

864947-2025 - Competition

Poland – Promotional services – Kampania repositionująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

OJ S 249/2025 26/12/2025

Contract or concession notice – standard regime

Services

1. Buyer

1.1. Buyer

Official name: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Email: stupakowskamalgorzata@gmail.com

Legal type of the buyer: Regional authority

Activity of the contracting authority: Recreation, culture and religion

2. Procedure

2.1. Procedure

Title: Kampania repositionująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

Description: Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych (tj. Dz.U. z 2024 r., poz. 1320 ze zm.), Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna jest Zamawiającym upoważnionym do przeprowadzenia postępowania, udzielenia zamówienia Wykonawcy, którego oferta będzie wybrana jako najkorzystniejsza w imieniu i na rzecz czterech partnerów finansujących, od których będzie pochodziło finansowanie działań będących przedmiotem zamówienia, tj.: Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (Polska) Fundacja Bocianie Gniazdo w Runowie (Polska) Administracja Samorządu Rejonu Kretyngańskiego (Litwa) Muzeum w Kretyndze (Litwa) Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT) pełni rolę lidera zamówienia publicznego i odpowiada za organizację postępowania przetargowego w imieniu czterech partnerów finansujących. Po wyborze wykonawcy każdy z partnerów finansujących działania podpisze osobną umowę z wykonawcą i opłaci przypadającą mu część wynagrodzenia. 1. Przedmiot zamówienia jest współfinansowany ze środków programu Interreg South Baltic 2021-2027 Działanie 3.1 Developing sustainable, resilient and innovative tourism. 2. Przetarg jest prowadzony jako wspólne zamówienie czterech instytucji partnerskich w ramach międzynarodowego projektu współpracy „Turystyka konna dla każdego – wspieranie integracyjnego i zorientowanego na obywateli rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku”, który jest współfinansowany przez UE w ramach programu Interreg South Baltic 2021-2027. Jest on realizowany wspólnie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2027 r. przez 10 instytucji z pięciu krajów i koncentruje się na pięciu regionach partnerskich, które służą jako poligon doświadczalny dla dalszego rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku: województwo pomorskie (Polska), powiat Kretinga (Litwa), wyspa Öland (Szwecja), Odsherred (Dania) i Meklemburgia-Pomorze Przednie (Niemcy). Cztery instytucje partnerskie zaangażowane w przetarg jako partnerzy finansujący będą zlecać i finansować wymagane usługi w wyraźnym celu wygenerowania korzyści dla wszystkich pięciu wyżej wymienionych regionów partnerskich projektu. Celem projektu „Turystyka konna dla każdego” jest przekształcenie obszaru Południowego Bałtyku w integracyjny, zrównoważony i całoroczny kierunek turystyki konnej, który oprócz klasycznej jazdy konnej oferuje dodatkowe

atrakcje związane z końmi, dostępne dla szerokiego grona odbiorców, nie tylko jeźdźców (np. kontemplacja z końmi, pikniki z końmi). Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez budowanie regionalnych partnerstw w zakresie turystyki konnej, pilotażowe wdrażanie nowych rodzajów tras jeździeckich oraz opracowywanie innowacyjnych ofert turystyki konnej we współpracy z małymi i średnimi przedsiębiorstwami z branży jeździeckiej w pięciu regionach partnerskich. Integralną częścią i elementem łączącym działania jest wspólna kampania repositionowania i wizerunkowa, mająca na celu zmianę postrzegania turystyki konnej z ekskluzywnej formy spędzania wolnego czasu na formę dostępną dla wszystkich, niezależnie od statusu społecznego, wieku, ograniczeń fizycznych czy poziomu doświadczenia w jeździe konnej. Celem tego otwartego przetargu ogółouropejskiego jest znalezienie zewnętrznego dostawcy usług, który wesprze partnerstwo w opracowaniu i realizacji tej kampanii. W pierwszym etapie pożądana zmiana wizerunku turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku zostanie zakomunikowana i utrwalona wśród niemieckich turystów odwiedzających ten region. Przyciągnięcie tej grupy docelowej i otwarcie tego rynku źródłowego leżą we wspólnym interesie wszystkich regionów partnerskich, dlatego też zostanie to wykorzystane jako pierwszy wspólny „test”. Ponadto w tym kontekście należy zwrócić szczególną uwagę na promowanie turystyki konnej poza głównym sezonem, a także w mniej znanych lokalizacjach poza głównymi ośrodkami turystycznymi. W dalszej perspektywie zamierza się jednak wykorzystać nowy wizerunek i branding do marketingu na innych kluczowych rynkach europejskich, a także na odpowiednich rynkach krajowych każdego z krajów partnerskich. Szczególnie interesujący są goście krajowi odwiedzający region poza sezonem (np. właściciele drugich domów, osoby starsze) oraz mieszkańcy lokalni (np. osoby lub rodziny z okolicy, klasy szkolne), ponieważ dotarcie do nich może pomóc w uzyskaniu bardziej zrównoważonego popytu i dodatkowych dochodów dla małych i średnich przedsiębiorstw związanych z jeździectwem przez cały rok, a kontakt z końmi może ponadto bezpośrednio promować jakość życia mieszkańców. Kampania repositionowania i wizerunkowa, która ma zostać zaprojektowana i wdrożona przez wykonawcę, powinna zatem być specjalnie zaprojektowana w celu przyciągnięcia w pierwszym etapie niemieckich turystów (= główny, wspólny rynek źródłowy) do pięciu regionów partnerskich projektu „Turystyka konna dla każdego” wspomnianego powyżej głównego rynku. Jednocześnie jednak nowa marka i wizerunek powinny – w idealnym przypadku – być na tyle ogólne, aby można je było później wykorzystać również w krajowych kampaniach repositionowania i wizerunkowych, a także w działaniach skierowanych do odwiedzających z innych krajów obszaru Południowego Bałtyku i innych kluczowych rynków europejskich. 3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia „OPZ” został zawarty w załączniku nr 1 do SWZ.

Procedure identifier: 6f5d39e7-1838-44cf-9082-9c2bbc5f8626

Internal identifier: 2/2025

Type of procedure: Open

The procedure is accelerated: no

2.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Main classification (cpv): 79342200 Promotional services

2.1.2. Place of performance

Country subdivision (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Country: Poland

2.1.4. General information

This procedure will be relaunched

Legal basis:

2.1.6. Grounds for exclusion

Sources of grounds for exclusion: Procurement Document

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

Title: Kampania repozycjonująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

Description: 1. Przedmiot zamówienia jest współfinansowany ze środków programu Interreg South Baltic 2021-2027 Działanie 3.1 Developing sustainable, resilient and innovative tourism. 2. Przetarg jest prowadzony jako wspólne zamówienie czterech instytucji partnerskich w ramach międzynarodowego projektu współpracy „Turystyka konna dla każdego – wspieranie integracyjnego i zorientowanego na obywateli rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku”, który jest współfinansowany przez UE w ramach programu Interreg South Baltic 2021-2027. Jest on realizowany wspólnie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2027 r. przez 10 instytucji z pięciu krajów i koncentruje się na pięciu regionach partnerskich, które służą jako poligon doświadczalny dla dalszego rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku: województwo pomorskie (Polska), powiat Kretinga (Litwa), wyspa Öland (Szwecja), Odsherred (Dania) i Meklemburgia-Pomorze Przednie (Niemcy). Cztery instytucje partnerskie zaangażowane w przetarg jako partnerzy finansujący będą zlecać i finansować wymagane usługi w wyraźnym celu wygenerowania korzyści dla wszystkich pięciu wyżej wymienionych regionów partnerskich projektu. Celem projektu „Turystyka konna dla każdego” jest przekształcenie obszaru Południowego Bałtyku w integracyjny, zrównoważony i całoroczny kierunek turystyki konnej, który oprócz klasycznej jazdy konnej oferuje dodatkowe atrakcje związane z końmi, dostępne dla szerokiego grona odbiorców, nie tylko jeźdźców (np. kontemplacja z końmi, pikniki z końmi). Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez budowanie regionalnych partnerstw w zakresie turystyki konnej, pilotażowe wdrażanie nowych rodzajów tras jeździeckich oraz opracowywanie innowacyjnych ofert turystyki konnej we współpracy z małymi i średnimi przedsiębiorstwami z branży jeździeckiej w pięciu regionach partnerskich. Integralną częścią i elementem łączącym działania jest wspólna kampania repozycjonowania i wizerunkowa, mająca na celu zmianę postrzegania turystyki konnej z ekskluzywnej formy spędzania wolnego czasu na formę dostępną dla wszystkich, niezależnie od statusu społecznego, wieku, ograniczeń fizycznych czy poziomu doświadczenia w jeździe konnej. Celem tego otwartego przetargu ogółouropejskiego jest znalezienie zewnętrznego dostawcy usług, który wesprze partnerstwo w opracowaniu i realizacji tej kampanii. W pierwszym etapie pożądana zmiana wizerunku turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku zostanie zakomunikowana i utrwalona wśród niemieckich turystów odwiedzających ten region. Przyciągnięcie tej grupy docelowej i otwarcie tego rynku źródłowego leżą we wspólnym interesie wszystkich regionów partnerskich, dlatego też zostanie to wykorzystane jako pierwszy wspólny „test”. Ponadto w tym kontekście należy zwrócić szczególną uwagę na promowanie turystyki konnej poza głównym sezonem, a także w mniej znanych lokalizacjach poza głównymi ośrodkami turystycznymi. W dalszej perspektywie zamierza się jednak wykorzystać nowy wizerunek i branding do marketingu na innych kluczowych rynkach europejskich, a także na odpowiednich rynkach krajowych każdego z krajów partnerskich. Szczególnie interesujący są goście krajowi odwiedzający region poza sezonem (np. właściciele drugich domów, osoby starsze) oraz mieszkańcy lokalni (np. osoby lub rodziny z okolicy, klasy szkolne), ponieważ dotarcie do nich może pomóc w uzyskaniu bardziej zrównoważonego popytu i dodatkowych dochodów dla małych i średnich przedsiębiorstw

związanych z jeździectwem przez cały rok, a kontakt z końmi może ponadto bezpośrednio promować jakość życia mieszkańców. Kampania repozycjonowania i wizerunkowa, która ma zostać zaprojektowana i wdrożona przez wykonawcę, powinna zatem być specjalnie zaprojektowana w celu przyciągnięcia w pierwszym etapie niemieckich turystów (= główny, wspólny rynek źródłowy) do pięciu regionów partnerskich projektu „Turystyka konna dla każdego” wspomnianego powyżej głównego rynku. Jednocześnie jednak nowa marka i wizerunek powinny – w idealnym przypadku – być na tyle ogólne, aby można je było później wykorzystać również w krajowych kampaniach repozycjonowania i wizerunkowych, a także w działaniach skierowanych do odwiedzających z innych krajów obszaru Południowego Bałtyku i innych kluczowych rynków europejskich. 3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia „OPZ” został zawarty w załączniku nr 1 do SWZ.

5.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Main classification (cpv): 79342200 Promotional services

5.1.2. Place of performance

Country subdivision (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Country: Poland

5.1.3. Estimated duration

Duration: 24 Months

5.1.6. General information

Reserved participation:

Participation is not reserved.

The names and professional qualifications of the staff assigned to perform the contract must be given: Tender requirement

Procurement Project fully or partially financed with EU Funds.

Information about European Union funds:

EU funds programme: European Regional Development Fund (ERDF) (2021/2027)

Identifier of EU funds: Interreg South Baltic 2021-2027 Działanie 3.1 Developing sustainable, resilient and innovative tourism.

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement (GPA): no

This procurement is also suitable for small and medium-sized enterprises (SMEs): yes

5.1.9. Selection criteria

Sources of selection criteria: Procurement Document

5.1.10. Award criteria

Description of the method to be used if weighting cannot be expressed by criteria: 1. Cena oferty/C 20 punktów (tj. 20 % całości punktacji) 2. Jakość proponowanego podejścia i metodologii zarządzania projektem (Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia)/K 50 punktów (tj. 50 % całości punktacji) 3. Doświadczenie osoby skierowanej do realizacji zamówienia – Kierownika projektu/D 30 punktów (tj. 30 % całości punktacji)

5.1.11. Procurement documents

Languages in which the procurement documents are officially available: Polish

Address of the procurement documents: <https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-6f5d39e7-1838-44cf-9082-9c2bbc5f8626>

5.1.12. Terms of procurement

Terms of submission:

Electronic submission: Required

Address for submission: <https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-6f5d39e7-1838-44cf-9082-9c2bbc5f8626>

Languages in which tenders or requests to participate may be submitted: Polish, Polish, Polish, Polish, Polish, Polish

Electronic catalogue: Allowed

Advanced or qualified electronic signature or seal (as defined in Regulation (EU) No 910/2014) is required

Deadline for receipt of tenders: 26/01/2026 11:00:00 (UTC+01:00) Central European Time, Western European Summer Time

Duration during which the tender must remain valid: 90 Days

Terms of contract:

The execution of the contract must be performed within the framework of sheltered employment programmes: No

Electronic invoicing: Required

Electronic ordering will be used: yes

Electronic payment will be used: yes

Financial arrangement: Zamawiający dopuszcza składanie ofert również w innych walutach (euro).

5.1.15. Techniques

Framework agreement:

No framework agreement

Information about the dynamic purchasing system:

No dynamic purchase system

5.1.16. Further information, mediation and review

Mediation organisation: Krajowa Izba Odwoławcza

Review organisation: Krajowa Izba Odwoławcza

Information about review deadlines: 1. Środki ochrony prawnej przysługują Wykonawcy, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia, oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów uPzp. 2. Odwołanie przysługuje na: 1) niezgodną z przepisami ustawy czynność Zamawiającego, podjętą w postępowaniu o udzielenie zamówienia, w tym na projektowane postanowienie umowy; 2) zaniechanie czynności w postępowaniu o udzielenie zamówienia, do którego zamawiający był obowiązany na podstawie ustawy. 3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w formie pisemnej albo w formie elektronicznej albo w postaci elektronicznej opatrzone podpisem zaufanym. 4. Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej oraz postanowienie Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej, o którym mowa w art. 519 ust. 1 uPzp, stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu. Skargę wnosi się do Sądu Okręgowego w Warszawie za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej. 5. Szczegółowe informacje dotyczące środków ochrony prawnej określone są w Dziale IX „Środki ochrony prawnej” uPzp.

Organisation providing additional information about the procurement procedure: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Organisation providing more information on the review procedures: Krajowa Izba Odwoławcza

Organisation receiving requests to participate: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

8. Organisations

8.1. ORG-0001

Official name: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Registration number: NIP: 5832842841

Registration number: REGON: 192982037

Postal address: ul. ul. Wały Jagiellońskie 2A

Town: Gdańsk

Postcode: 80-887

Country subdivision (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Country: Poland

Contact point: prowadząca postępowanie

Email: stupakowskamalgorzata@gmail.com

Telephone: 58 732 70 40

Internet address: www.prot.gda.pl

Roles of this organisation:

Buyer

TED eSender

Organisation providing additional information about the procurement procedure

Organisation receiving requests to participate

8.1. ORG-0002

Official name: Krajowa Izba Odwoławcza

Registration number: 5262239325

Postal address: ul. Postępu 17A

Town: Warszawa

Postcode: 02-676

Country subdivision (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Country: Poland

Email: odwolania@uzp.gov.pl

Telephone: (22) 458 78 05

Internet address: <https://www.uzp.gov.pl>

Roles of this organisation:

Review organisation

Organisation providing more information on the review procedures

Mediation organisation

Notice information

Notice identifier/version: 960ac74a-0e22-4798-b3b2-355274376680 - 02

Form type: Competition

Notice type: Contract or concession notice – standard regime

Notice subtype: 16

Notice dispatch date: 23/12/2025 23:38:22 (UTC+01:00) Central European Time, Western European Summer Time

Languages in which this notice is officially available: Polish

Notice publication number: 864947-2025

OJ S issue number: 249/2025

Publication date: 26/12/2025