

Załącznik nr 3 do Uchwały nr 5272/2026

Zarządu Województwa Opolskiego z dnia 27 kwietnia 2026 roku

I. Informacje o szacunkowej całkowitej wartości zamówienia na „Opracowanie strategii marki Opolskie na lata 2026-2035 oraz analizę potencjału instytucjonalnego Zamawiającego”

W dniach - 20.03-27.03.2026 r. dokonano rozeznania rynku i oszacowania wartości zamówienia za pomocą e-maili otrzymanych od wykonawców w odpowiedzi na ogłoszenie zamieszczone w Biuletynie Informacji Publicznej, dotyczące szacowania wartości zamówienia na „Opracowanie strategii marki Opolskie na lata 2026-2035 oraz analizę potencjału instytucjonalnego Zamawiającego”.

W związku z powyższymi ustaleniami oszacowano wartość zamówienia w dniu **30.03.2026 r.** z należytą starannością na łączną kwotę **netto: 245 790, 14 zł.**

II. Informacje o kwocie jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie przedmiotowego zamówienia.

Na realizację zadania Zamawiający zamierza przeznaczyć kwotę: **300 000 zł brutto.**

III. Warunki udziału w postępowaniu

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który spełnia warunek dotyczący posiadania zdolności zawodowej (wiedza i doświadczenie).

Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 7 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał (a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje) co najmniej jedną usługę polegającą na opracowaniu strategii marki regionu (województwa) lub miasta powyżej 50 tys. mieszkańców. Opracowanie strategii marki oznacza przygotowanie kompleksowej koncepcji obejmującej łącznie co najmniej: wizję marki, określenie grup docelowych, pozycjonowanie i/lub propozycję wartości, cele komunikacji oraz elementy wdrożeniowe.

2. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który spełnia warunek zakresie dysponowania osobami skierowanymi przez wykonawcę do realizacji zamówienia.

W celu wykazania spełnienia warunku udziału w postępowaniu Zamawiający wymaga dysponowania na czas realizacji badania zespołem projektowym, który będzie realizował zamówienie i w którego skład wejdą co najmniej 4 osoby posiadające następujące kwalifikacje:

a) Kierownik/kierowniczka zespołu/Główny Strateg

Osoba odpowiedzialna za całościowe zarządzanie realizacją zamówienia, koordynację prac zespołu, nadzór nad spójnością merytoryczną opracowania oraz jakość i terminowość dostarczanych rezultatów, który/która posiada łącznie:

- co najmniej wykształcenie wyższe;
- doświadczenie w kierowaniu zespołem projektowym, wskazujące, że w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert kierował/kierowała przynajmniej **dwoma**

projektami polegającymi na opracowaniu strategii marki (terytorialnej, turystycznej, instytucjonalnej lub komercyjnej). Opracowanie strategii oznacza przygotowanie kompleksowej koncepcji obejmującej łącznie co najmniej: wizję marki, określenie grup docelowych, pozycjonowanie i/lub propozycję wartości, cele komunikacji oraz elementy wdrożeniowe;

- doświadczenie w przeprowadzeniu/moderowaniu warsztatów strategicznych lub kreatywnych wskazujące, że w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert osobiście przeprowadził/ła lub moderował/ła co najmniej dwa warsztaty strategiczne lub kreatywne z udziałem interesariuszy (np. przedstawiciele instytucji, firm lub mieszkańców)

b) Ekspert/ekspertka w zakresie marketingu terytorialnego

Osoba gwarantująca zrozumienie specyfiki marki jednostki samorządu terytorialnego, który/która posiada łącznie:

- co najmniej wykształcenie wyższe;
- doświadczenie w opracowaniu strategii marek terytorialnych, wskazujące, że w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert brał/brała udział w opracowaniu przynajmniej dwóch strategii marki regionu (województwa) lub miasta powyżej 50 tys. mieszkańców. Opracowanie strategii oznacza przygotowanie kompleksowej koncepcji obejmującej łącznie co najmniej: wizję marki, określenie grup docelowych, pozycjonowanie i/lub propozycję wartości, cele komunikacji oraz elementy wdrożeniowe,

c) Ekspert/ekspertka w dziedzinie strategii marki/Strateg kreatywny

Osoba odpowiedzialna za wypracowanie kierunku strategicznego oraz jego przełożenie na koncepcję kreatywną i komunikacyjną, który/która posiada łącznie:

- co najmniej wykształcenie wyższe;
- doświadczenie w opracowaniu strategii marek terytorialnych, turystycznych, instytucjonalnych lub komercyjnych, wskazujące, że w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert brał/brała udział w opracowaniu przynajmniej dwóch strategii marek terytorialnych, turystycznych, instytucjonalnych lub komercyjnych. Opracowanie strategii marki oznacza przygotowanie kompleksowej koncepcji obejmującej łącznie co najmniej: wizję marki, określenie grup docelowych, pozycjonowanie i/lub propozycję wartości, cele komunikacji oraz elementy wdrożeniowe;
- doświadczenie w opracowaniu koncepcji kreatywnych, wskazujące, że w okresie co najmniej 7 lat przed upływem terminu składania ofert opracował/ła co najmniej dwie kompleksowe koncepcje kreatywne marek (terytorialnych, turystycznych, instytucjonalnych lub komercyjnych), które obejmowały co najmniej łącznie: główną ideę komunikacyjną (big idea), kluczowy przekaz marki, propozycję narracji lub storytellingu oraz założenia do systemu identyfikacji wizualnej lub kampanii komunikacyjnej.

d) Ekspert/ekspertka ds. badań i analiz rynkowych

Osoba odpowiedzialna za zakres badań i analiz, która posiada łącznie, który/która posiada łącznie:

- co najmniej wykształcenie wyższe;
- doświadczenie w prowadzeniu co najmniej dwóch badań (ilościowych lub jakościowych), dotyczących diagnozy wizerunku, tożsamości marki lub potrzeb grup docelowych (mieszkańców, turystów lub inwestorów), zdobyte w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert;
- doświadczenie w prowadzeniu co najmniej dwóch badań lub usług doradczych dotyczących funkcjonowania firm lub instytucji publicznych, w tym np. badań organizacyjnych lub kompetencyjnych, zdobyte w okresie 7 lat przed upływem terminu składania ofert.

Zamawiający zastrzega, że jedna osoba nie może być skierowana przez Wykonawcę do pełnienia więcej niż jednej funkcji w zespole.

IV. Informacje o wykazie kryteriów oceny ofert wraz z ich wagami

Określenie kryteriów oceny ofert w postępowaniu:

| Opisanie kryteriów | Znaczenie kryteriów – waga w % |
|--|---------------------------------------|
| 1. Kryterium: Cena | 40% |
| 2. Kryterium: Analiza dylematu strategicznego | 60% |