

ZAPYTANIE OFERTOWE Z DNIA 22.10.2021

Instytut Rozwoju Miast i Regionów w ramach realizacji Programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność”, będącego inicjatywą towarzyszącą XI Światowemu Forum Miejskiemu, finansowanego ze środków budżetu państwa w ramach dotacji celowej przyznanej na podstawie umowy nr 1/WUF11/DSR/2021 z dnia 21 września 2021 r. pomiędzy Ministrem Funduszy i Polityki Regionalnej a Instytutem Rozwoju Miast i Regionów, zaprasza do składania ofert na realizację usługi związanej z przygotowaniem kampanii promocyjnej programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność”.

1. Przedmiot zamówienia

Wykonanie usługi polegającej na promocji działań związanych z realizacją programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność”. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi załącznik nr 1 do zapytania.

2. Termin zgłoszeń

Przygotowane oferty prosimy składać do 27.10.2021 r., do godziny 12:00. Oferty należy przesłać na adres e-mail: bsamorek@irmir.pl. Zgłoszona oferta powinna być czytelna i zawierać charakterystykę doświadczenia oferenta, dokładny wykaz świadczeń składający się na ofertę oraz wycenę usługi.

3. Opis warunków udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny ich spełniania:

3.1. O zamówienie mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki:

- a) posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania
- b) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie

Zamawiający uzna ten warunek za spełniony, gdy Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert zrealizował, co najmniej pięć usług, których przedmiotem było przygotowanie kampanii promocyjnych oraz co najmniej 2 konferencje o charakterze hybrydowym adresowane do jednostek samorządu terytorialnego. W celu spełnienia warunku Wykonawca przedłoży wykaz:

- przeprowadzonych kampanii promocyjnych wraz z podaniem ich przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których zostały wykonane oraz z ewentualnym załączeniem dowodów, czy zostały wykonane należycie (np. referencje, protokół odbioru),
- zrealizowanych konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego wraz z podaniem ich tematu, dat realizacji, liczby uczestników i typów podmiotów uczestniczących ze szczególnym uwzględnieniem pracowników JST i/lub spółek komunalnych,

- c) dysponują odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia

Zamawiający uzna ten warunek za spełniony, gdy Wykonawca wykaże, że dysponuje min. 2 pracownikami merytorycznymi posiadającymi, co najmniej 3-letnie doświadczenie w przygotowaniu kampanii promocyjnych i/lub konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego.

W celu wykazania spełnienia warunku Wykonawca przedłoży wykaz osób, które będą uczestniczyły w realizacji przedmiotu zamówienia, wraz z danymi na temat ich kwalifikacji zawodowych, niezbędnymi do wykonania zamówienia.

- d) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.

3.2. Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu będzie dokonana na zasadzie spełnia/nie spełnia na podstawie oświadczenia Wykonawcy. Niespełnienie, chociaż jednego z ww. warunków spowoduje wykluczenie Wykonawcy z postępowania. Ofertę Wykonawcy wykluczonego uznaje się za odrzuconą.

3.3. Z postępowania o udzielenie zamówienia wykluczeni są potencjalni Wykonawcy, którzy są osobami lub podmiotami powiązanymi z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy.

4. Kryteria oceny ofert

Kryterium 1

Cena – max. 40 pkt

Wartość kryterium będzie obliczona wg wzoru:

$$C = \frac{\text{cena oferty najtańszej}}{\text{cena oferty badanej}} \times 40 \text{ pkt}$$

Kryterium 2

Doświadczenie – max. 60 pkt

a) Opracowanie 6-10 kampanii promocyjnych i 2 konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego – 15 pkt,

b) Opracowanie 6-10 kampanii promocyjnych i 3-5 konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego – 30 pkt,

c) Opracowanie 10-15 kampanii promocyjnych i 3-5 konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego – 45 pkt,

d) Opracowanie 10-15 kampanii promocyjnych i 6-10 konferencji o charakterze hybrydowym adresowanych do jednostek samorządu terytorialnego – 60 pkt,

W przypadku, gdy Wykonawca nie dołączy do oferty wykazu wykonanych w ostatnich 3 latach usług, wówczas oferta Wykonawcy w kryterium doświadczenie otrzyma 0 pkt.

Łączna ocena punktowa oferty obliczona zostanie według poniższego wzoru:

$OP=C+D$,

gdzie:

OP – punktowa ocena badanej oferty

C – punktowa ocena w kryterium cena

D - punktowa ocena w kryterium doświadczenie

Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która spełni wszystkie wymagania Zamawiającego i uzyska najwyższą liczbę punktów będących sumą punktów za poszczególne kryteria.

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.

5. Osoba do kontaktu

Barbara Samorek, e-mail: bsamorek@irmir.pl, tel. 571 068 038.

Załączniki:

1. Specyfikacja kampanii promocyjnej

Specyfikacja kampanii promocyjnej

1. Przedmiot zamówienia

Przygotowanie kampanii promocyjnej ramach realizacji programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność”. Kampania powinna być zrealizowana w wybranych kanałach: prasa ogólnokrajowa oraz Internet. Możliwe formy komunikatów w ramach kampanii prasowej to: artykuły, wypowiedzi, wywiady, informacje prasowe, spoty i filmy promocyjne, oraz reklamy internetowe, w tym dla mediów społecznościowych.

2. Informacje o Programie „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność”

Program pn. „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” (PDM) jest inicjatywą towarzyszącą 11. sesji Światowego Forum Miejskiego, prestiżowej międzynarodowej konferencji organizowanej przez UN-Habitat w dniach 26-30 czerwca 2022 r. w Katowicach, stanowiącej najważniejsze globalne wydarzenie dotyczące polityki, transformacji, rozwoju i przyszłości obszarów miejskich w Europie w 2022 r.

Ideą Programu jest popularyzacja oraz wdrażanie zrównoważonych trendów współczesnej myśli urbanistycznej w ujęciu lokalnym. Opracowany wspólnie z miastami „Plan Działań dla Miast” będzie stanowić polską odpowiedź na wyzwania związane z realizacją celów zrównoważonego rozwoju stawiane przez Agendę 2030. Program jest integralną częścią przedsięwzięć Światowego Forum Miejskiego (World Urban Forum), podczas którego zostanie ogłoszony i podpisany. Misją „Planu Działań dla Miast” jest pozostawienie dziedzictwa po WUF11 w postaci katalogu działań, wspólnej wizji zrównoważonego rozwoju wypracowanej dzięki wymianie doświadczeń, dotychczasowych transformacji i perspektywicznych dążeń miast. Program zmierza do włączenia polskich miast w światową dyskusję na temat rozwoju terenów zurbanizowanych oraz stworzenia przestrzeni dla systematycznego udoskonalania i wdrażania dobrych wzorców w lokalnych politykach miejskich. Założeniem Programu jest zaangażowanie co najmniej 100 miast do opracowania i realizacji „Planu Działań dla Miast” oraz objęcie ich profesjonalnym wsparciem eksperckim na każdym etapie prac.

3. Opis kampanii promocyjnej

Kampania promocyjna powinna komunikować przede wszystkim główny cel programu, jakim jest popularyzacja oraz wdrażanie zrównoważonych trendów współczesnej myśli urbanistycznej w ujęciu lokalnym. Zamówienie będzie realizowane w dwóch etapach:

1) Promocja działań związanych z realizacją programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” w tytułach wydawnictwa o zasięgu ogólnopolskim, w którym zamieszcza informacje z dziedziny wiedzy dotyczącej przedmiotu i tematyki programu. W tym:

- (i) min. 5 artykułów promocyjnych w czasopiśmie dotyczącym branży komunalnej, ochrony środowiska, urbanistyki i regionalistyki (w odstępie miesięcznym, rozpoczynając od stycznia 2022 r.);
- (ii) min. 5 artykułów promocyjnych na stronach internetowych wydawnictwa (w odstępie miesięcznym, rozpoczynając od stycznia 2022 r.);

- (iii) zamieszczenie artykułów i banneru reklamowego przez min. 3 miesiące na stronach internetowych wydawnictwa (rozpoczynając od stycznia 2022 r.);
- (iv) promocja programu na stronach portali społecznościowych wydawnictwa, w szczególności na platformie facebook (min. trzykrotna, rozpoczynając od stycznia 2022 r.);
- (v) mailing promujący program „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” (nie później niż do 8.11.2021 r. lub w terminie wskazanym przez Zamawiającego);

2) Promocja programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” na wydarzeniach/konferencjach/panelach towarzyszących działalności Wykonawcy w terminach ustalonych z Wykonawcą, która będzie zwierzała:

- (i) prezentację programu (w trakcie min. 3 paneli);
- (ii) prezentację logo programu we wszystkich materiałach promujących wydarzenie/a;
- (iii) krótki spot/film promocyjny emitowany w trakcie wydarzeń/a;
- (iv) relację z wydarzeń/a w tytułach wydawnictwa;

4. Zobowiązania Zamawiającego

Zamawiający przekaze dla Wykonawcy materiały merytoryczne do umieszczenia w tytułach wydawnictwa. Materiały merytoryczne będą obejmowały teksty, grafiki i logotypy reklamowe zgodnie z ustalonymi wcześniej z Wykonawcą wytycznymi.

5. Zobowiązania Wykonawcy

Wykonawca będzie zobligowany przedstawić Zamawiającemu koncepcję kompleksowej kampanii promocyjnej. Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia kampanii promocyjnej, zgodnie ze złożoną deklaracją w postaci koncepcji oraz z opisem przedmiotu zamówienia zawartym w specyfikacji kampanii promocyjnej. Wykonawca będzie obowiązany do dostarczenia każdego wydania czasopisma, w którym ukaże się artykuł/ogłoszenie oraz umożliwienia wglądu Zamawiającego w wersję edytowaną przed publikacją przekazanych treści.

Wykonawca deklaruje, że dysponuje odpowiednią wiedzą oraz doświadczeniem niezbędnymi do należytego zrealizowania przedmiotu umowy i zobowiązuje się wykonać go w najlepszej woli, zgodnie z posiadaną wiedzą fachową, starannie, uczciwie i odpowiedzialnie z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa i przyjętych standardów, z uwzględnieniem profesjonalnego charakteru prowadzonej przez siebie działalności, wykorzystując w tym celu wszystkie posiadane możliwości, a także mając na względzie ochronę interesów Zamawiającego.

Wykonawca przy wykonywaniu przedmiotu umowy będzie wykorzystywał jedynie materiały, utwory, dane i informacje oraz programy komputerowe, które są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności nie naruszają dóbr osobistych i majątkowych oraz osobistych praw autorskich, praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub wzorów użytkowych bądź innych praw własności przemysłowej, a także danych osobowych osób trzecich. Gdyby doszło do takiego naruszenia, wyłączną odpowiedzialność względem osób i podmiotów, których prawa zostały naruszone, ponosi Wykonawca.

Po zrealizowaniu przedmiotu zamówienia Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do przedmiotu zamówienia w rozumieniu ustawy o Prawie autorskim i prawach pokrewnych wytworzonych w trakcie realizacji przedmiotu umowy wraz z możliwością przetwarzania, powielania i modyfikowania.

6. Warunki finansowe wykonania zamówienia

Za wykonanie przedmiotu zamówienia Wykonawca otrzyma w dwóch etapach na podstawie protokołów zdawczo-odbiorczych (na podstawie makiety, o której mowa w pkt 7iii oraz na podstawie zrealizowanych działań do 30.06.2022 r). Potwierdzeniem wykonania przedmiotu zamówienia będzie protokół zdawczo-odbiorczy podpisany przez Zamawiającego i Wykonawcę. Protokół będzie stanowił podstawę do wystawienia faktury/rachunku.

7. Przewidywany termin realizacji zamówienia

Wykonawca zobowiązany jest wykonać przedmiot umowy w terminie do 30 czerwca 2022 r., z zastrzeżeniem:

- (i) wykonania mailingu promującego program „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” – nie później niż do 8 listopada 2021 r. lub w terminie wskazanym przez Zamawiającego;
- (ii) promocji programu „Plan Działań dla Miast. Modelowa Lokalność” podczas wydarzeń/konferencji/paneli towarzyszących działalności Wykonawcy w terminie ustalonym z Wykonawcą;
- (iii) opracowania makiety treści wszystkich materiałów publikowanych w 2022 r. do 21 grudnia 2021 r.;
- (iv) publikacji artykułów promocyjnych w czasopiśmie oraz na stronach internetowych wydawnictwa w miesiącach: styczeń – maj 2022 r. lub styczeń – czerwiec 2022 r.;
- (v) promocji programu na stronach portali społecznościowych wydawnictwa, w szczególności na platformie facebook – nie później niż do 30.06.2022 r.;
- (vi) publikacji artykułów i banneru reklamowego przez min. 3 miesiące na stronach internetowych wydawnictwa – nie później niż do 30.06.2022 r.