

Pytania:

W dniu 16 maja 2019r. do Zamawiającego wystosowane zostało poniższe zapytanie:

W związku z ogłoszeniem otwartego konkursu ofert na wyłonienie Partnera do realizacji Projektu pn. „Kompleksowa kampania promocji gospodarczej województwa podlaskiego”, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2014-2020, Poddziałanie 1.4.1 Promocja przedsiębiorczości oraz podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej województwa, przesyłam pytania odnośnie konkursu:

1. Czy koncepcja powinna zawierać szacunkowe koszty działań wskazane w punkcie 6.2- pozycje 1-9?
2. Czy w koncepcji należy podać konkretne kierunki działań? A jeśli tak, to czy podczas wskazywania kierunków /targów należy podawać również konkretne wydarzenia (nazwy targów oraz miejsce ich odbywania się)
3. Jakie koszty będą ponoszone przez Lidera?
4. Czy działania promocyjne mają być prowadzone jedynie na zagranicznych rynkach czy również na rynku polskim (pkt. 6.2 poz. 6)
5. Co jest rozumiane poprzez wsparcie instytucjonalne (pkt. 6.2 poz. 8)?
6. Czy przeszkolenie pracowników dotyczy firm MŚP które będą brały udział w misjach/targach/ imprezach wystawienniczych czy pracowników lidera/partnera (pkt. 6.2 poz. 8)?
7. Czy jedna firma będzie mogła wziąć udział w więcej niż jednym wydarzeniu w ramach niniejszego projektu?

Odpowiedzi:

**Ad.1**

Na etapie składania oferty i wyboru Partnera, nie jest wymagane, aby koncepcja zawierała szacunkowe koszty działań wskazanych w punkcie 6.2, pozycje 1-9. Jednakże, koszty poszczególnych działań/zadań, do których zrealizowania zobowiązany będzie Partner jak i Lider, zostaną wskazane w umowie z wybranym Partnerem (§ 5 ust. 2 umowy o partnerstwie).

**Ad. 2**

Zakres rzeczowy koncepcji realizacji Projektu kompleksowej promocji gospodarczej województwa podlaskiego powinien obejmować zadania wskazane w Rozdziale 9, pkt 6.2, poz. 1-9. Zgodnie z treścią zapisu poz. 1-3 zagraniczne misje gospodarcze wyjazdowe/pryjazdowe oraz imprezy targowe/wystawiennicze o profilu gospodarczym powinny dotyczyć priorytetowych rynków zagranicznych określonych w Strategii Promocji Gospodarczej Województwa Podlaskiego, tak więc należy wskazać te kierunki. Ponadto informuję, że zgodnie z zapisami Regulaminu, Rozdział 9 „Sposób i kryteria oceny ofert”, pkt. 7 „Przedstawienie koncepcji realizacji Projektu kompleksowej promocji gospodarczej województwa podlaskiego ”będzie podlegać ocenie merytorycznej, zatem do decyzji Oferenta pozostawia się, jak szczegółowe informacje zostaną wskazane w ofercie.

**Ad. 3**

Lider będzie odpowiedzialny za realizację odrębnych zadań (nie wymienionych w pkt. 6.2., poz. 1-9). Postanowienia dotyczące zagadnień finansowych zostały uregulowane w § 7 umowy o partnerstwie.

**Ad. 4**

Pkt. 6.2. poz. 6 – „Działania promocyjne w mediach zagranicznych, w tym działania public relations z mediami zagranicznymi oraz artykuły sponsorowane w czasopismach branżowych itp.” – działania mają być prowadzone w mediach zagranicznych na zagranicznych rynkach.

**Ad. 5**

Poprzez „wsparcie instytucjonalne” należy rozumieć wskazanie działań doradczych skierowanych do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego ukierunkowanych na rozwój gospodarczy województwa oraz wzrost jego potencjału inwestycyjnego. Ideą takiego działania jest potrzeba określenia skoordynowanego katalogu działań oraz spójnego systemu komunikacji pomiędzy samorządem, a instytucjami zaangażowanymi w proces promocji gospodarczej w regionie (jednostkami samorządu terytorialnego, instytucjami otoczenia biznesu, Specjalnymi Strefami Ekonomicznymi itp).

**Ad. 6**

Przeszkolenie dotyczy jedynie przedstawicieli Lidera (pracowników Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego), zaangażowanych w promocję gospodarczą regionu.

**Ad. 7**

Z uwagi na fakt, iż w ramach projektu w ostatecznej fazie rozliczenia muszą być osiągnięte założone wskaźniki, którymi są nowe przedsiębiorstwa otrzymujące wsparcie, poszczególne przedsiębiorstwa mogą wziąć udział tylko w jednym wydarzeniu w ramach niniejszego projektu.