

Załącznik nr 1

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na przeprowadzenie działań analitycznych, informacyjnych, organizacyjnych i koordynacyjno-doradczych wpisujących się w realizację pierwszego etapu projektu *LODZKIE GO! Nowe rynki dla kluczowych branż województwa łódzkiego* realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020”.

1. Nazwa osi priorytetowej i działania

II Oś priorytetowa: Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka, Działanie: II.2: Internacjonalizacja przedsiębiorstw, Poddziałanie: II.2.2: Promocja gospodarcza regionu.

2. Przedmiot zamówienia:

W ramach realizacji projektu *LODZKIE GO! Nowe rynki dla kluczowych branż województwa łódzkiego* w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 Zamawiający planuje realizację następującego zamówienia:

Realizację pierwszego etapu projektu dotyczącego dokonania pogłębionej analizy potrzeb przedsiębiorców w zakresie internacjonalizacji, rozwoju eksportu, dostosowania swoich produktów do wymogów nowych rynków zagranicznych.

W wyniku realizacji Zamówienia ma zostać opracowana mapa kierunków i wydarzeń branżowych o charakterze gospodarczym uznanych za kluczowe dla internacjonalizacji MŚP reprezentujących 6 inteligentnych specjalizacji z terenu województwa łódzkiego, zdefiniowanie niszy eksportowych i kierunków ekspansji gospodarczej (jeden kierunek dla każdej z branż), określenie kryteriów kwalifikowania przedsiębiorstw do dalszego udziału w projekcie, rekrutacja przedsiębiorstw, przygotowanie i aktualizacja programu promocji gospodarczej dla wskazanych w projekcie branż, w tym wykonanie analiz i ekspertyz istotnych z punktu formułowania i realizacji regionalnych inicjatyw promujących ww. branże na rynkach zagranicznych (na podstawie zapisów Strategii RSI Łódź 2030 i Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020).

Pierwszy etap projektu obejmuje:

- analizę potencjału eksportowego sześciu branż gospodarczych województwa łódzkiego (inteligentne specjalizacje) w zakresie internacjonalizacji i identyfikację niszy eksportowych dla branż objętych projektem (nowoczesny przemysł włókienniczy i mody

[w tym wzornictwo]; zaawansowane materiały budowlane; medycyna, farmacja, kosmetyki; energetyka [w tym OZE]; innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze; informatyka i telekomunikacja);

- zaplanowanie rekrutacji MŚP w ramach zidentyfikowanych nisz, w tym zdefiniowanie kryteriów kwalifikujących podmioty do udziału w projekcie;
- przeprowadzenie procesu rekrutacji MŚP, w tym działań promocyjno-informacyjnych związanych z rekrutacją. Dla każdej z branż planuje się zrekrutować do 8 przedsiębiorstw;
- zbadanie potrzeb eksportowych zrekrutowanych przedsiębiorstw;
- identyfikację rynków o największym potencjale eksportowym w kontekście zidentyfikowanych nisz (1 rynek dla każdej z branż);
- w oparciu o analizę potencjału eksportowego sześciu branż objętych projektem i zbadanie potrzeb MŚP w zakresie internacjonalizacji opracowanie 6 planów działania dla każdej branży (dokumenty o charakterze operacyjnym zawierające informacje o dalszych działaniach wobec poszczególnych branż, tj. dedykowane szkolenia, określenie wydarzeń, w których firmy wezmą udział, ich zakresu, adresatów, kosztów i terminów, wskazanie instytucji gospodarczych na danych rynkach, mogących włączyć się w realizację projektu). Plany działań muszą być dokumentami kompletnymi, szczegółowymi, wskazywać konkretne wydarzenia gospodarcze wraz z ich uzasadnieniem. Przygotowane plany działań stanowiąc będą podstawę dla opracowania założeń dla realizacji drugiego etapu projektu (działania na rzecz internacjonalizacji), w tym jego ram kosztowych;
- organizację i przeprowadzenie warsztatów i szkoleń, mających na celu wyposażenie przedsiębiorców w wiedzę dotyczącą danego rynku, określonego jako kierunek ekspansji gospodarczej dla danej branży;
- wskazanie rekomendacji dla programu promocji gospodarczej dla wskazanych w projekcie branż, w tym wykonanie analiz i ekspertyz istotnych z punktu formułowania i realizacji regionalnych inicjatyw promujących ww. branże na rynkach zagranicznych (na podstawie zapisów Strategii RSI Łódź 2030 i Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020);
- sporządzenie pisemnego raportu z realizacji Zamówienia.

Intencją Zamawiającego jest stworzenie beneficjentom projektu możliwości ekspansji na rynki zagraniczne poprzez udział w wydarzeniach gospodarczych, czego bezpośrednim rezultatem ma być zwiększenie kontraktów/zamówień dla MŚP – uczestników projektu oraz szeroko rozumiana promocja gospodarcza regionu na rynkach zagranicznych.

3. Charakterystyka projektu **LODZKIE GO! Nowe rynki dla kluczowych branż województwa łódzkiego**

Celem projektu jest zwiększenie wartości eksportu firm z branż posiadających strategiczne znaczenie dla gospodarki naszego regionu. Wszystkie działania ujęte projektem mają na celu stały i długotrwały rozwój sektora MŚP. Projekt ma przyczynić się do wzrostu konkurencyjności firm z Wł poprzez stworzenie przez Wnioskodawcę warunków sprzyjających ich internacjonalizacji. Ideą projektu jest opieka nad przedsiębiorcą biorącym udział w projekcie przez cały okres jego trwania, w tym uzbrojenie wyselekcjonowanych firm w wiedzę niezbędną do zdobycia nowych rynków zbytu.

Projekt obejmuje wszystkie branże strategiczne Wł (zgodnie z RSI LORIS 2030) tj.:

- 1/ nowoczesny przemysł włókienniczy i mody (w tym wzornictwo)
- 2/ zaawansowane materiały budowlane
- 3/ medycyna, farmacja, kosmetyki
- 4/ energetyka (w tym OZE)
- 5/ innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze
- 6/ informatyka i telekomunikacja

Celami szczegółowymi przyczyniającymi się do osiągnięcia celu głównego są i zakładanymi do osiągnięcia w pierwszym etapie wdrażania projektu są:

1. usprawnienie komunikacji z przedsiębiorcami oraz stworzenie przestrzeni sprzyjającej wymianie wiedzy i doświadczeń;
2. zdefiniowanie rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców w zakresie internacjonalizacji;
3. zdefiniowanie przewag konkurencyjnych przedsiębiorców z terenu regionu w obszarze sześciu kluczowych branż objętych projektem (identyfikacja nisz eksportowych);
4. definicja problemów, na które napotykają się przedsiębiorcy w procesie internacjonalizacji działalności;
5. wypracowanie listy wydarzeń zagranicznych o charakterze gospodarczym, które zostaną przeprowadzone na dalszym etapie projektu oraz wskazanie kierunków ekspansji gospodarczej (po jednym kluczowym kierunku dla każdej z branż kluczowych);

6. wskazanie uczestników wydarzeń o charakterze gospodarczym realizowanych na dalszym etapie projektu, tj. organizacji wizyty partnera zagranicznego w regionie oraz organizacji przedsięwzięć zagranicznych o charakterze gospodarczym, a także zdefiniowanie atrakcyjnych partnerów zagranicznych dla łódzkich przedsiębiorców;
7. wyłonienie firm (uczestników projektu), z którymi w Polsce będą spotykać się zagraniczni partnerzy w drugiej części realizacji projektu;
8. uzbrojenie przedsiębiorców w wiedzę dotyczącą danego rynku, tj. przybliżenie sytuacji geopolitycznej danego kraju, prezentacja zagadnień związanych z pozyskiwaniem certyfikatów i niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia towarów na rynek;
9. doradztwo i zajęcia warsztatowe w oparciu o metodologię *design thinking* w zakresie opracowania koncepcji wizerunkowej na danym rynku;
10. wypracowanie wskazań dotyczących prawidłowego przygotowania opisu przedmiotu zamówienia, Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, określenia wymagań dla podmiotów, które wezmą udział w planowanym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego dotyczącego przedsięwzięcia oraz oszacowania wartości zamówienia w postępowaniu na realizację drugiego etapu projektu *ŁÓDZKIE GO! Nowe rynki dla kluczowych branż województwa łódzkiego* (szczegółowy zakres realizacji drugiego etapu uzależniony będzie od wyników prac analitycznych przeprowadzonych w pierwszym etapie).

Zakładanym wskaźnikiem rezultatu bezpośredniego w ramach projektu ma być podpisanie co najmniej 3 kontraktów handlowych zagranicznych, zawartych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji.

4. Grupy docelowe:

Grupą docelową/ostatecznymi odbiorcami wsparcia są przedsiębiorstwa sektora MŚP z województwa łódzkiego prowadzące działalność gospodarczą w obrębie sześciu wskazanych w projekcie inteligentnych specjalizacji regionalnych.

5. Charakterystyka zaplanowanych działań

(1) Analiza potencjału eksportowego sześciu inteligentnych specjalizacji województwa łódzkiego

Zadaniem Wykonawcy będzie:

- a. przeprowadzenie analizy potencjału eksportowego sześciu branż gospodarczych województwa łódzkiego (inteligentne specjalizacje) w zakresie internacjonalizacji; Analiza winna być przeprowadzona z uwzględnieniem krajowych i regionalnych dokumentów strategicznych i w kontekście aktualnego i prognozowanego stanu międzynarodowej wymiany handlowej regionu w obszarze 6 wskazanych w projekcie branż. Zamawiający oczekuje, że analiza obejmie ocenę obecnej sytuacji i podejmowanych dotychczas przez Województwo Łódzkie działań na rzecz wsparcia internacjonalizacji, a także zawierać będzie pogłębioną część obejmującą wnioski, które będą mogły być traktowane jako rekomendacje dla regionalnych działań i polityk na rzecz wspierania promocji i rozwoju eksportu. Raport z przeprowadzonej analizy wraz z wnioskami i rekomendacjami dla polityki województwa łódzkiego w zakresie rozwoju i promocji eksportu zostanie przekazany Zamawiającemu w 4 egzemplarzach wersji papierowej i w wersji elektronicznej;
- b. identyfikacja nisz eksportowych (specjalności eksportowych) dla branż objętych projektem, tj. nowoczesny przemysł włókienniczy i mody (w tym wzornictwo); zaawansowane materiały budowlane; medycyna, farmacja, kosmetyki; energetyka (w tym OZE); innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze; informatyka i telekomunikacja;
- c. w oparciu o przeprowadzone prace analityczne wskazanie kierunków ekspansji eksportowej, tj. identyfikacja najbardziej atrakcyjnych rynków zagranicznych dla produktów i usług we wskazanych niszach eksportowych, z uwzględnieniem rynków europejskich i światowych (jeden kierunek dla każdej z branż objętych projektem). Identyfikacja powinna wskazywać trendy rozwojowe w oparciu o np. analizy rynków, sytuację geopolityczną i uwzględniać możliwości dotarcia na wskazane rynki regionalnych MŚP (analiza potencjału).

(2) Zaplanowanie i przeprowadzenie rekrutacji MŚP w ramach zidentyfikowanych nisz eksportowych, opracowanie kryteriów kwalifikujących podmioty do udziału w projekcie

Zadaniem Wykonawcy będzie:

- a. zaplanowanie rekrutacji MŚP w ramach zidentyfikowanych nisz. Zamawiający oczekuje zaprojektowania/wskazania i doboru optymalnych narzędzi do rekrutacji i oceny MŚP w celu zapewnienia doboru firm w taki sposób, aby wyselekcjonować spójną grupę (lub grupy, w zależności od specyfiki branży) do dalszego udziału w projekcie;
- b. określenie kryteriów kwalifikujących podmioty do udziału w projekcie w ramach poszczególnych nisz eksportowych (określonych dla każdej z branż, do których adresowany jest projekt) z uwzględnieniem potencjału eksportowego MŚP regionu;
- c. przeprowadzenie procesu rekrutacji MŚP, w tym działań promocyjno-informacyjnych związanych z rekrutacją. Dla każdej z branż planuje się zrekrutować do 8 przedsiębiorstw. Zamawiający wymaga, aby rekrutacja była publiczna i otwarta z wykorzystaniem różnych mediów, celem jest dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców. Rekrutacja powinna odbywać się w porozumieniu z Zamawiającym, również z wykorzystaniem kanałów posiadanych przez Zamawiającego. **Od Wykonawcy oczekuje się zaproponowania działań informacyjno-promocyjnych, koniecznych i wystarczających do przeprowadzenia procesu rekrutacji (określenie narzędzi, środków i form promocji najefektywniejszych z punktu widzenia docierania do przedsiębiorców – adresatów projektu), w tym kampanii wizerunkowej projektu. Koncepcja przeprowadzenia tych działań stanowić będzie kryterium oceny Ofert, jako element opisu kryterium „Sposób realizacji zamówienia”;**
- d. przedstawienie praktycznych rozwiązań ograniczających ryzyko rezygnacji beneficjentów z uczestnictwa w projekcie. Zamawiający oczekuje określenia mechanizmów zobowiązujących MŚP wybrane do udziału w projekcie do pełnego uczestnictwa w realizacji projektu w oparciu o sformułowane plany działania.

Zamawiający dopuszcza możliwość zwiększenia/zmniejszenia liczby zrekrutowanych do projektu przedsiębiorstw w poszczególnych branżach. Łączna liczba podmiotów objętych projektem nie może przekroczyć 48, jednak w uzasadnionych w części analitycznej sytuacjach poszczególnych branż, możliwe są modyfikacje liczby zakwalifikowanych do projektu

podmiotów. Sytuacje te muszą być jednak umotywowane wynikami analiz, specyfiką danej branży i jej potencjałem eksportowym.

Wymagania minimalne dotyczące kampanii informacyjno-promocyjnej:

1. INTERNET: Z uwagi na profil grupy docelowej, Zamawiający sugeruje wykorzystanie trzech serwisów internetowych o tematyce biznesowej i dotyczącej przedsiębiorczości z możliwością geotargetowania na region łódzki. W przypadku ww. serwisów Zamawiający ma tutaj na myśli przekaz content marketingowy (przygotowany w konsultacji z Zamawiającym i z jego ostateczną akceptacją). Wykonawca zapewni publikację co najmniej 1 artykułu tygodniowo angażującego adresatów projektów do wzięcia udziału w rekrutacji (łącznie 4 różne artykuły w ciągu jednego miesiąca trwania kampanii). Wybór serwisów powinien być dokonany w oparciu o najwyższą liczbę realnych użytkowników serwisów biznesowych.

2. PRASA: Odnośnie reklamy prasowej, zamawiający uważa, że wybór prasy powinien być dokonany w oparciu o dobór dwóch dzienników o zasięgu regionalnym (region łódzki) z najwyższym współczynnikiem rozpowszechniania płatnego razem. Wykonawca zamieści 4 artykuły content marketingowe (1 artykuł na tydzień) na stronach redakcyjnych dzienników w wydaniach o najwyższym czytelnictwie. Format artykułu: ¼ strony. Artykuły zostaną przygotowane w konsultacji z Zamawiającym i z jego ostateczną akceptacją.

Wymagania minimalne dotyczące kampanii wizerunkowej projektu:

1. Kampania wizerunkowa – reklama w formacie „native in feed” na głównej stronie wiadomości regionalnych największego (pod względem realnych użytkowników w Polsce) serwisu www w kategorii informacje/publicystyka. Kampania ma być adresowana na mieszkańców województwa łódzkiego (target kampanii). Kampania ma trwać minimum 7 dni. Sugerowane sekcje strony, w których może być wyświetlana kampania: „wiadomości regionalne”. Reklama ma kierować do artykułu (nie mniej niż 1000 znaków, nie więcej niż 1800), który zostanie opublikowany na stronie lodzkie.pl. Artykuł zostanie napisany przez Wykonawcę. Artykuł ma promować projekt oraz pokazywać Województwo Łódzkie jako region przyjazny przedsiębiorcom, którzy eksportują lub są zainteresowani eksportem. Artykuł zostanie opublikowany na lodzkie.pl przez Zamawiającego. Reklamę przygotuje Wykonawca. Reklama przed publikacją musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.
2. Kampania displayowa (tylko sieć reklamowa) z wykorzystaniem wszystkich dostępnych formatów reklamowych (z wykluczeniem jako miejsca wyświetlania reklamy aplikacji

mobilnych) w Google Adwords. Reklama powinna być skierowana do dorosłych mieszkańców województwa łódzkiego. Powinna być ukierunkowana na tematy, zainteresowania, słowa kluczowe związane z biznesem, gospodarką, aktualnościami, importem, eksportem. Czas trwania kampanii nie powinien przekroczyć jednego miesiąca. Reklamy mają kierować do artykułu, który powstanie w ramach pkt.1. Oczekiwana minimalna liczba wyświetleń reklam to 3,5 mln. Ustawione ograniczenie liczby widocznych wyświetleń reklam na całą kampanię do 7 na użytkownika. Przygotowanie reklam leży po stronie Wykonawcy. Treść reklamy ma promować Województwo Łódzkie jako region przyjazny przedsiębiorcom, którzy eksportują lub są zainteresowani eksportem. Wymagana akceptacja Zamawiającego. Zamawiający otrzyma pełny dostęp do konta reklamowego.

Wymagania minimalne dotyczące kampanii nastawionej na leady:

Zamawiający sugeruje wykorzystanie internetowych kanałów komunikacji w postaci formatów reklamowych dostępnych w serwisie Facebook (Facebook Lead Ads) oraz w serwisie LinkedIn (inMail). Kampanie powinny być nastawione na pozyskanie leadów z wykorzystaniem gotowych formatów reklamowych i/lub landing page. Landing page powinien zostać przygotowany we współpracy z Zamawiającym (treści + szablony po stronie Wykonawcy, Zamawiający akceptuje). Landing page będzie na serwerze i w domenie Zamawiającego. Zamawiający otrzyma dostęp administracyjny do serwisu www. Wykonawca jest odpowiedzialny za pozyskiwanie leadów (minimum 50) zgodnie z RODO (wymagana akceptacja Zamawiającego).

(3) Diagnoza potrzeb i rozwijanie zdolności MŚP (uczestników projektu) w zakresie internacjonalizacji

Zadaniem Wykonawcy będzie:

- a. przeprowadzenie diagnozy potrzeb wyłonionych do uczestnictwa w projekcie MŚP w zakresie internacjonalizacji w kontekście wcześniej zidentyfikowanych nisz (specjalności) eksportowych i wskazanych kierunków ekspansji gospodarczej;
- b. organizacja i przeprowadzenie warsztatów i szkoleń, mających na celu wyposażenie przedsiębiorców w wiedzę dotyczącą danego rynku, określonego jako kierunek ekspansji gospodarczej dla danej branży tj. przybliżenie sytuacji geopolitycznej danego kraju, prezentacja zagadnień związanych z pozyskiwaniem certyfikatów i niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia towarów na rynek;

- c. doradztwo i zajęcia warsztatowe w oparciu o metodologię *design thinking* w zakresie opracowania koncepcji wizerunkowej na danym rynku.

Na potrzeby warsztatów/szkoleń Wykonawca zapewni salę szkoleniową/konferencyjną dostosowaną do ilości uczestników w centrum miasta Łodzi wraz z wyposażeniem, tj. rzutnikiem multimedialnym, ekranem, przenośnym komputerem, pilotem do prezentacji, nagłośnieniem dostosowanym do powierzchni i planowanej ilości uczestników, bezprzewodowym dostępem do Internetu; miejscami parkingowymi dla wszystkich uczestników spotkania (parking bezpłatny dla uczestników); szatnią dla uczestników spotkania.

Wykonawca będzie zobowiązany do rozstawienia nośników promocyjnych Zamawiającego w miejscu odbywania się spotkania. Nośniki zostaną odebrane przez Wykonawcę z siedziby Zamawiającego lub miejsca przez niego wskazanego najpóźniej 1 dzień przed spotkaniem oraz zwrócone najpóźniej 1 dzień po skończonym spotkaniu.

Wykonawca zapewni ciągłą przerwę kawową: świeżo parzona, gorąca kawa i herbata, mleko do kawy, cukier, cytryna, kruche ciastka - min. 2 rodzaje, ok. 100 g/os, ciasta - min. 2 rodzaje, ok. 150 g/os, woda mineralna niegazowana i gazowana, soki owocowe - min. 2 smaki. Liczba osób korzystających z przerwy kawowej podczas spotkania zostanie ustalona na podstawie liczby uczestników z uwzględnieniem przedstawicieli (maks. 3 osoby) Zamawiającego.

Jako dokumentację z przeprowadzonego spotkania Wykonawca dostarczy imienną listę obecności przedsiębiorców oraz przygotuje dokumentację fotograficzną (min 10 zdjęć) ze spotkania oraz nagranie video. Dokumentacja fotograficzna oraz relacja video powinny być przekazane Zamawiającemu w czasie do 3 godzin od rozpoczęcia spotkania.

Wykonawca przygotuje materiały szkoleniowe dla każdego z uczestników spotkania (minimum: prezentacja z miejscem przewidzianym na notatki). Materiały zostaną przedstawione Zamawiającemu do akceptacji najpóźniej na 7 dni przed planowanym terminem spotkania.

Wykonawca przygotuje certyfikaty dla każdego z uczestników poświadczające udział w spotkaniu. Certyfikaty zostaną wręczone uczestnikom na zakończenie spotkania.

Wykonawca przeniesie autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego do materiałów przygotowanych na potrzeby spotkania zgodnie z § 6 umowy.

Wykonawca zapewni wszelkie dodatkowe materiały wizualne, audio, papiernicze i inne niezbędne do przeprowadzenia obydwu części spotkania.

(4) Opracowanie szczegółowych planów działań – operacjonalizacja ekspansji eksportowej 6 inteligentnych specjalizacji Województwa Łódzkiego

Zadaniem Wykonawcy jest opracowanie planu działania (listy wydarzeń, jak np. targi, misje gospodarcze, konferencje, wizyty studyjne, spotkania B2B) dla każdej z branż wraz z uzasadnieniem ich wyboru poprzez określenie korzyści dla przedsiębiorstw – uczestników projektu w ramach wyselekcjonowanych przez Wykonawcę nisz (specjalności) eksportowych. Selekcja, w szczególności wydarzeń targowych, powinna brać pod uwagę prestiż i skalę imprezy, liczbę wystawców, liczbę odwiedzających, dotychczasowy udział polskich firm w wydarzeniu oraz koszt udziału w wydarzeniu, umożliwiający w nim udział beneficjentów bez względu na skalę prowadzonej przez nich działalności. Zamawiający dopuszcza możliwość w uzasadnionych przypadkach, iż część imprez odbywać się będzie na innym niż docelowy rynek zagraniczny. Zamawiający definiuje to to jako **imprezy o randze międzynarodowej**, które przyciągają kontrahentów z całego świata i udział w nich może mieć lepsze efekty niż promowanie się na wydarzeniach w poszczególnych krajach.

Wykonawca powinien również wskazać propozycje zagranicznych partnerów instytucjonalnych, które w odniesieniu do realizacji poszczególnych planów działań są lub mogą być potencjalnym partnerem, wraz z uzasadnieniem wyboru i wskazaniem osób do kontaktu.

Zamawiający oczekuje takiego poziomu szczegółowości opisu każdego z planów działań, który umożliwi **niezwłoczne przystąpienie do rozpoczęcia postępowania/postępowania o udzielenie zamówienia publicznego dotyczącego realizacji drugiego etapu projektu *ŁODZKIE GO! Nowe rynki dla kluczowych branż województwa łódzkiego*** (część realizacyjna projektu).

Dodatkowo, zadaniem Wykonawcy jest:

- a. określenie rekomendowanych warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ustawy Prawo zamówień publicznych;
- b. określenie kryteriów, którymi Zamawiający powinien się kierować przy wyborze oferty wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów oraz sposobu oceny ofert.

Zaprojektowane przez Wykonawcę plany działań dla poszczególnych branż **powinny nie tylko uwzględniać rzeczywiste potrzeby wyłonionych do projektu przedsiębiorstw, ale powinny też pozostawić możliwość dostosowania ostatecznego kształtu tych**

dokumentów do sugestii/propozycji, które będzie mógł wnosić ewentualny partner zagraniczny (instytucjonalny), dysponujący wiedzą na temat specyfiki danego rynku.

Do każdego planu działania powinien być dołączony jego **szczegółowy budżet**, obejmujący kompletną listę kosztów. Wykonawca powinien przy tworzeniu planów działań uwzględniać wymogi związane z kwalifikowalnością wydatków ponoszonych w ramach RPO Wł.

Każdy plan działania powinien **także posiadać harmonogram jego realizacji**.

Wykonawca zobowiązuje się także do zamieszczania na wszelkich materiałach znaków graficznych, zgodnie z wymogami promocyjnymi RPO Wł.

Wykonawca po zakończeniu realizacji wszystkich działań przedstawi Zamawiającemu pisemne podsumowanie przeprowadzonych działań i uzyskanych efektów.

6. Termin realizacji zamówienia

Zamawiający oczekuje realizacji Zamówienia w terminie **4 miesięcy** od daty podpisania umowy z Wykonawcą.

Załącznik nr 2 do umowy – Protokół odbioru**Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego**

Departament Promocji i Współpracy Zagranicznej

al. Piłsudskiego 8 tel. /+48/ 42 663 36 00

90-051 Łódź fax /+48/ 42 663 36 02

www.lodzkie.pl promocja@lodzkie.pl

Załącznik nr 2 do umowy nr z dnia.....

Łódź,

dnia

.....

PROTOKÓŁ ODBIORU**Przekazujący:****Odbierający:**

Opis usługi

Usługa została wykonana należycie / nienależycie (niepotrzebne skreślić)

W przypadku nienależytego wykonania usługi należy opisać nieprawidłowości:

Opis nieprawidłowości

Przekazujący

Odbierający

.....

.....

Dyrektor Departamentu
Fundusze Europejskie
Program RegionalnyUnia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO