

ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY

dotyczące: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na wykonanie usługi w zakresie: administrowanie profilami społecznościowymi Europejskiego Tygodnia Sportu.

Szanowni Państwo,

Ministerstwo Sportu, zaprasza do złożenia oferty w ramach zakupu dokonywanego zgodnie z art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych oraz zgodnie z Zarządzeniem nr 10 Dyrektora Generalnego z 10 grudnia 2018 roku w sprawie wprowadzenia Regulaminu udzielania zamówień publicznych w Ministerstwie Sportu i Turystyki na wykonanie usługi w zakresie: administrowanie profilami społecznościowymi Europejskiego Tygodnia Sportu.

Zamówienie finansowane jest ze środków Komisji Europejskiej w ramach Programu Erasmus+ 2014-2020 oraz środków własnych Ministerstwa Sportu.

Wykonawca składając ofertę potwierdza, że:

- zapoznał się z zaproszeniem i uznaje się za związanego określonymi w nim postanowieniami i zasadami postępowania;
- przedmiotowe zamówienie zrealizuje zgodnie z poniższymi wytycznymi zawartymi w zaproszeniu do składania ofert, określonymi przez Zamawiającego.

Oferta winna być złożona (na formularzu stanowiącym załącznik nr 1 do zaproszenia) do 20 stycznia 2021 r. do godz. 16.00 drogą elektroniczną na adres e-mail: juliusz.rzewuski@m sport.gov.pl.

I. Informacja o Zamawiającym

Skarb Państwa – Minister Kultury,
Dziedzictwa Narodowego i Sportu,
z siedzibą w Warszawie (00-082)
ul. Senatorska 14, 00-082 Warszawa
NIP: 526-287-36-02, REGON: 140217142
strona: www.gov.pl/sport
godziny urzędowania: 8:15 - 16:15

II. Osoby uprawnione do kontaktów z Wykonawcami

Juliusz Rzewuski

e-mail: juliusz.rzewuski@msport.gov.pl

tel. 22 24 47 362

godziny urzędowania: 8:15 – 16:15

III. Przedmiot zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest administrowanie profilami w mediach społecznościowych utworzonych w ramach Europejskiego Tygodnia Sportu.

2. Cele przewodnie:

- Zwiększenie świadomości grupy docelowej na temat Europejskiego Tygodnia Sportu - ogólrnoeuropejskiej akcji promującej aktywność sportową oraz zdrowy tryb życia.
- Promowanie zdrowego trybu życia, aktywności fizycznej i sportu.

3. Obowiązki Wykonawcy:

- Wykonawca będzie prowadził i promował, w porozumieniu z Zamawiającym, profile ETS Polska w mediach społecznościowych, na których Zamawiający posiada konta, tj. Facebook, Instagram oraz Youtube.
- Kampania w serwisach będzie miała charakter ciągły.
- Wykonawca zobowiązuje się do wykupienia w trakcie trwania kampanii reklam na portalach społecznościowych. Miesięczny budżet na reklamę na kanałach społecznościowych Europejskiego Tygodnia Sportu musi wynosić minimum 9 000,00 zł netto i ma być wliczony w łączną kwotę oferty. Oferta reklamowa w ramach tej kwoty stanowi jeden z elementów oceny oferty.
- Prowadzone przez wykonawcę profile będą sukcesywnie wypełniane przez Wykonawcę treścią w postaci wpisów (postów), grafik, materiałów audio i video – co najmniej 8 postów tygodniowo łącznie na wszystkich profilach.
- Profile, język oraz forma komunikacji zostaną dostosowane do specyfiki danego serwisu społecznościowego, przy zachowaniu spójności przekazu.
- Komunikacja z odbiorcami musi być utrzymana w tonie bezpośrednim, szczerym i życzliwym, zrozumiałym i wiarygodnym. Wyraźnie powinna zachęcać do podjęcia aktywności przez użytkowników.
- Wykonawca jest odpowiedzialny za moderację profili, czyli stymulowanie aktywności użytkowników, analizę wpisów, odpisywanie na komentarze, moderację dyskusji, usuwanie treści niezgodnych z założeniami kampanii.
- W trakcie realizacji umowy Wykonawca będzie przygotowywał w uzgodnieniu Zamawiającym comiesięczne szczegółowe plany realizacji działań dla kampanii prowadzonych w mediach społecznościowych.
- Udostępniania co najmniej jednego postu z profilu ETS co tydzień w okresie trwania umowy, każdy z nich na minimum 10 różnorodnych grupach na portalu Facebook. Grupy te mają być związane z aktywnością fizyczną (np. grupy poświęcone bieganiu, jeździe na rowerze, turystyce, ćwiczeniom fitness, zdrowemu trybowi życia).
- Publikacja informacji o konkursach. Przygotowanie regulaminów, dostarczenie nagród oraz zbieranie zgłoszeń jest po stronie Zamawiającego.
- Publikacja filmów z treningów przygotowanych przez Zamawiającego. Posty dotyczące treningów nie wliczają się do minimum postów wymaganych od Wykonawcy.

- Przedstawienia, po zakończeniu kampanii (najpóźniej do 21 dni po zakończeniu kampanii), sprawozdania świadczącego o prawidłowej realizacji wszelkich działań w ramach kampanii.
- Sprawozdanie powinno zawierać faktycznie osiągnięte parametry kampanii w mediach społecznościowych, w szczególności - miejsca emisji, ilości kliknięć, odsłony, dane dotyczące ilości obejranych filmów.

4. Pozostałe wytyczne:

- Działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji umowy wymagają konsultacji i zatwierdzenia przez Zamawiającego. Termin akceptacji poszczególnych działań przez Zamawiającego – do 3 dni roboczych od dnia otrzymania danego materiału do zatwierdzenia.
- Wszystkie reklamy muszą zawierać logotypy: Unii Europejskiej z informacją o współfinansowaniu programu ze środków programu Erasmus +.
- Wszystkie komunikaty wizualne muszą zawierać logo oraz system identyfikacji wizualnej programu #BeActive.

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy łącznie spełniają poniższe warunki:

1. W okresie trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności gospodarczej jest krótszy – w tym okresie:

a) prowadzili (tj. przygotowywali posty, publikowali treści, odpowiadali za moderację) co najmniej jeden profil w mediach społecznościowych dotyczący promocji sportu lub zdrowego stylu życia w oparciu o sport.

b) prowadzili (tj. przygotowywali posty, publikowali treści, odpowiadali za moderację) co najmniej trzy profile w mediach społecznościowych na rzecz podmiotów z sektora finansów publicznych.

c) odpowiadali za przygotowanie oraz koordynację współpracy z co najmniej pięcioma influencerami, którzy są sportowcami lub których profile w mediach społecznościowych dotyczą sportu lub zdrowego stylu życia

2. Zamawiający wymaga, aby wykonawca ubiegający się o zamówienie wykazał, że dysponuje lub będzie dysponował osobami zdolnymi do wykonywania zamówienia, tj. co najmniej 3 osobami, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, posiadającymi kwalifikacje zawodowe i doświadczenie niezbędne do wykonania usługi:

a) Specjalista ds. mediów społecznościowych - osoba posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenie w realizacji kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych.

b) Content designer - osoba posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenie w tworzeniu treści w mediach społecznościowych.

c) Grafik - osoba posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenie w zakresie opracowywania koncepcji kreatywnych, projektowania grafik.

IV. Wymogi formalne oferty

Oferta powinna zostać sporządzona wg wzoru „Formularz Oferty”, stanowiącego Załącznik nr 1 do zaproszenia.

V. Termin związania ofertą

Wykonawca pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

VI. Termin wykonania zamówienia

Okres realizacji zamówienia obejmuje okres od 7 dni po podpisaniu umowy. do 17 maja 2021 r..

VII. Kalkulacja ceny ofertowej

Wykonawca przedstawi kalkulację oferty uwzględniającą wartość netto i brutto.

1. Cena musi być wyrażona w złotych polskich (PLN), z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
2. Wykonawca uwzględni w cenie wszystkie koszty niezbędne do wykonania usługi w tym koszty reklamy.
3. Cena oferty określona przez Wykonawcę nie będzie podlegała waloryzacji.

VIII. Kryteria wyboru najkorzystniejszej oferty

1. Przy wyborze oferty najkorzystniejszej Zamawiający przyjął następujące kryteria przypisując im odpowiednio wagi procentowe

Kryterium wyboru	Waga (pkt.)
Atrakcyjność oferty	40
Cena brutto oferty	40
Oferta reklamowa	20
Razem	100

2. Zasady oceny ofert według ustalonych kryteriów

Łączna wartość brutto oferty (z podatkiem VAT) za realizację usługi:

K ₁ =	Najniższa łączna wartość brutto oferty	x 40% x100
	Łączna wartość brutto oferty badanej	

Wykonawcy otrzymają punkty w kryterium „atrakcyjność oferty” jeżeli przedstawiona oferta będzie dodatkowo zawierała:

1. Szczegółowy opis koncepcji współpracy z influencerami. Dobór influencerów oraz proponowana forma współpracy musi być zgodna z celami przewodnimi opisanymi

w przedmiocie zamówienia. Ocena jakości koncepcji zostanie oceniona w skali od 0 do 10 pkt.

2. Przedstawienie propozycji trzech przykładowych postów o treści związanej z główną ideą Europejskiego Tygodnia Sportu . W powyższym kryterium oceniana będzie jakość komunikatu (poprawność językowa, styl skierowany do odpowiedniej grupy docelowej, estetyka). Propozycje zostaną ocenione w skali od 0 do 10 pkt.
3. Przedstawienie dwóch przykładowych profili prowadzonych przez oferenta (w postaci linków do profili). W kryterium będzie oceniana jakość zdjęć, materiałów wideo, poprawność językowa komunikatów, oryginalność formy wizualnej. Oferta zostanie oceniona w skali od 0 do 20 pkt.

W ramach kryterium „oferta reklamowa” zostanie oceniony całokształt oferty zaproponowanej przez wykonawcę w ramach wymienionej kwoty z uwzględnieniem:

- ilości promowanych postów
- minimalną zasięgiem każdego z postów
- minimalnej aktywności (liczby polubień, udostępnień i komentarzy) każdego z postów

3. Ocena końcowa:

- Zamawiający dokona zaokrąglenia wyników działań do drugiego miejsca po przecinku (jeżeli trzecia cyfra po przecinku jest równa lub większa od 5 zaokrągli liczbę przyznanych punktów w górę, a jeżeli trzecia cyfra po przecinku jest mniejsza od 5 zaokrągli liczbę przyznanych punktów w dół);
- ostateczna ilość punktów (P) każdej z ocenianych ofert stanowić będzie suma punktów przyznanych we wszystkich kryteriach oceny ofert tj. „CENA”, „ATRAKCYJNOŚĆ OFERTY” i „OFERTA REKLAMOWA”, zgodnie ze wzorem: $P = C + A + O$ gdzie:
 - P – łączna ocena punktowa oferty we wszystkich kryteriach oceny,
 - C – ocena oferty w kryterium „CENA”,
 - A – ocena oferty w kryterium „ATRAKCYJNOŚĆ OFERTY”.
 - O – ocena oferty w kryterium „OFERTA REKLAMOWA”
- za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów;
- jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans atrakcyjności i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych;
- Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w złożonych ofertach.

IX. Informacja dodatkowa dot. możliwości unieważnienia postępowania

Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania na każdym jego etapie bez podania przyczyny.

Załączniki do zaproszenia:

Załącznik nr 1 – Wzór Formularza Oferty