

Poznań, 14 maja 2026 r.

Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna (PLOT)

Plac Kolegiacki 17

61-841 Poznań

.....
.....
.....

ZAPYTANIE OFERTOWE

Stowarzyszenie Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna (PLOT) zaprasza do złożenia oferty na **realizację kampanii promocyjnej promującej aktywność turystyczną na terenie Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej w okresie letnim, w ramach zadania publicznego pn. „Konkurencyjna Marka Poznań – Polska Marka Turystyczna”,** współfinansowanego przez Ministerstwo Sportu i Turystyki,

zgodnie z poniższymi wytycznymi.

1. Opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest **przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej promującej turystyczne przyjazdy do Poznania i aglomeracji poznańskiej w okresie letnim.**

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia określony został w załączniku nr 2 do niniejszego Zapytania.

2. Wymagany termin wykonania zamówienia:

Ramowe, nieprzekraczalne terminy realizacji kampanii promocyjnej: termin rozpoczęcia kampanii: nie wcześniej niż 1 czerwca 2026 r. i nie później niż 1 lipca 2026 r., termin zakończenia kampanii: nie później niż 30 września 2026 r.

3. Zasady płatności: do 21 dni od doręczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT na konto bankowe podane przez Wykonawcę na fakturze, z zastrzeżeniem, że podstawą do wystawienia faktury jest wykonanie zamówienia potwierdzone protokołem odbioru podpisanym przez Zamawiającego.

4. Warunek udziału w postępowaniu: doświadczenie w realizacji co najmniej 2 kampanii promocyjnych o zasięgu ogólnopolskim lub regionalnym, o wartości nie mniejszej niż 100 000 zł brutto każda, zrealizowanych w okresie ostatnich 5 lat.

Na potwierdzenie spełnienia Warunku należy wypełnić „Wykaz usług” znajdujący się w Formularzu ofertowym, stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego Zapytania, wraz z podaniem przedmiotu wykonanych usług, podmiotów, na rzecz których zostały wykonane, wartości wykonanych usług oraz dat ich wykonania.

5. Wykonawca składając ofertę nie może podlegać wykluczeniu na podstawie art. 7 ust. 9 w zw. z ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspierania agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego.

UWAGA!

W celu potwierdzenia braku istnienia okoliczności, o której mowa powyżej, Zamawiający zastrzega możliwość samodzielnego badania ogólnodostępnych rejestrów, w tym Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, Krajowego Rejestru Sądowego oraz Centralnego Rejestru Beneficjentów Rzeczywistych. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający będzie żądał innych koniecznych dokumentów i oświadczeń, w szczególności poświadczonych przez Wykonawcę za zgodność z oryginałem wyciągu z księgi udziałów (art. 188 Kodeksu Spółek Handlowych) lub rejestru akcji (art. 328¹Kodeksu Spółek Handlowych). W przypadku Wykonawcy zagranicznego, w razie potrzeby, Zamawiający wezwie Wykonawcę do złożenia dokumentów z odpowiedniego rejestru, takiego jak rejestr sądowy, albo, w przypadku braku takiego rejestru, inny równoważny dokument wydany przez właściwy organ sądowy lub administracyjny kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, wraz z tłumaczeniem na język polski.

Pouczenie:

Wykonawcy podlegający wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na podstawie art. 7 ust. 9 w zw. z ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. 2022 r. poz. 835), którzy w okresie tego wykluczenia ubiegają się o udzielenie zamówienia publicznego podlegają karze pieniężnej w wysokości do 20 000 000 zł, nakładanej w drodze decyzji przez Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych.

5. Opis złożenia oferty. Opis procedury.

- a) Niniejsze postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
- b) Dokumenty sporządzone w języku obcym składa się wraz z tłumaczeniem na język polski.
- c) Wykonawcy ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

- d) Oferta i wszystkie inne wymagane oświadczenia muszą być złożone na Formularzu ofertowym, stanowiącym Załącznik Nr 1 do niniejszego zapytania lub przepisany z zachowaniem pełnego zakresu treści.
- e) Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę w odpowiedzi na niniejsze Zapytanie.
- f) Wykonawcy składają ofertę zgodnie ze wszystkimi wymaganiami określonymi w Zapytaniu ofertowym.
- g) Po otwarciu ofert Zamawiający dokona oceny złożonych ofert zgodnie z przyjętymi w postępowaniu kryteriami oceny ofert.
- h) Zamawiający może zwrócić się o uzupełnienie lub wyjaśnienie treści złożonych dokumentów, poprawić omyłki rachunkowe, pisarskie, inne.
- i) Zamawiający zastrzega sobie prawo do podjęcia negocjacji z Wykonawcą, który złożył najkorzystniejszą ofertę. Negocjacje mogą podlegać wybrane elementy treści oferty, w szczególności cena albo elementy wstępnej ramowej koncepcji kreatywnej. Po zakończeniu negocjacji Zamawiający może zaprosić Wykonawcę do złożenia oferty dodatkowej.
- j) Zamawiający może unieważnić postępowanie bez podania przyczyny.

6. Opis sposobu obliczenia ceny oferty:

- a) cena netto + podatek VAT = cena brutto
- b) cena brutto podana w Formularzu ofertowym, stanowiącym załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego, musi obejmować całkowity koszt realizacji przedmiotu zamówienia oraz wszelkie koszty towarzyszące, konieczne do poniesienia przez Wykonawcę z tytułu realizacji zamówienia i uwzględniać wszystkie czynności związane z prawidłową i terminową realizacją zamówienia.
- c) ostateczna cena zadeklarowana w ofercie musi zawierać prawidłową stawkę podatku VAT oraz musi być wyrażona w złotych z dokładnością do setnych części złotego, tj. do drugiego miejsca po przecinku.

7. Kryteria oceny ofert:

- a) **Kryterium 1: Cena – 50% (maks. 50 pkt.)**
Ocena według wzoru:
 $(\text{Cena najniższa} / \text{Cena oferty badanej}) \times 50 \text{ pkt.}$
Punkty przyznawane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- b) **Kryterium 2: Wstępna ramowa koncepcja kreatywna – 30% (maks. 30 pkt.)**
Oceny dokonuje komisja powołana przez Zamawiającego na podstawie opisu koncepcji kreatywnej (maks. 3 strony A4) zgodnie z poniższymi podkryteriami:

Podkryterium	Maks. liczba pkt	Sposób przyznawania punktów
Spójność z celami kampanii	8	8 pkt – wyraźne odniesienie do wszystkich celów kampanii, ich operacjonalizacja w konkretnych działaniach; 4 pkt – częściowe odniesienie do celów lub brak spójności w niektórych obszarach; 0 pkt – brak odniesienia lub rozbieżność z celami.
Trafność przekazu i pomysłu kreatywnego	8	8 pkt – pomysł w pełni dostosowany do oferty turystycznej Poznania, logiczny, angażujący i oryginalny; 4 pkt – pomysł częściowo dostosowany, przeciętnie angażujący; 0 pkt – brak dostosowania lub przekaz niespójny.
Innowacyjność i atrakcyjność formy	8	8 pkt – zastosowanie nowoczesnych formatów, niestandardowych narzędzi, wysokiej atrakcyjności wizualnej/medialnej; 4 pkt – umiarkowana nowoczesność lub ograniczona liczba formatów; 0 pkt – brak innowacji lub forma nieatrakcyjna.
Harmonogram realizacji	6	6 pkt – harmonogram szczegółowy (min. tygodniowy), obejmujący wszystkie planowane działania i kanały; 3 pkt – harmonogram ogólny, z niewielkimi brakami; 0 pkt – harmonogram ogólnikowy lub nierealny.

Wstępna ramowa koncepcja kreatywna będzie podstawą do wypracowania w trybie roboczych konsultacji i uzgodnień pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą **koncepcji kreatywnej**, która będzie realizowana na podstawie zawartej umowy.

Zastrzega się, że wprowadzone uszczegółowienia i doprecyzowania do Wstępnej ramowej koncepcji kreatywnej nie mogą prowadzić do istotnej zmiany charakteru przedmiotu zamówienia oraz rozszerzenia w sposób wykraczający poza zakres określony w niniejszym Zapytaniu ofertowym.

- c) **Kryterium 3: Liczba odbiorców kampanii promocyjnej (minimum 800 000 osób) - 20%** (maks. 20 pkt.)

Ocena według wzoru:

(Liczba odbiorców kampanii oferty badanej / Najwyższa liczba odbiorców kampanii) × 20 pkt.

Punkty przyznawane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Ocena końcowa: Suma punktów ze wszystkich kryteriów (maks. 100 pkt.). Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie ta, która uzyska **najwyższą łączną liczbę punktów**.

8. Dokumenty, jakie zobowiązani są złożyć Wykonawcy:

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego - Formularz ofertowy.

9. Miejsce, termin i forma składania ofert:

Oferty należy przysyłać pocztą elektroniczną na adres: biuro@plot.poznan.pl do dnia 22 maja 2026 r.

Korespondencję należy oznaczyć tytułem: **OFERTA na realizację kampanii promocyjnej Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej.**

10. Klauzula informacyjna z art. 13 i 14 Rozporządzenia o ochronie danych osobowych RODO

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 i art. 14 ust. 1 i ust. 2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), dalej RODO informuję, iż:

- 1) Administratorem danych osobowych jest Stowarzyszenie Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Poznaniu, ul. Plac Kolegiacki 17, 61-841 Poznań, KRS 0000165637.
- 2) Wyznaczono inspektora ochrony danych, z którym można się kontaktować poprzez e-mail: biuro@plot.poznan.pl lub pisemnie na adres: ul. Plac Kolegiacki 17, 61-841 Poznań;
- 3) Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. e RODO w związku z wykonaniem zadania realizowanego w interesie publicznym wynikającego z art. 43 i 44 ustawy o finansach publicznych, tj. wybór najkorzystniejszej oferty w związku z przeprowadzeniem postępowania o udzielenie zamówienia, wyłączonego spod regulacji ustawy Prawo zamówień publicznych.
- 4) Pani/Pana dane zostały przekazane Administratorowi bezpośrednio przez Panią/Pana albo udostępnione Administratorowi przez Wykonawcę.
- 5) Dane po zrealizowaniu celu, dla którego zostały zebrane, będą przetwarzane do celów archiwalnych i przechowywane przez okres niezbędny do zrealizowania przepisów dotyczących archiwizowania danych obowiązujących u Administratora.
- 6) Osoby, których dane dotyczą, mają prawo do:
 - a) dostępu do swoich danych osobowych;
 - b) żądania sprostowania danych, które są nieprawidłowe;
 - c) wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych – z przyczyn związanych ze szczególną sytuacją osób, których dane są przetwarzane;
 - d) żądania usunięcia danych, gdy:
 - dane nie są już niezbędne do celów, dla których zostały zebrane,
 - dane przetwarzane są niezgodnie z prawem,
 - po wniesieniu sprzeciwu, jeśli nie występują nadrzędne prawnie uzasadnione podstawy przetwarzania;
 - e) żądania ograniczenia przetwarzania, gdy:

- osoby te kwestionują prawidłowość danych,
 - przetwarzanie jest niezgodne z prawem, a osoby te sprzeciwiają się usunięciu danych,
 - Administrator nie potrzebuje już danych osobowych do celów przetwarzania, ale są one potrzebne osobom, których dane dotyczą, do ustalenia, dochodzenia lub obrony roszczeń,
 - osoby te wniosły sprzeciw wobec przetwarzania danych – do czasu stwierdzenia nadrzędnych interesów Administratora nad podstawę takiego sprzeciwu.
- 7) Ma Pani/Pan prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego, którym jest Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
 - 8) Podanie danych osobowych jest warunkiem wzięcia udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia wyłączonego spod regulacji ustawy Prawo zamówień publicznych.
 - 9) Dane osobowe nie będą przetwarzane w sposób opierający się wyłącznie na zautomatyzowanym podejmowaniu decyzji, w tym profilowaniu.
 - 10) Odbiorcami Pani/Pana danych będą podmioty upoważnione do odbioru danych osobowych na podstawie przepisów prawa lub zawartych z administratorem umów, w tym podmioty zajmujące się obsługą informatyczną administratora.

11. Wskazanie osób upoważnionych przez Zamawiającego do kontaktu z Wykonawcami:

Osoba wyznaczona do kontaktów z Wykonawcami: Piotr Basiński, p.basinski@plot.poznan.pl

12. Zamawiający informuje, iż do wyboru oferty najkorzystniejszej nie mają zastosowania przepisy ustawy Prawo zamówień publicznych.

13. Kwota przeznaczona przez Zamawiającego na realizację zamówienia: 179 630 zł brutto.

Załączniki:

- a) Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego - Formularz ofertowy.
- b) Załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia.

Jan Mazurczak



Prezes Zarządu
Poznańskiej Lokalnej
Organizacji Turystycznej

Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego na realizację kampanii promocyjnej promującej aktywność turystyczną na terenie Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej w okresie letnim

FORMULARZ OFERTOWY

Nazwa Wykonawcy

.....

Adres Wykonawcy (ulica, nr domu, nr lokalu):

.....

(kod, miejscowość, kraj):

Numer telefonu:

NIP:

Adres e-mail:

Odpowiadając na zapytanie ofertowe na dotyczące **realizacji kampanii promocyjnej promującej aktywność turystyczną na terenie Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej w okresie letnim** Wykonawca oferuje wykonanie zamówienia za:

Cenę netto za całość przedmiotu zamówienia zł

Stawka podatku VAT% Wartość podatku VAT zł

Cenę brutto za całość przedmiotu zamówienia zł

Wstępna ramowa koncepcja kreatywna (maksymalnie 3 strony A4, interlinia 1,15, czcionka Calibri 12, sugerowane elementy wstępnej ramowej koncepcji kreatywnej: Główna idea kreatywna, Cele kampanii, Główne przekazy: kluczowe informacje i emocje, które mają dotrzeć do odbiorcy, Kanały komunikacji – propozycja mediów i narzędzi, Ton i styl komunikacji – określenie charakteru przekazu, Propozycja form i formatów – wstępne pomysły na materiały - np. filmy, grafiki, konkursy, Harmonogram ramowy, Wskaźniki skuteczności (KPI) – sugerowane sposoby mierzenia efektów.

WSTĘPNA RAMOWA KONCEPCJA KREATYWNA
.....
.....
.....

W efekcie zaproponowanej kampanii promocyjnej Wykonawca gwarantuje uzyskanie następującej minimalnej liczby odbiorców kampanii promocyjnej: osób (minimum 800 000 osób).

Ponadto Wykonawca oświadcza, że:

- zapoznał się z treścią Załącznika nr 2 do Zapytania ofertowego – Szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia, którego treść w pełni akceptuje.
- wyżej podane dane Wykonawcy są właściwe oraz, że Wykonawca wskazany powyżej jest umieszczony na białej liście podatników podatku VAT, co umożliwia dokonanie płatności z zastosowaniem mechanizmu podzielonej płatności na konto nr:
.....
- wypełnił obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 Rozporządzenia o ochronie danych osobowych RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskał w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu (nie dotyczy sytuacji, gdy Wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO),
- w stosunku do niego nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. 7 ust. 9 w zw. z ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspierania agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego.
- spełnia warunek udziału w postępowaniu o którym mowa w pkt. 4. zapytania ofertowego, na dowód czego składa wypełniony Wykaz usług:

Wykaz usług

Przedmiot wykonanej usługi <i>(nazwa zrealizowanej kampanii promocyjnej o zasięgu ogólnopolskim lub regionalnym o wartości nie mniejszej niż 100 000 zł brutto każda, adres strony internetowej kampanii, krótki opis zakresu wykonanych prac)</i>	Zleceniodawca	Wartość kampanii	Termin wykonania <i>(od– do)</i> <i>(mm-rrrr)</i>

Podpis upoważnionego
przedstawiciela Wykonawcy

Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego na realizację kampanii promocyjnej promującej aktywność turystyczną na terenie Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej w okresie letnim

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:

1. Promowany obszar:

- Teren Marki Poznań - Polskiej Marki Turystycznej: miasto Poznań, 17 gmin powiatu poznańskiego oraz gminy Oborniki, Skoki, Szamotuły i Śrem.

2. Cele:

- Zwiększenie liczby turystycznych przyjazdów na teren Marki Poznań w sezonie letnim.
- Kreowanie wizerunku Marki Poznań jako atrakcyjnego kierunku turystycznego.
- Zwiększenie rozpoznawalności konkretnych produktów turystycznych i wydarzeń.
- Promocja oferty Marki Poznań w kontekście turystyki kulturowej, kulinarnej i rodzinnej.
- Kreowanie wciągającej narracji prezentującej letnią ofertę turystyczną dla osób indywidualnych w celu przełamania wizerunku „miasta biznesowego”,
- Zwiększenie ruchu na portalu turystycznym (www.visitpoznan.pl) oraz w kanałach mediów społecznościowych Marki Poznań.

3. Czas realizacji:

Ramowe, nieprzekraczalne terminy realizacji kampanii promocyjnej: termin rozpoczęcia kampanii: nie wcześniej niż 1 czerwca 2026 r. i nie później niż 1 lipca 2026 r., termin zakończenia kampanii: nie później niż 30 września 2026 r.

4. Grupa docelowa:

Charakterystyka według miejsca zamieszkania:

- grupa podstawowa: mieszkańcy Polski, przede wszystkim województw mazowieckiego, kujawsko-pomorskiego, lubuskiego, zachodniopomorskiego, dolnośląskiego, pomorskiego (szczególnie dużych miast, dobrze skomunikowanych z Poznaniem: Warszawy, Wrocławia, Łodzi, Szczecina, Bydgoszczy, Torunia, Gorzowa, Zielonej Góry oraz Gdańska).
- grupa uzupełniająca: mieszkańcy pozostałej części województwa wielkopolskiego,
- grupa fakultatywna: potencjalni turyści zagraniczni (komunikacja anglojęzyczna).

Charakterystyka demograficzna:

- pary i single w wieku 25-40 lat, głównie z większych miast,
- rodziny z dziećmi,
- turyści „weekendowi” z sąsiednich województw,
- Osoby zainteresowane turystyką kulturową i kulinarną.

5. Zakres działań promocyjnych:

- Główny kanał realizacji kampanii: media elektroniczne (internetowe i media społecznościowe), fakultatywny, uzupełniający kanał realizacji kampanii: media tradycyjne. Planowane jest wykorzystanie portalu turystycznego www.visitpoznan.pl oraz profili PLOT w mediach społecznościowych (np. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok).
- Kampania stanowić będzie kontynuację realizowanej w 2025 roku kampanii „Poznań. Serio warto!” (<https://visitpoznan.pl/poznan-serio-warto>).
- Wymagany element kampanii: produkcja spotu lub spotów promocyjnych.
- W ramach wstępnej ramowej koncepcji kreatywnej Wykonawca powinien zaproponować szczegółowy zakres realizacji kampanii, który będzie podlegał ocenie na etapie wyboru ofert. Przykładowe elementy działań promocyjnych dopuszczane przez Zamawiającego: np. produkcja materiałów promocyjnych (spot wideo, banery internetowe, kreacje graficzne do mediów społecznościowych, sesja fotograficzna), zakup i emisja mediów (media społecznościowe, reklama outdoorowa), druk i dystrybucja materiałów promocyjnych (np. broszura promocyjna wzorowana na gazetkach marketingowych sieci handlowych), działania PR, współpraca z dziennikarzami/influencerami itd.

6. Rezultat - Liczba odbiorców kampanii promocyjnej:

- co najmniej 800 000 osób.
7. Zamawiający dysponuje zestawem turystycznych zdjęć oraz spotów promocyjnych, które może udostępnić Wykonawcy jako materiał uzupełniający do wykorzystania w ramach kampanii.
 8. Kampania stanowi element realizowanego przez Zamawiającego zadania publicznego pod nazwą: „Konkurencyjna Marka Poznań - Polska Marka Turystyczna”, realizowanego dofinansowanego ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2026.0061/2310/UDOT/DT/BP/JP z dnia 4 maja 2026 roku (Umowa Dotacyjna).
 9. Prawa autorskie: w ramach wynagrodzenia Wykonawca przenosi na Zamawiającego, a Zamawiający nabywa, z chwilą ich ustalenia w jakiegokolwiek części (tj. każdorazowo do części tak ustalonej) lub z inną chwilą, w której takie przeniesienie jest najwcześniej możliwe zgodnie z prawem, wszelkie prawa własności intelektualnej do materiałów promocyjnych, wytworzonych w ramach kampanii oraz wszelkich innych wyników prac Wykonawcy, stworzonych lub dostarczonych przez niego w ramach realizacji kampanii, a w szczególności całość autorskich praw majątkowych i praw zależnych (w tym prawo do wykonywania i zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego).