

Szczecin, dnia 7 stycznia 2019 roku

## ZAPYTANIE OFERTOWE

**Zapytanie ofertowe na opracowanie storytellingu dla Szlaku Gryfitów w oparciu o miejsca/obiekty wskazane przez Zamawiającego oraz związane z nimi postacie historyczne.**

Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego bez stosowania ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1986) zwanej dalej ustawą, na podstawie:

- 1) Uchwały nr 1480/16 Zarządu Województwa Zachodniopomorskiego z dnia 13 września 2016 r. w sprawie wprowadzenia zasad wykonywania ustawy Prawo zamówień publicznych w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego.
- 2) Ustawy o finansach publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2077) - art. 44 ust. 3,

**Zamawiający:**

**Województwo Zachodniopomorskie**

**Ul. Korsarzy 34**

**70-540 Szczecin**

### 1) PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

A. Opracowanie budującego relacje z odbiorcami storytellingu dla Szlaku Gryfitów w oparciu o miejsca/obiekty wskazane przez Zamawiającego oraz związane z nimi postacie historyczne.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca:

- opracuje scenariusz do storytellingu dla Szlaku Gryfitów,
- napisze, w oparciu o bazę miejsc i dane historyczne, opowieść/stworzy storytelling w konwencji bajki (podróż bohatera i odkrywanie tajemnic), na podstawie uprzednio przygotowanego i zatwierdzonego przez Zamawiającego scenariusza.

Storytelling ma stanowić „przewodnią” opowieść dla całego Szlaku, która będzie podstawą dla tworzenia mniejszych - lokalnych opowieści dla poszczególnych miejsc na Szlaku

B. Celem stworzenia narracji/storytellingu są:

- zbudowanie marki Szlaku Gryfitów, opartej na wartościach, misji i wizji Szlaku
  - wykorzystanie potencjału dziedzictwa jednej z najdłużej panujących w Europie dynastii, której symbol – gryf od 800 lat jest symbolem polskiego i niemieckiego Pomorza oraz kilku regionów w Skandynawii
  - budowanie tożsamości regionalnej mieszkańców oraz zwiększenie atrakcyjności turystycznego pobytu na Pomorzu Zachodnim
  - zbudowanie międzynarodowego, rozpoznawalnego produktu turystycznego - szlaku dziedzictwa kulturowego o istotnym znaczeniu dla tej części Europy.
- fabularyzacja - ożywienie miejsc związanych z dynastią Gryfitów pozwalająca na przeżycie przygody, wywołanie emocji, zmysłowe poznawanie, odkrywanie tajemnic, pobudzanie wyobraźni odbiorcy i wciągnięcie go w nurt opowieści,
- ułatwienie poznania historii regionu w oparciu o dzieje dynastii Gryfitów - akcja opowieści ma poprowadzić turystę przez kolejne miejsca – opowieść w jednym miejscu, powinna być inspiracją do odwiedzenia kolejnego miejsca „na Szlaku” oraz umożliwić utożsamianie się odbiorcy z bohaterem opowieści,

- wykorzystanie opowieści do zabawy i edukacji, m.in. poprzez stworzenie na jej podstawie gry interaktywnej i planszowej

### C. Dopasowanie storrtellingu do grupy docelowej:

Grupa odbiorców opowieści - turysta, mieszkaniec - rodzina z Pomorza Zachodniego z dwójką nastoletnich dzieci

- określenie głównego przekazu opowieści (morału), potwierdzającego jej cel
- określenie głównych obszarów związanych z budowaniem storrytellingu w konwencji bajki:
- Bohater – określenie kto jest głównym bohaterem opowieści? (turysta? postać historyczna?) – uzasadnienie
  - Zbudowany na archetypie odkrywcy
  - Kim jest, jakie ma przekonania, wartości, relacje z innymi?
  - Co będzie dla niego inspiracją do podjęcia wyzwania?
  - Co osiągnie na końcu historii?
  - Co się w nim zmieni?
  - Co może przekazać innym?
- Cel
  - co jest celem bohatera, jakie są motywy jego działania
  - z jakim konfliktem się zmierzy
  - co robi, jakie podejmie próby, żeby zrealizować swój cel?
- Sojusznicy
  - Co lub kto będzie wsparciem dla bohatera w realizacji celu?
  - Określenie archetypu/archetypów sprzymierzeńców
- Przeciwnik
  - Co lub kto będzie przeciwnikiem bohatera, będzie mu przeszkadzał w osiągnięciu celu?
  - Określenie archetypu/archetypów przeciwników
- Odbiorca/ odbiorcy
  - kto jest obdarowanym?
  - Kto i co zyska na tej opowieści?
- wybór typu narracji, najwłaściwszej z punktu widzenia przekazu, uzasadnienie
  - narracja w 3 osobie
  - narracja w 1 osobie
  - narracja w 2 osobie
- fabuła pozwalająca na wykorzystanie w social mediach
  - jak będzie zbudowana?
  - jakie tajemnice i zagadki pozwoli odkryć?
  - Kiedy i jak się zaczyna?
  - Jak się kończy?
  - Co jest nagrodą?

## 2) ZAKRES ZAMÓWIENIA:

Wykonawca tworząc narrację/storrytelling dla Szlaku Gryfitów powinien uwzględnić następujące **MIEJSCOWOŚCI:**

### ➤ Kraj: Polska

Poniższa lista zawiera zestawienie miejsc głównych, ujętych w Trasie Marzeń Szlaku Gryfitów (w nawiasie miejsca związane z dynastią Gryfitów bardziej lokalne, także do ewentualnego ujęcia w opowieści –).

- Szczecin
- Kamień Pomorski
- Trzebiatów
- Darłowo
- Szczecinek
- Słupsk

- Bytów
- (*Dąbie, Kołbacz, Sowno, Marianowo, Strzemie, Krąpiel, Krępcowo, Żeliszawiec, Kliniska, Jasienica, Dobieszczyń, Wolin, Golczewo, Międzyzdroje - Park Miniatur, Roby, Karlino, Białogard, Łącko, Sławno, Koszalin, Łekno, Smołdzino, Lębork*)

➤ **Kraj: Niemcy**

- Greifswald
- Barth
- Wolgast
- Ueckermünde
- (*Demmin, Eldena, Franzburg, Güstrow, Kenz-Küstrow, Ludwigsburg, Pudagla, Pasewalk, Stralsund, Usedom*)

➤ **Kraj: Szwecja**

- Kalmar
- Landskrona
- Malmö
- *Gotlandia*

➤ **Kraj: Dania**

- Helsingør
- Kopenhaga

**OBIEKTY:**

- zamki i siedziby książąt pomorskich
- ufundowane przez nich kościoły
- kościoły z wyposażeniem fundacji książęcej
- nekropolie
- muzea posiadające zbiory i kolekcje pomorskich władców
- inne miejsca związane z dynastią Gryfitów

**POSTACI:**

- Książęta z dynastii Gryfitów, znaczący dla rozwoju Pomorza
- Książęta, znaczący w kontekście powiązań dynastycznych
- Najbarwniejsze postaci z dynastii Gryfitów
- Inne postaci powiązane z dynastią Gryfitów

**WYDARZENIA, FAKTY HISTORYCZNE, ZNACZENIE I ROLA:**

- w Księstwie Pomorskim
- gospodarka
- nauka
- kultura
- w Europie
- małżeństwa dynastyczne
- inne istotne z punktu widzenia narracji Szlaku i budowania jego rangi

**DZIAŁALNOŚĆ, PODRÓŻE, MECENAT, SZTUKA, POLITYKA,  
CIEKAWOSTKI**

### **3) SPOSÓB I WARUNKI REALIZACJI PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:**

**A. Do zadań Wykonawcy należeć będzie:**

1. Przygotowanie harmonogramu realizacji zamówienia
2. Określenie głównych obszarów storytellingu dla Szlaku Gryfitów - opracowanie scenariusza
3. Napisanie opowieści

**B. Zamawiający udostępni Wykonawcy:**

1. Opracowanie pn. „Interpretacja i możliwości narracyjne obiektów położonych na turystyczno-kulturowym Szlaku Gryfitów na obszarze Pomorza Zachodniego”

2. Propozycje wątków narracyjnych wypracowane przez współtwórców Szlaku
3. Karty obiektów „na Szlaku” opracowane przez następujące podmioty: Zamek Książąt Pomorskich w Szczecinie, Zamek Książąt Pomorskich w Słupsku, Zamek w Bytowie, Dworek Myśliwski w Dąbiu, Trzebiatowski Ośrodek Kultury (Pałac nad Młynówką), Gminę Postomino (dom w Łacku), Gminę Sławno (kościół pw. Wniebowzięcia NMP w Sławnie), Muzeum Regionalne w Wolinie
4. Posiadaną w swoich zasobach literaturę o tematyce historycznej, opisującą dzieje Dynastii Gryfitów.

#### 4) TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

Zadanie powinno zostać w całości zrealizowane w terminie do dnia **1 czerwca 2019 r.**

#### 5) WARUNKI UDZIAŁU:

W postępowaniu mogą wziąć udział osoby fizyczne, grupy osób fizycznych (w przypadku wyboru oferty umowa będzie zawarta z reprezentującą grupę jedną osobą), organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy niezależnie od statusu prawnego.

#### 6) KRYTERIA OCENY OFERT:

Oceny ofert dokona dwuosobowa komisja złożona z merytorycznych pracowników Wydziału Turystyki i Gospodarki.

| Kryterium                       | Waga (%) |
|---------------------------------|----------|
| A. Cena ofertowa brutto         | 20 %     |
| B. Atrakcyjność wizji opowieści | 40 %     |
| C. Atrakcyjność przekazu        | 40%      |
| Razem                           | 100 %    |

Zastosowane zostaną następujące wzory:

##### A. kryterium Cena – waga 20 %

$$A = \frac{\text{Najniższa cena spośród oferowanych}}{\text{Cena aktualnie analizowanej oferty}} \times 20$$

##### B. Wizja opowieści - waga 40 %

| Lp. | Atrakcyjność wizji opowieści                                                                               | Liczba punktów |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1.  | Atrakcyjność propozycji głównych obszarów storytellingu wskazanych w części „Przedmiot zamówienia – lit. C | 6              |

Skala ocen w kryterium „**atrakcyjność wizji opowieści**” będzie rozumiana w sposób następujący:

- 4-6 pkt oferta zawiera informacje dotyczące bohatera, jego celów, sojuszników i przeciwników, typu narracji i uzasadnień, które spełniają oczekiwania Zamawiającego
- 0-3 pkt oferta zawiera niepełne informacje dotyczące bohatera, jego celów, sojuszników i przeciwników, typu narracji i uzasadnień i w nieznacznym stopniu spełnia oczekiwania Zamawiającego.

$$B = \frac{\text{Punktacja przyznana ocenianej ofercie w kryterium "wizja opowieści"}}{\text{Najwyższa punktacja w kryterium "wizja opowieści"}} \times 40$$

### C. Próbka gotowej opowieści – waga 40%

| Lp. | Atrakcyjność przekazu                                                              | Liczba punktów |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1.  | Dostępność i łatwość przekazu, wiarygodność historyczna i sposób wypowiedzi Twórcy | 6              |

Skala ocen w kryterium „atrakcyjność przekazu” będzie rozumiana w sposób następujący:

4-6 pkt opowieść jest napisana w ciekawy, wciągający i przystępny sposób, z zachowaniem wiarygodności historycznej – oferta spełnia oczekiwania Zamawiającego

0-3 pkt oferta nie spełnia oczekiwań Zamawiającego lub spełnia je w sposób nieznaczny

$$C = \frac{\text{Punktacja przyznana ocenianej ofercie w kryterium "atrakcyjność przekazu"}}{\text{Najwyższa punktacja w kryterium "atrakcyjność przekazu"}} \times 40$$

Za najkorzystniejszą, zapewniającą odpowiednią jakość i korzystną cenę przedmiotu zamówienia przy uwzględnieniu wszystkich potrzeb Zamawiającego, zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznaną przez wszystkich członków komisji.

Suma punktów w kryterium A+B+C (cena + atrakcyjność wizji opowieści + atrakcyjność przekazu). Zamawiający zastrzega, że jeżeli żadna z ofert nie uzyska co najmniej 50% punktów w każdym z poszczególnych kryteriów ma prawo odstąpić od wyboru Wykonawcy.

### 7) Sposób przygotowania Oferty:

- Oferta powinna być:
  - sporządzona w języku polskim,
  - powinna zawierać dane Oferenta – imię, nazwisko, nazwę oferenta, dane kontaktowe, cenę brutto i netto (cena powinna zawierać wszystkie koszty związane z opracowaniem storytellingu oraz przekazaniem praw autorskich na rzecz Zamawiającego), proponowaną objętość (przybliżona liczba stron A4 / orientacyjna liczba znaków bez spacji)
  - opatrzona datą sporządzenia,
  - podpisana czytelnie przez Oferenta
- Do ofert należy dołączyć :
  - Wizję opowieści zawierającą informacje wskazane w p. 1 „Przedmiot zamówienia – lit. C (załącznik 1 do oferty)
  - Maksymalnie trzystronicową próbkę storytellingu dla dwóch miejscowości na Szlaku Gryfitów: Szczecina i innej dowolnej miejscowości „na Szlaku” (połączenie wątków) – załącznik 2 do oferty.

### 8) MIEJSCE I TERMIN SKALDANIA OFERT

- Ofertę należy dostarczyć w jeden z podanych niżej sposobów:
  - w wersji elektronicznej w tytule: „STORYTELLING – oferta” na adres e-mail: [bwolowczyk@wzp.pl](mailto:bwolowczyk@wzp.pl) oraz [araczka@wzp.pl](mailto:araczka@wzp.pl)
  - w wersji papierowej złożonej do sekretariatu Wydziału Turystyki i Gospodarki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, Plac Hołdu Pruskiego 8, pok. 30, z dopiskiem „STORYTELLING – oferta”

c. w wersji papierowej pocztą na adres Województwo Zachodniopomorskie, ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, Wydział Turystyki i Gospodarki, z dopiskiem „STORYTELLING – oferta”.

**2. Termin składania ofert upływa w dniu 31 stycznia 2019 roku.**

Oferty złożone po tym terminie nie będą rozpatrywane

**9) Informacje dodatkowe:**

1. Zapłata za realizację przedmiotu zamówienia nastąpi przelewem na podstawie prawidłowo wystawionego przez Wykonawcę rachunku lub faktury VAT, albo innego dokumentu finansowego na jego rachunek bankowy tam wskazany w terminie 14 dni od dnia jego wpływu do siedziby Zamawiającego.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia zapytania ofertowego w każdym czasie bez podania przyczyny, także w przypadku, gdy złożone oferty nie spełnią jego oczekiwań
3. Zamówienie zostanie zrealizowane w ramach *projektu Baltic Heritage Routes – Bałtyckie trasy dziedzictwa*, realizowanego w ramach Programu INTERREG Południowy Bałtyk 2014-2020.

**Załączniki:**

Załącznik 1 – formularz ofertowy

Załącznik 2 – wizja opowieści