



Zaproszenie do składania oferty na zadanie pn:

Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie cyklu szkoleń z zakresu promocji marki lokalnej

Zamówienie związane jest z realizacją Operacji Własnej pn.: „Promowanie obszaru Lokalnej Grupy Działania Dobra Widawa – Kreowanie Dobrej Marki”, która współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej w ramach działania 19 „Wsparcie dla rozwoju lokalnego w ramach inicjatywy LEADER”, poddziałania 19.2 „Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 w ramach „Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”. Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

I. ZAMAWIAJĄCY

Lokalna Grupa Działania Dobra Widawa

ul. Wojska Polskiego 67/69, 56-400 Oleśnica

Osoba do kontaktu: Marta Kaszuba tel. 71 314 32 01 e-mail: biuro@dobrawidawa.pl

II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Zamówienie będzie udzielone zgodnie z zasadą konkurencyjności i nie podlega przepisom ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Zapytanie zostanie umieszczone na stronie internetowej Zamawiającego.

III. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiot zamówienia obejmuje Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie cyklu szkoleń z zakresu promocji marki lokalnej.

Specyfikacja zamówienia:

Przedmiot zamówienia obejmuje następujące zadania:

ETAP I. Działania przygotowawcze służące opracowaniu programu szkoleń: analiza, zebranie informacji odnośnie celu, motywacji do budowania marki, potencjalnych użytkowników:

I.1. Analiza istniejących źródeł dotyczących obszaru Lokalnej Grupy Działania (LSR, publikacje, opracowania, raporty) oraz prac nad marką lokalną (historycznie). Przeprowadzenie wywiadu z Liderem Projektu (wywiad/ankieta).

I.2. Spotkanie moderowane z udziałem Włodarzy, przedstawicieli JST odnośnie marki lokalnej.



Efekt działań I: Założenia i rekomendacje dot. ponownego wprowadzania marki lokalnej: wskazówki do programów szkoleń, interesariuszy marki, czynników otoczenia kluczowych dla wprowadzenia marki lokalnej – w formie raportu ujmującego efekty analizy badań (opracowań) wtórnych i pierwotnych oraz podsumowanie i rekomendacje dot. wprowadzenia marki

ETAP II. Szkolenia dla członków społeczności lokalnej dotyczące budowania marki lokalnej.

II.1. Warsztaty konsultacyjne w regionie: jedno 2-dniowe spotkania dot. potencjału miejsca i społeczności z przedsiębiorcami, NGO, aktywnymi członkami społeczności lokalnej: opowieść o miejscu, określenie wartości i funkcji miejsca, motywacje do funkcjonowania pod marką lokalną.

II.2. Warsztaty dot. produktów markowych, kryteriów marki lokalnej, korzyści, obowiązki, spodziewana zmiana po wprowadzeniu marki.

II.3. Warsztaty: Sieciowanie pod marką lokalną – budowanie relacji, współpracy.

Efekt działania II.1.: raport ze spotkania zawierający kluczowe kompetencje miejsca i spodziewane zmiany w związku z wprowadzeniem marki lokalnej

Efekt działań II.2 i II.3.: raport z warsztatów dot. zaproponowanych zbioru kryteriów, korzyści i obowiązków, czynników zmian, przykładów sieciowania się w społeczności lokalnej, listy inicjatyw do realizacji

Materiały dla uczestników – Prezentacja (format pdf) i materiały zawierające informacje o budowaniu marki lokalnej, przykłady wprowadzania marek lokalnych z różnych regionów (format word) - min. 4 strony.

ETAP III. Działania związane z przygotowaniem materiału do szkolenia finalnego dla członków społeczności w procesie wdrażania marki lokalnej, tj. podsumowanie efektów szkoleń z etapu II, analiza/przetworzenie danych, stworzenie dokumentacji i rekomendacji.

III.1. Koncepcja marki:

Cel i motywacje marki lokalnej

Opowieść o miejscu w świetle przewag konkurencyjnych miejsca

Cechy i wartości produktów, które potencjalnie można wyróżnić znakiem marką lokalną

Katalog potencjalnych użytkowników znaku z podziałem na kategorie produktów

Kryteria merytoryczne dla poszczególnych kategorii produktów

Korzyści i obowiązki dla potencjalnych użytkowników znaku

Rekomendacje odnośnie funkcjonowania marki (w obszarach: tożsamość miejsca, zarządzanie marką, współpraca/sieciowanie).

III.2 Opracowanie dokumentów przez Kancelarię Prawną – opracowanie regulaminu (zgodnie z wytycznymi z koncepcji) wraz z załącznikami: Wzór wniosku, wzór wniosku uproszczony, karta oceny, umowa licencyjna.

- Regulamin certyfikacji (regulamin marki określający zasady przyznawania praw do korzystania z marki – ze słowno-graficznego znaku promocyjnego),
- Załączniki do Regulaminu certyfikacji (wzór wniosku, wzór wniosku uproszczony, karta oceny, umowa licencyjna).



Zadanie obejmuje wykonanie niezbędnej analizy prawnej oraz stosownie do jej ustaleń opracowanie projektów ww. dokumentów, zgodnych z wytycznymi zawartymi w koncepcji marki.

Efekt działania III.: Materiały niezbędne do przygotowania programu szkolenia finalnego: (III.1) Koncepcja marki: motywacja, cele Programu Marki Lokalnej, katalog potencjalnych interesariuszy, kryteria dla produktów, zbiór korzyści i obowiązków, wytyczne odnośnie stosowania logotypu marki. Materiały – dokumenty opracowane przez Kancelarię Prawną (Wzór wniosku, wzór wniosku uproszczony, karta oceny, umowa licencyjna).

ETAP IV. Szkolenie finalne dla członków społeczności zainteresowanych działaniem pod marką lokalną, służące zaznajomieniu członków społeczności lokalnej z wartościami i procedurą oraz kwestiami formalno-prawnymi dot. wdrażania marki i przystąpienia konkretnych podmiotów/produktów do konkursu na znak

Materiały dla uczestników: Prezentacja dot. procesu budowania marki na obszarze LGD (format ppt i pdf).

IV . TERMIN I MIEJSCE REALIZCJI ZAMÓWIENIA

Wykonawca w ramach usługi zobowiązuje się wykonać przedmiot zamówienia w terminie do 30.11.2022 r.

V. OPIS KRYTERIÓW I SPOSÓB DOKONYWANIA OCENY OFERTY

Wybór najkorzystniejszej oferty dokonany zostanie na podstawie najniższej ceny oraz doświadczenia w realizacji zadań polegających na kompleksowym przygotowaniu i przeprowadzeniu cyklu szkoleń z zakresu promocji marki lokalnej.

W formularzu oferty należy wskazać cenę całkowitą brutto.

VI. PŁATNOŚCI

Płatność zostanie uregulowana przelewem na konto wskazane przez Oferenta w terminie 14 dni od dnia dostarczenia faktury, po odbiorze całości zamówienia przez Zamawiającego.

VII. INFORMACJE OGÓLNE

1. Każdy z wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę, cenę należy podać ogółem (zgodnie z załączonym wzorem oferty).
2. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości podzlecenia wykonania danego działania.
4. W przypadku przekroczenia kwoty, jaką LGD Dobra Widawa dysponuje na sfinansowanie zamówienia, dopuszcza się negocjację oferowanej ceny.



5. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania bez podania przyczyny.

VIII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy napisać w języku polskim na komputerze lub czytelnym pismem ręcznym. Oferty nieczytelne zostaną odrzucone.
2. Oferta powinna zawierać:
 - ofertę cenową sporządzoną **NA ZAŁĄCZONYM WZORZE OFERTY**, zawierającą dane adresowe i dane personalne oraz cenę ofertową całkowitą brutto obliczoną wg kalkulacji własnej, wyrażoną w złotych polskich z wyszczególnieniem cen za poszczególne elementy zamówienia (oferty nie złożone na wzorze oferty nie będą rozpatrzone).
 - **uwierzytelnione kserokopie dokumentów potwierdzających zrealizowanie minimum trzech zadań polegających na przygotowanie i przeprowadzenie cyklu szkoleń z zakresu promocji marki lokalnej w ciągu ostatnich 24 miesięcy.**
3. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się podmioty/osoby, które:
 - posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli prawo nakłada posiadanie takich uprawnień;
 - są w stanie zapewnić niezbędne zasoby dotyczące przedmiotu zamówienia;
 - znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia;
 - złożą ofertę zgodną z warunkami określonymi w niniejszym zaproszeniu.
 - nie są powiązane osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym¹

IX. INFORMACJA NA TEMAT ZAKRESU WYKLUCZENIA

¹ Zamówienia udzielane w trybie postępowań ofertowych przez Zamawiającego nie mogą być udzielane podmiotom powiązanym z nim 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:

- 1) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- 2) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
- 3) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- 4) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej,
- 5) pozostawaniu z Wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.



Oferta zostanie wykluczona z postępowania, jeśli nie spełni poniższych warunków:

- treść oferty nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
- oferta zostanie złożona przez Oferenta, który nie spełnia warunków określonych w zapytaniu ofertowym,
- oferta zostanie złożona przez Oferenta podlegającego wykluczeniu w związku z istnieniem powiązań osobowych lub kapitałowych z Zamawiającym,
- oferta zostanie złożona po wyznaczonym terminie na składanie ofert.

X. MIEJSCE I TERMIN ZŁOŻENIA OFERT

Ofertę należy złożyć osobiście, przesłać na adres e-mail biuro@dobrawidawa.pl lub za pośrednictwem poczty w zamkniętej kopercie, z dopiskiem „OFERTA – Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie cyklu szkoleń z zakresu promocji marki lokalnej”, na adres: Lokalna Grupa Działania Dobra Widawa ul. Wojska Polskiego 67/69, 56-400 Oleśnica, do dnia 01.10.2021 r. do godz. 15.00.

Oferta dostarczona po tym terminie nie będzie ważna.

XI. WYBÓR OFERTY

Informacja o wyborze oferty zostanie przekazana bezpośrednio wybranemu oferentowi. W tym okresie oferenci pozostają związani ofertą. Jeżeli oferent, którego oferta została wybrana uchyli się od zawarcia umowy, zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert.

XII. ZASTRZEŻENIA

Zamawiający zastrzega sobie prawo swobodnego wyboru ofert, prawo zmiany warunków lub odwołania zaproszenia do składania ofert, oraz prawo zamknięcia postępowania bez wyboru oferty na każdym jego etapie.

Otwarcie ofert nie ma charakteru publicznego.