ogłoszenia o wynikach konkursu pod nr 212132 - 2011. 2) Zgodnie z Regulaminem konkursu, nagrodą w ww konkursie dla autora zwycięskiej pracy konkursowej

dla Części I konkursu - stworzenie koncepcji promocji projektu Karpacka Mapa Przygody, było zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki. Przedmiotem zamówienia jest szczegółowe opracowanie pracy konkursowej tj. uszczegółowienie koncepcji promocji - tak jak to wskazano w pkt I powyżej. 3) W wyniku przeprowadzonego konkursu Zamawiający, w ramach wyżej wymienionej Części I konkursu, wybrał pracę konkursową Uczestnika konkursu - TravelBrain.pl Piotr Trybalski, z którym po przeprowadzonych negocjacjach zawarł umowę w sprawie zamówienia publicznego w dniu 20 października 2011 roku. Tym samym zostały spełnione przesłanki określone w art. 67 ust. 1 pkt. 2), pozwalające na udzielenie zamówienia w trybie z wolnej ręki, zgodnie z art. 66 i nast. Ustawy Prawo zamówień publicznych.