

**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: 93152 - 2011; data zamieszczenia: 27.04.2011**

**OGŁOSZENIE O KONKURSIE**

**Zamieszczanie ogłoszenia:** obowiązkowe.

**SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY**

**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.

- **Adres strony internetowej zamawiającego:** [www.mcksokol.pl](http://www.mcksokol.pl)

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

**SEKCJA II: PRZEDMIOT KONKURSU**

**II.1) Nazwa nadana konkursowi 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) Określenie przedmiotu konkursu: SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU KONKURSU.** I. Celem konkursu jest wyłonienie najlepszej koncepcji promocji i manualu projektu opracowanej dla: projektu Karpacka Mapa Przygody - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza organizowanego przez Małopolskie Centrum Kultury SOKÓŁ w Nowym Sączu, współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Rzeczpospolita Polska - Republika Słowacka 2007-2013 (czas realizacji projektu do 31.08.2012) - zwany dalej Projektem. charakteryzującej się skutecznymi sposobami i formami promocji projektu oraz wysokim poziomem artystycznym projektów graficznych przeznaczonych do celów informacyjnych, reklamowych i popularyzatorskich. II. Przedmiotem konkursu jest: CZĘŚĆ I: stworzenie koncepcji promocji projektu Karpacka Mapa Przygody: 1. Koncepcja Promocji Projektu musi odzwierciedlać idee upowszechniane przez projekt, oraz wpisywać się w cele projektu. 1.1. Terytorium oddziaływania projektu Karpacka Mapa Przygody to południowa część Małopolski i Kraj Preszowski Republiki Słowackiej. Założenia Projektu: Opracowanie innowacyjnej koncepcji promocji karpackiego terenu pogranicza polsko - słowackiego i jego atrakcyjności turystycznej, dotyczącej, przede wszystkim pewnego sposobu myślenia o popularyzacji atrakcji turystycznych jak i portalu internetowego, o którym mowa poniżej, tworzonych dla potrzeb Projektu. Promocja Projektu zakłada przygotowanie kompleksowych pakietów produktowych tzw. Karpackich Szlaków Przygód, skierowanych do różnych grup docelowych. Potencjalny użytkownik portalu KMP będzie miał szereg możliwości poczynszty od sprawdzenia wszystkich dostępnych usług turystycznych w wybranym punkcie na mapie, poprzez pozyskanie fachowych informacji na różnorodne tematy związane z terenem Karpat, możliwość przeglądnięcia galerii zdjęć wybranego miejsca czy obszaru, odszukania szlaku wybranej atrakcji turystycznej, po tworzenie swoich własnych tras przygody, dodawanie zdjęć czy filmów. 1.2. Celem promocji jest w szczególności: a) stworzenie atrakcyjnej, ogólnodostępnej oferty turystycznej, zarówno dla mieszkańców obszaru transgranicznego, jak i turystów odwiedzających pograniczne polsko-słowackie, b)

budowanie marki turystycznej Karpat przy jednoczesnym dążeniu do zwiększania i lepszego wykorzystania potencjału regionu przez opracowanie wspólnej, nowatorskiej koncepcji promocji atrakcyjności turystycznej karpackiej części Kraju Preszowskiego i Małopolski, dla których rozwój turystyki jest jednym z podstawowych kierunków rozwoju, c) uruchomienie portalu pod nazwą Karpacka Mapa Przygody o funkcjach informacyjno - promocyjnych, na którym w niebanalnym, intrygującym ujęciu przedstawione zostaną atrakcje turystyczne, bogactwo przyrodnicze i krajobrazowe, wspólne dziedzictwo historyczne, społeczne i kulturowe oraz produkty regionalne charakterystyczne dla tego cennego dla Europy obszaru, d) wypromowanie istniejących oraz opracowanie nowych produktów turystycznych oraz przemysłów kultury w ujęciu transgranicznym (np. transgraniczne trasy rowerowe, po zdrowie do wód, szlak dawnych legend, karpacka sztuka ludowa, lokalne rzemiosła, ginące zawody itp.). 1.3. Karpacka Mapa Przygody to wspólny system informacyjno-promocyjny powszechnie dostępny jako portal internetowy w trzech wersjach językowych (pol., słow., ang.). 1.4. Koncepcja promocji projektu, która wpisywać się będzie w powyższe założenia i cele, powinna umożliwić: a) efektywne i skuteczne promowanie działań podejmowanych w ramach Projektu, b) efektywne i skuteczne i oryginalne promowanie stworzonego portalu internetowego, c) promowanie atrakcyjności turystycznej samego terenu transgranicznego. 2. Koncepcja Promocji Projektu musi identyfikować grupy docelowe Projektu. 2.1. Działania zawarte w koncepcji promocji należy skierować do różnorodnych grup docelowych, aby zapewnić kompleksowe informowanie całego społeczeństwa o istnieniu projektu oraz jego ofercie. 2.2. Koncepcja promocji Karpackiej Mapy Przygody powinna zawierać działania adresowane w szczególności do: a) potencjalnych turystów - użytkowników portalu, b) usługodawców, dla których portal ma być szansą na bezpłatne promowanie własnej oferty 3. Koncepcja Promocji Projektu musi zawierać opisane poniżej działania i produkty wymagane w Projekcie: 3.1. Akcja informacyjna - skierowana 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. 3.2. Spotkania informacyjno - promocyjne - działania promocyjne skierowane 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). 3.3. 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). 3.4. 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. 3.5. Promocja medialna i społeczna - plan promocji w mediach regionalnych i specjalistycznych, prezentacja projektu podczas ważnych imprez masowych odbywających się w obu regionach (według sporządzonego planu), plan obecności Karpackiej Mapy Przygody na targach turystycznych, eventach. 4. Koncepcja promocji projektu Karpacka Mapa Przygody powinna zawierać, powyżej wskazane, punkty kulminacyjne umiejscowione w czasie, tak aby korespondowały z tym na jakim etapie znajduje się realizacja projektu (poglądowy harmonogram realizacji głównych działań w projekcie stanowi Załącznik nr 7 do niniejszego Regulaminu). Wszystkie działania określone i zawierające się w koncepcji promocji muszą posiadać określenie co do: a) grup docelowych, do których będą skierowane (użytkownicy portalu oraz usługodawcy zamieszczający tam swoją ofertę), b) czasu realizacji, c) miejsca realizacji, d) sposobu dotarcia do odbiorcy. CZĘŚĆ II: opracowanie manualu projektu Karpacka Mapa Przygody, w skład którego wchodzi: 1. Opracowanie projektu znaku graficznego dla projektu Karpacka Mapa Przygody w wersji: poziomej (podstawowej), pionowej i okrągłej, a każda z nich w trzech wariantach: 1.1. Wersja graficzna

logotypu pozbawiona napisów. 1.2. Logotyp zawierający z pełną nazwą projektu: KARPACKA MAPA PRZYGODY - wspólna promocja atrakcyjności turystycznej, przyrodniczej i kulturowej małopolsko-preszowskiego pogranicza w trzech wersjach językowych: pol. słow., ang. 1.3. logotyp zawierający skróconą nazwę: KARPACKA MAPA PRZYGODY w trzech wersjach językowych: pol. słow., ang. 2. Opracowanie stałego układu i porządku logotypów projektu wraz z logotypami wymaganymi przez Program Współpracy Transgranicznej Rzeczpospolita Polska - Republika Słowacka 2007-2013 oraz logotypami Partnerów, które będą umieszczane na wszelkiego rodzaju wydawnictwach, materiałach promocyjnych itp. 3. Opracowanie grafiki dla portalu Karpacka Mapa Przygody korespondującej z ideami upowszechnianymi przez projekt oraz koncepcją promocji. 2.1. Zaproponowanie interfejsu dla portalu Karpacka Mapa Przygody, który ma spełniać następujące kryteria: a) innowacyjne ujęcie i wyróżnienie portalu spośród innych o podobnej zawartości, b) podkreślenie różnorodności tematycznej treści zamieszczonych na portalu, c) nawiązanie komunikacji z grupami docelowymi projektu. 2.2. Układ portalu w założeniu ma odzwierciedlać innowacyjny sposób podejścia do promowania atrakcyjności turystycznej. Zakłada on kompleksowość (turystyka urlopowa, zdrowotna, podróże służbowe), branie pod uwagę różnych dziedzin i przestrzeni tj.: krajobraz, bioróżnorodność, ekologia, archeologia, historia, religie, dziedzictwo kulturowe (etnografia, sztuka i rękodzieło, rzemiosło, ginące zawody, produkty i kuchnia regionalna), walory uzdrowiskowe, rekreacja, sport, rozrywka itp. Poprzez nałożenie na mapę polsko-słowackiego pogranicza sieci różnorodnych atrakcji, ciekawie zestawionych, połączonych tematycznie lub terytorialnie, powstanie intrygująca oferta, która wzmocni markę turystyczną regionu. W połączeniu z bazami danych o dostępnych obiektach, bazie noclegowej i gastronomicznej będzie to znakomite narzędzie informacji i promocji. Projekt zakłada wykorzystanie i transgraniczne połączenie istniejących oraz tworzenie nowych szlaków i atrakcji. W wyniku pracy koncepcyjnej ekspertów i partnerów projektu powstaną nowe produkty turystyczne, a w efekcie także przemysły czasu wolnego, przemysły kultury i usługi. **ZAKRES I FORMA OPRACOWANIA PROJEKTU** 1. Każdy Uczestnik konkursu powinien dla każdej części przedłożyć pracę konkursową w formie pisemnej i graficznej spełniającej następujące warunki: 1.1. Koncepcję promocji Projektu zawierającą m.in. elementy wymagane przez organizatora, ich dokładne opracowanie, umiejscowienie w czasie i przestrzeni, określenie grup odbiorców poszczególnych działań i produktów, tworzące spójną całość - należy przedstawić w formie pisemnej na formacie A4. Należy ją również zapisać na płycie CD/DVD jako plik w formacie DOC. 1.2. Projekty graficzne logotypu KMP należy przedstawić na formacie A4, mieszczące się w polu o wymiarach : 300 mm x 200 mm. - wersja pozioma 200 mm x 300 mm - wersja pionowa o średnicy nie większej niż 300 mm - wersja okrągła 1.3. Wszelkie dodatkowo opracowane graficznie materiały promocyjne należy przedstawić w formie druku o dowolnym formacie. Należy je także zapisać w wersji cyfrowej na płycie CD/DVD. 1.4. Projekty graficzne mogą być wykonane w dowolnej technice, jednak z uwagi na ich przeznaczenie, autor powinien zadbać, by projekty były łatwe w reprodukcji i umożliwiały elektroniczny zapis w w/w formatach. 1.5. Wszelkie projekty graficzne należy zapisać na płycie CD/DVD jako pliki w formacie wektorowym EPS oraz jako bitmapa w formacie TIFF ( CMYK, rozdzielczość 300 dpi). W przypadku zastosowania fontu elektronicznego teksty muszą być odpowiednio zmienione na krzywe (eps), bądź zrasteryzowane (tiff).

### II.3) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 79.34.22.00-5, 79.82.25.00-7.

## SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

### WARUNKI UDZIAŁU

- **Wymagania, jakie muszą spełniać uczestnicy konkursu:** 1. Konkurs adresowany jest do Uczestników nie będących członkami Sądu Konkursowego oraz nie biorących udziału w opracowywaniu Regulaminu Konkursu

ani organizowaniu konkursu, spełniających następujące warunki: 1.1. posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień. 1.2. posiadania niezbędnej wiedzy i umiejętności oraz dysponowania potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, lub przedstawia pisemne zobowiązania innych podmiotów do udostępnienia potencjału technicznego i osób zdolnych do wykonania zamówienia, oraz warunki dotyczące sytuacji ekonomiczno finansowej tj.: Dla CZĘŚCI I: a) posiadają doświadczenie zdobyte w okresie ostatnich trzech lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy to w tym okresie, w przeprowadzeniu co najmniej jednej kampanii promocyjnej produktu turystycznego/społecznego lub usług oferowanych lub wprowadzanych na rynek, o wartości kampanii nie niższej niż 10.000,00 zł, Dla CZĘŚCI II: b) posiadają doświadczenie zdobyte w okresie ostatnich trzech lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy to w tym okresie, w opracowaniu co najmniej jednego projektu graficznego materiałów promocyjnych z zakresu turystyki, krajobrazu lub kultury, o wartości usługi nie niższej niż 10.000,00 zł. 1.3. Nie podlegają wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy. Uczestnik może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania niniejszego zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Uczestnik w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić Organizatorowi, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu niniejszego zamówienia.

## SEKCJA IV: PROCEDURA

### IV.1) Kryteria oceny prac konkursowych:

- 1. Wartości projektowe - 40
- 2. Wartości komunikacyjne - 30
- 3. Wartości użytkowe - 30

### IV.2) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

#### IV.2.1) Określenie sposobu uzyskania regulaminu konkursu:

- **Dostępny do dnia:** 10.05.2011, godzina 16:00.
- **Miejsce:** strona www: [www.mcksokol.pl](http://www.mcksokol.pl), siedziba Organizatora: Małopolskie Centrum Kultury SOKÓŁ, ul. Długosza 3, 33-300.

#### IV.2.2) Termin i miejsce składania wniosków o dopuszczenie do udziału w konkursie:

- **Data:** 10.05.2011, godzina 16:00.
- **Miejsce:** Małopolskie Centrum Kultury SOKÓŁ w Nowym Sączu ul. Długosza 3 33-300 Nowy Sącz.

#### IV.2.3) Termin i miejsce składania prac konkursowych:

- **Termin:** Uczestnicy konkursu zakwalifikowani do udziału w konkursie składają prace konkursowe do dnia 10 czerwca 2011 r. do godz. 16:00 w siedzibie Organizatora, wskazanej poniżej.
- **Miejsce:** Małopolskie Centrum Kultury SOKÓŁ w Nowym Sączu ul. Długosza 3 33-300 Nowy Sącz.

### IV.3) NAGRODY

- **Rodzaj i wysokość nagród:** 1. Nagrodą w konkursie dla 3 autorów zwycięskich prac konkursowych dla każdej części będzie zaproszenie do negocjacji w trybie negocjacji bez ogłoszenia. Przedmiotem zamówienia będzie szczegółowe opracowanie pracy konkursowej tj. uszczegółowienie koncepcji promocji i manualu projektu, oraz nadzór nad wdrożeniem jej przez okres trwania projektu, szczegółowe opracowanie projektów graficznych materiałów promocyjnych określonych w punkcie 3 niniejszego Regulaminu. 2. Nie przewiduje się nagrody pieniężnej ani rzeczowej. 3. Łączna wartość zamówienia udzielonego w wyniku przeprowadzonego postępowania w trybie negocjacji bez ogłoszenia wyniesie nie więcej niż 40.000,00 zł brutto.