



Városfejlesztési és Műszaki Osztály

8868 Letenye, Kossuth Lajos u. 10. Tel: 93/544-980 E-mail: muszak@letenye.hu

I/204-19/2021.

AJÁNLATTÉTELI FELHÍVÁS

Tisztelt Címzett!

Kistolmács Község Önkormányzata ajánlatot kér az „Aqua Adventures” rövid elnevezésű **HUHR/1901/2.1.2/0111** azonosítószámmal nyilvántartott projekthez kapcsolódóan tanulmányok és adatbázis fejlesztésre, továbbá szociális média kampány lebonyolítására.

I. Ajánlatkérő

Név: Kistolmács Község Önkormányzata
Cím: 8868 Kistolmács, Fő út 51.
Képviseli: Birkás Zoltán polgármester

Kapcsolattartó: Simonyai Imre, osztályvezető – Városfejlesztési és Műszaki Osztály
Telefon: 06-93/544-980
E-mail: muszak@letenye.hu

II. A beszerzés tárgya:

A beszerzés 6 különböző feladat ellátására vonatkozik, melyek **részletes, angol nyelvű specifikációi az 1.számú mellékletben találhatóak.**

- a. Research on Eco-Program
- b. Social Media Analytics Report
- c. Database development for Joint Touristic Network
- d. Social Media Campaign (HU)
- e. ETIS Quality System implementation
- f. Disabled friendly adoption Communication Plan

III. A szerződés meghatározása:

Vállalkozási szerződés

IV. A teljesítés határideje:

2021.július 15.

1

V. Fizetési feltételek, az ellenszolgáltatás teljesítésének feltételei, számlázási módja:

A vállalkozási szerződésben meghatározottak alapján.

VI. Az ajánlatok bírálati szempontja:

A beérkező rész ajánlatok külön kerülnek megvizsgálásra, így az ajánlatkérő minden feladatnál a legalacsonyabb összegű ajánlati árat megajánló ajánlattevővel köt szerződést.

VII. Az ajánlatok benyújtását követően hiánypótlásra nincs lehetőség.

VIII. Az ajánlatok beérkezésének határideje:

2021. március 12. (péntek) 11:00 óra

IX. Az ajánlatokat magyar nyelven kell benyújtani. A feladatok ellátása angol, magyar és részben horvát nyelven történik.

X. Az ajánlatok benyújtásának helye (a járványügyi helyzetre való tekintettel, személyes átadásara nincs lehetőség, csak a postai úton küldött ajánlatokat tudjuk befogadni):

Letenyei Közös Önkormányzati Hivatal Városfejlesztési és Műszaki Osztály

Cím: 8868 Letenye, Kossuth L. u. 10.

XI. Az ajánlatok felbontásának helye, ideje:

Letenyei Közös Önkormányzati Hivatal Városfejlesztési és Műszaki Osztály

Cím: 8868 Letenye, Kossuth Lajos u. 10.

Ideje: 2021. március 12. (péntek) 11:00 óra

Az ajánlatok felbontásán jelenlétre jogosult személyek: ajánlatkérő képviselője, ajánlattevő képviselője, a közreműködő szerv képviselője.

XII. A szerződés/szerződések megkötésének tervezett időpontja:

2021. március 16. (kedd)

XIII. Az részajánlatok összeállításának tartalmi és formai követelményei, az ajánlattétellel kapcsolatos egyéb információk:

- A részajánlatokat nettó HUF + Áfában kell megtenni. Az ajánlati áraknak minden, a szerződésszerű teljesítés érdekében felmerülő költséget magában kell foglalnia.

- Az ajánlatok első oldala a felhívás mellékletét képező, értelemszerűen kitöltött **ajánlati adatlap** (részajánlattel: Öko-Program kutatása, Szociális Média Elemzés riportja, Közös Turisztikai Háló Adatbázisának fejlesztése, Szociális Média Kampány, ETIS rendszer megvalósítása, Hátrányos helyzetű/fogyatékkal élők kommunikációs terv) és nyilatkozni alvállalkozó bevonásáról. (**2. sz. melléklet**)
- Az ajánlat második oldala a **referencianyilatkozat**. **Minimum 1 db tanulmány írással, minimum 1 db adatbázis fejlesztéssel és minimum 1 db szociális média kampány lefolytatásával kapcsolatos referenciaigazolás**. A referencia nyilatkozatnak tartalmaznia kell a következőket: megrendelő neve, referencia tárgya, nettó összege, a teljesítés éve. Saját referencia is elfogadható, amennyiben Ajánlattevő kedvezményezettje valamely Európai Uniós programnak és végzett a beszerzéshez hasonló feladatot/feladatokat. (**3. sz. melléklet**)
- **A tevékenységet igazoló dokumentum benyújtása szükséges, cég esetén cégbírósági végzés, céglivonat, egyéni vállalkozó esetén vállalkozói igazolvány, (egyszerű másolata).**
- Az ajánlatokat egy eredeti példányban, az oldalakat összefűzve, zárt csomagolásban kell beadni. Az ajánlat csomagolásán fel kell tüntetni a következőket:
„Aqua Adventures - tanulmányok, adatbázis és szociális média kampány árajánlat. Ajánlattételi határidő előtt felbontani tilos”

XIV. Az ajánlattételi felhívás megküldésének napja:

2021. március 1. (kedd)

XV. Tájékoztatjuk, hogy a Beszerzési Szabályzat értelmében:

Érvénytelen az ajánlat, ha:

- a) az ajánlati felhívásban meghatározott ajánlattételi határidő lejárta után nyújtották be;
- b) az ajánlattevőt az eljárásból kizárták, vagy nem felel meg a szerződés teljesítéséhez szükséges alkalmassági követelményeknek;
- c) az ajánlat nem felel meg a felhívásban, a dokumentációban, valamint a jogszabályokban és ezen szabályzatban meghatározott egyéb követelményeknek.

Eredménytelen az eljárás, ha:

- a) nem érkezett ajánlat;
- b) kizárolag érvénytelen ajánlatok érkeztek;
- c) valamelyik ajánlattevőnek az eljárás, tisztságát vagy a többi ajánlattevő érdekeit súlyosan sértő cselekménye miatt ajánlatkérő az eljárás érvénytelenítéséről dönt.

Az eredménytelen beszerzési eljárást haladéktalanul meg kell ismételni. Az ajánlatkérést EU forrásból támogatott beszerzés esetén a pályázati felhívásba foglalt feltételek szerint mindenkorábban meg kell ismételni, amíg három érvényes ajánlat nem érkezik.

Letenye, 2021. március 1.

Tisztelettel:

Simonyai Imre
osztályvezető

Városfejlesztési és Műszaki Osztály



Az ajánlattételi felhívás 1.számú melléklete, mely tartalmazza az elvégzendő feladatok részletes specifikációját és teljesítési határidejét

- 1. Research on Eco-Program**
- 2. Social Media Analytics Report**
- 3. Database development for Joint Touristic Network**
- 4. Social Media Campaign**
- 5. ETIS Quality System implementation**
- 6. Disabled friendly adoption Communication Plan**

1. Research on Eco-Program Research on Eco-Program will be conducted to collect, harmonize and integrate the end-user requirements in order to design the joint touristical product offerings to be developed within the project.

Based on the Preliminary Research available, the goal of the research study is to validate the existing information and preliminary results and collect additional information on the demand and needs of the visitors in the regions and update requirements in order to update the requirements. Focus group interviews will be conducted in 10 schools on both sides of the border (Hungary and Croatia). Based on the overall results, a joint recommendation will be developed on what the demand and requirements are in the border region for joint touristical desitinations.

Goal of the research: to implement collect, harmonize and integrate the end-user requirements into the joint touristic product offerings

Tasks:

- (1) Review preliminary research results (provided by the Project Owner)
- (2) Validate existing information and results, draft recommendations for additional data collection and topics (questions to be answered)
- (3) Develop research methodology for focus group interviews, define target groups
- (4) Development of focus group questionnaire
- (5) Development of evaluation method
- (6) Conduct online interviews with 10 Hungarian and 10 Croatian school /educational institutional representatives (teachers, class heads, principals, eco-program leaders, youth organizations) appointed by the Project Owner
- (7) Conduct evaluation, integrate results, draft conclusions.
- (8) Deliver Study based on the above mentioned results.

Output: Research and Evaluation Report on Eco-Programs (ENG language min. 100 pages and executive summary in HU and CRO language min. 10-10 pages)

Performance date: until 15th of July, 2021

Recommended Table of Content:

Executive summary

- I. Overview of preliminary findings of preliminary research**
 - a. Existing data and information sources covered
 - b. Validation of existing information and accuracy
 - c. Define additional data sources and information necessary for fine-tuning of requirements.
- II. Research Goals and applied Methodology**
 - a. Research methodology for focus group interviews
 - b. Definition of target groups to be involved
 - c. Overview of evaluation methodology
- III. Findings and results of Focus Group interviews**
 - a. Overview of conducted interviews and participants
 - b. Results of the focus groups interviews in HU
 - c. Results of the focus groups interviews in CRO
 - d. Joint findings for cross-border regions
- IV. Conclusions and recommendations**

Annex:

- List of new data sources to be integrated
- Focus Group Brief and questionnaire
- Focus Group summary and notes (20 occasions)



2. Social Media Analytics Research Report: Social media data are increasingly used as the source of research in a variety of domains. A typical example is urban analytics, which aims at solving urban problems by analyzing data from different sources including social media. The potential value of social media data in tourism studies, which is one of the key topics in urban research, however has been much less investigated.

Goal of the SMA Research report: to identify and explore the demand and expectations of the potential visitors, to define the habits of target groups based on previous behavior patterns.

- Analyze mostly consumer-centric online public documents and conversations in Hungarian and Croatian with a focus on guest hospitality experience in and around the Croatian-Hungarian border as well as across a selection of a competitive set of other thematic touristical destination points in the regions. Benchmarks shall be created with regards to other similar touristic destinations within Hungary as well as other similar thematic hotels to identify opportunities and threats.
- Analyze mostly consumer-centric online public documents and conversations in English, Croatian, and German with a focus on guest hospitality experience in and around destination resorts as well as across a selection of a competitive set of other similar leisure resorts. Benchmarks shall be created with regards to other similar touristic destinations within Croatia as well as other similar leisure and water sport activity resorts to identify opportunities and threats.
- Discover and analyze key pain points, needs, willingness to travel, sentiment, influencers, overall engagement, and more relevant features from the consumer perspective with regards to hospitality experience across English, Hungarian and Croatian language online documents to develop the business strategy recommendations and implementation suggestions that will guide the market entry strategy and target client messaging for the tourism pack offerings.
- Validate (and enhance) previous market research

*Main questions to be explored will be jointly finalized on the Kick-off meeting

Target Languages to be Analyzed: English, Hungarian and Croatian

Time Range: 12 months (with a focus on understanding seasonal / quarter results)

Data sources to be examined:

- EU tourism project websites, blogs, forums
- Social Media and online channels:
 - Twitter, Facebook, Online blogs, tourist sites, tourism related online sites, online review websites, (e.g. TripAdvisor, Airbnb etc.).

Target Markets: Hungary (Hungarian) and Croatai(Croatian). Altogether responsible for 70% of projected target guests by nationality.

Specific Client-requested keywords: A list of competitor destination points shall be provided by Project owner. The final search query will also incorporate topics of interest such as dining, price, quality, accommodation, and many other relevant hospitality terms necessary to fulfill the goals of the project.



The company will extract as many relevant online public documents as possible, while minimizing “false positive” results. Necessary spelling variations will be accounted for to ensure a wide yield of relevant results.

Features included in the report: Online Presence, Sentiment Overview, Source Identification, Influencer Detection, Influencer Behavior, Expression Detection, Expression Analysis, Discussion Volume Trends, Reach Trends, Sentiment Trends

Tasks of the contractor:

- 1) Organize and run a Kick-off meeting to finalize Research Brief (online)
- 2) Define sources and run queries
- 3) Collect relevant data in English, Croatian and Hungarian languages
- 4) Document Analysis
- 5) Mid-Point Preliminary Results
 - a. Intermediate meeting for intermediate findings and fine-tuning with Project owners
 - b. Review Call
- 6) Develop in-depth Market Research Report with findings and recommendations.
- 7) Presentation of Final Report with Business Strategy Recommendations

The research project will consist of 3 phases and will serve to :

- (a) identify target group hobbies and sentiments for current services
- (b) identify best communication channels to reach target groups or influencers for promotion of touristical offerings,
- (c) evaluate and monitor the effect and efficiency of the communication campaigns conducted
- (d) collect feedback from visitors on the opinions of the services in Kistolmács.

Output: Social Media Analytics Research Report (E-Book format in ENG)

Performance date: until 15th of May, 2021

3. Database development for Joint Touristic Network: **Joint** HU-CRO Database will be created and made available to the wide public listing all the accommodations (eco-friendly, bike-friendly, animal friendly, child - friendly categories) in the two target destinations and in 20 km surrounding area in the border area.

The database will be linked to the project's website and will be placed on tourist office sites(banner) and will be distributed to all regional schools.

Performance date: until 15th of July, 2021

Task of the contractor:

- 1) Develop functional and end-user requirements (as set forth in Annex 1.)
- 2) Design the Big Data structure and main components.
- 3) Draft architecture plan
- 4) Build database
- 5) Develop UI and visualization
- 6) Testing and QA
- 7) Used Guide
- 8) Handover of Platform/DEMO video

Components	Functionality	Specification	
<u>Modul 1:</u>	Data collection form by external user upload/categories	- Keyword search capabilities by category (eco-friendly, bike-friendly, animal friendly, child - friendly category)	
		- Uploading documents ad photos by end-user	
<u>Module 2</u>	Search	- Capablity to conduct search within a circle of km-s to appoint similar visitor's places in the surrounding areas	
<u>Modul 2:</u>	Visualization and UI	- Ability to visualize search results on Map - The Map should “scroll” on pop-up pictures	
<u>Module 3</u>	GDPR compliance modules		
<u>Modul 4</u>	Communication	- Forum/Chat/Online Chatbot	
<u>Module 4</u>	Disabled User Access	- Disabled functions (colors, large font size)	

4. Social Media Campaign (HU)

Goal: to design, implement and roll-out social media campaigns in Hungary

Language: Hungarian

Duration: 8 weeks

Channels: FaceBook/Instagram

Tasks: full design and roll-out of SM Campaign based on Brief (Annex 1.)

Design, Manage community campaigns / ads

1. **Design and set up landing site** (Background info to be provided by Project Owner)
 - Text and structure, specification
 - Text and structure approval
 - HTML programming
 - Site go-live
2. **FaceBook – paid adds**
 - Preparing content plan for AQUA ADVENTURES
 - Writing post copies and designing graphic content
 - Post 3 posts per week (total 24 posts) with text, image and link
 - Write custom post texts
 - Create 2 custom post images per month (total of 2 images)
 - Posting and coordination
3. **PR articles (3)** Preparing PR content plan (pr Articles provided by the Project Owner)
 - Content plan approval
 - First article go-live
 - Second article go-live
 - Third article go-live

Output: Full campaign report (HUN language)

Performance date: until 15th of July, 2021

ANNEX 1. SM CAMPAIGN BRIEF

SOCIAL MEDIA CAMPAIGN BRIEF	
BACKGROUND	<p>A newly established destination point will be opened in Kistolmács, that is an eco-friendly educational site specially designed for “ECO-VACATIONERS” visiting in the region.</p> <p>The context of “eco-vacationing” is in focus.</p> <p>The newly developed G2M campaigns and eco-friendly recreational programs will provide a wider opportunity for visitors to spend quality recreation time in an eco-frindely resort.</p>
OBJECTIVE	<p>To inform the potential target audience of the opening of the Eco-Friendly Vacational Resort, build brand awareness and attract future visitors</p>
TARGET AUDIENCE	<p>Future visitor groups:</p> <p>(1) Families (Age: 30-55)</p> <ul style="list-style-type: none"> • kindergarten children, participate in organized activities, or visit the premises with their families • elementary and high school student, participants of cross-border exchange programs, environmental camps participants or come to the area for educational purposes. <p>(2) University students(Age: 20-25)</p> <ul style="list-style-type: none"> • who would like to relax or whom are completing training linked to their research activities at the universities <p>(3) Biology and environment teachers</p> <ul style="list-style-type: none"> • supervisors, organizers of local, regional school trips, who visit the premises with their students (e) researchers, who participated in the monitoring of natural assets in research project <p>(*) all members from disadvantaged groups, who will have access to the facilities and programs.</p>
CORE MESSAGING	<p>(1) Families: Eco-Friendly Vacations for the whole family”</p>

11

	<p>(2) University Students: “Learn while you are having fun”</p> <p>(3) Teachers “Teach Your students how to have fun while being eco-friendly.”</p>
TAGLINE OPTIONS	<ul style="list-style-type: none"> • Prospects • Visitors • Influencers • Partners
HASHTAG OPTIONS	TBD
TIMING	As defined in timetable
ESTIMATED COST	FB add costs to be included in offer

5. ETIS quality System will be implemented. **ETIS is a system** of indicators suitable for all tourist destinations, encouraging them to adopt a more intelligent approach to tourism planning. **Tasks:** The task of the contractor is to develop and tailor the ETIS system Local Handbook to the needs of the specific touristical destination in Kistolmács and to the specific needs of the project.

Specific steps to be implemented:

- Create a destination profile for Kistolmács (as given in ETIS Tool-Kit Handbook)
- Make recommendations for setting up and forming a Stakeholder Working Group
- Define core and supplementary indicators Based Dataset Tool ([www. https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en))
- Develop and establish roles and responsibilities.
- Define organizations and Partners in order to collect and record data
- Develop methodology in order to continuously collect, monitor and analyse data and results

Output: Kistolmács ETIS System Implementation Manual (ENG - HU language)

Performance date: until 15th of June, 2021

Table of Content

- I. Overview and introduction of new destination point in Kistolmács
 - a. Location and region
 - b. Target groups and partners
 - c. Offered programs and portfolio
- II. Destination Profile
 - a. Location
 - b. Geography
 - c. Population
 - d. Tourists
 - e. Tourism amenities
 - f. Strategies & policies:
- III. Structure and workflow of Stakeholder Group (1st Year Plan)
 - a. Organigram
 - b. List of roles
 - c. Responsibilities
 - d. Tasks and outputs to be achieved
 - e. Annual and monthly roadmap
- IV. Indicator Table (core indicators" 5 optional indicators)
 - a. Core Indicators
 - b. Optional Indicators
- V. Evaluation and Monitoring Plan for tracking results
 - a. Continues data collection and update
 - b. Tracking and monitoring indicators
 - c. Finetuning and continues improvement

6. Disabled Friendly Adaptation Communication Plan:

Goal: to develop an Adaptation Plan specifically aimed at the info/visitor center in order to best adopt to needs of people with physical disabilities and visually impaired people (walking tracks, smart readers, and tactile models, audio descriptions of promotion material etc).

Tasks of the contractor:

- review planned infrastructure and soft components of the project
- develop detailed communication plan for age and disability friendly adaptation.

Output: Disabled Friendly Adaptation Communication Plan (ENG and HU min. 50 pages/language)

Performance date: until 15th of May, 2021

Table of content:

- I. Executive Summary
- II. Key Terms
- III. Age and Disability-friendly Guidelines and Examples
- IV. Active Transportation
- V. Development Approvals
- VI. Economic and Employment Participation
 - a. Food and Agriculture
 - b. Housing
 - c. Land Use
 - d. Urban Design
- Establish targets to measure progress to accessibility.
- Establish an advisory committee on disability.
- VII. Conclusion and Action Plan
- VIII. Age-friendly and Disability-friendly Resources
- IX. Best Practices and Standards
- X. Action Plan for tools and solutions to use within the project.
- XI. Endnotes



2.sz. melléklet

**Aqua Adventures (HUHR/1901/2.1.2/0111) projekt megvalósításához kapcsolódóan az
1.számú mellékletben megadott feladatok ellátása – részajánlat adás**

Az ajánlattevő:

Neve:

Kapcsolattartója:

Címe:

Telefonszáma:

E-mail címe

Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
1. Research on Eco-Program			

***Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)**

Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
2. Social Media Analytics Report			

***Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)**



Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
3.Database development for Joint Touristic Network			

*Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)

Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
4. Social Media Campaign			

*Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)

Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
5. ETIS Quality System implementation			

*Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)

Tartalom	Nettó ajánlati ár	Áfa	Összesen
6. Disabled friendly adoption Communication Plan			

*Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el: igen/nem
(a megfelelő válasz aláhúzandó)

Kelt:

Ajánlattevő

Nyilatkozat referenciákról

Alulírott....., mint a(z).....
(székhely:.....) hivatalos képviselője
nyilatkozom, hogy az ajánlattételi felhívásban ellátandó feladatokra vonatkozóan a következő
referenciákkal rendelkezünk:

A referenciait adó fél megnevezése	Referencia tárgya	Referencia nettó összege	Teljesítés éve

Kelt:

Ajánlattevő

