



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33
Fax: +48 22 660 44 32
www.wwf.pl

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: 1/12/2020/MP z dn. 1.12.2020

**Zapytanie ofertowe
na zorganizowanie kampanii społecznej
„Ratujmy Bałtyk Godzina dla Bałtyku”**

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest usługa opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii społecznej pn. „Ratujmy Bałtyk - Godzina dla Bałtyku”.

II. Wartość zamówienia

Zamawiający przeznaczy na realizację przedmiotu zamówienia kwotę 50 000 zł brutto.

III. Tryb zamówienia

Niniejsze postępowanie prowadzone jest w formie zapytania ofertowego.

IV. Termin wykonania zamówienia

Kampania trwać będzie przez cały marzec 2021 r. z kulminacją w dniu Godziny dla Ziemi WWF (27 marca 2021 o godz. 20.30) – możliwe jest skrócenie kampanii do dwóch tygodni zależnie od sytuacji związanej z pandemią COVID-19.

V. Kod CPV

79341400-0 – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
79342200-5 – Usługi w zakresie promocji
79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe
79956000-0 – Usługi w zakresie organizacji targów i wystaw

VI. Warunki udziału w postępowaniu

O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał należycie co najmniej 3 usługi w zakresie opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii społecznej o wartości minimum 30 000 zł brutto każda.

Na potwierdzenie spełnienia warunku udziału w postępowaniu Wykonawca, którego oferta została wstępnie najwyżej oceniona zgodnie z Kryteriami oceny ofert z rozdz. VIII, przedstawi na wezwanie Zamawiającego referencje wystawione przez podmioty na rzecz których należycie wykonał usługi, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie ich uzyskać – Oświadczenie Wykonawcy.

VII. Dokumenty wymagane do złożenia oferty

1. Oferta Wykonawcy na wzorze stanowiącym Załącznik nr 2
2. Oświadczenie Wykonawcy o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu (Zał. nr 3)
3. Oświadczenie Wykonawcy o braku powiązań kapitałowych lub osobowych (Zał. nr 4)

VIII. Kryterium oceny ofert, wagi procentowe przypisane do poszczególnych kryteriów oraz sposób przyznawania punktacji

**Kryterium – Koncepcja kreatywna kampanii [K] – 100 pkt**

W ramach tego kryterium Zamawiający wymaga opracowania wstępnego konspektu kampanii promocyjnej WWF opracowanego na podstawie informacji wskazanych w Załączniku nr 1 do niniejszego Zapytania ofertowego (Brief) oraz zaprezentowanie konspektu w formie prezentacji elektronicznej zawierającej co najmniej:

A. Podejście strategiczne kampanii i jej koncepcja kreatywna, claim i key messages – 40 pkt

W ramach tego kryterium oceniane będzie podejście strategiczne, innowacyjność i oryginalność pomysłu, potencjał medialny i spójność zaproponowanej koncepcji z założeniami opisanymi w Załączniku nr 1 - Brief, jak również zgodność z misją i wizją Zamawiającego.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, którego prezentacja nie będzie zawierała wszystkich elementów Briefu lub zaproponowana koncepcja strategiczna i pomysły będą miały mały potencjał komunikacyjny i wiralowy, będą całkowicie nieoryginalne lub niespójne z koncepcją i założeniami wskazanymi w Briefie oraz z celami działalności Zamawiającego; hasło (claim) i myśli przewodnie kampanii (key messages) nie będą w ocenie Zamawiającego adekwatne do grupy docelowej.
- b) 1 - 35 punktów otrzyma Wykonawca, którego prezentacja będzie zawierała elementy wskazane w Briefie, ale zaproponowane pomysły będą miały mały potencjał komunikacyjny i wiralowy, będą mało oryginalne, nie do końca spójne z koncepcją i założeniami oraz celami działalności Zamawiającego. Hasło (claim) i myśli przewodnie kampanii (key messages) będą w ocenie Zamawiającego adekwatne do grupy docelowej, ale nie wystarczające dla przyciągnięcia znacznej liczby odbiorców.
- c) 36 - 40 punktów otrzyma Wykonawca, którego prezentacja będzie zawierała opis wszystkich elementów określonych w Briefie, a zaproponowane pomysły będą miały wysoki potencjał komunikacyjny i wiralowy, będą chwytliwe, bardzo oryginalne, innowacyjne.

B. Zakres działań w ramach kampanii – 25 pkt

W ramach tego kryterium oceniany będzie zakres działań, który ofertuje Wykonawca podczas realizacji kampanii.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 1 - 18 punkty otrzyma Wykonawca, który zaproponuje strategię działania w ramach kampanii jedynie w opcji podstawowej, tj. poprzez opracowanie strategii kampanii, idei kreatywnej, KV oraz claim kampanii.
- b) 19 - 25 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje strategię działania w ramach kampanii oprócz opcji podstawowej również w zakresie realizacji poniższych zadań:
 - scenariusz spotu TV -30 sek. oraz jego realizacja;
 - stworzenie landing page akcji łączącego wszystkie jej cele i narzędzia, a także uwzględnienia możliwości zawarcia na stronie petycji;
 - działania w internecie;
 - stworzenie materiałów graficznych i video do działań offline i online;
 - działania media relations, jako inne formy bezpośredniego edukowania i zaangażowania Polaków w akcję;
 - eventy terenowe lub online (zależnie od ograniczeń związanych z pandemią);
 - współpraca ze znanymi osobami i/lub influencerami.

Za każde dodatkowo zaoferowane zadanie z wymienionych powyżej Wykonawca otrzyma 1 pkt.

C. Proponowane środki dotarcia do grupy docelowej – 25 pkt

W ramach tego kryterium oceniana będzie efektywność medialna kampanii, jej atrakcyjność dla



grupy docelowej, propozycje kanałów dotarcia do odbiorców oraz ich skuteczność.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, który nie zaproponuje efektywnych środków dotarcia do grupy docelowej.
- b) 1 - 15 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje środki dotarcia do grupy docelowej, niemniej jednak w ocenie Zamawiającego nie będą one wystarczająco efektywne.
- c) 16 - 25 punktów otrzyma Wykonawca, którego prezentacja będzie zawierała środki dotarcia do grupy docelowej zgodne z założeniami Briefu i w ocenie Zamawiającego będą one wystarczająco efektywne.

D. Harmonogram, plan kampanii oraz realność założeń – 10 pkt

W ramach tego kryterium Zamawiający dokona oceny, czy założenia kampanii są realne do osiągnięcia w zakładanym terminie.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje harmonogram, który nie odpowiada założeniom Briefu, a proponowane rozwiązania są nierealne do osiągnięcia w zakładanym przedziale czasowym;
- b) 1 - 5 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje harmonogram, który odpowiada założeniom Briefu, ale proponowane rozwiązania są nierealne lub bardzo trudne do osiągnięcia w zakładanym przedziale czasowym;
- c) 6 - 10 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje harmonogram, który odpowiada założeniom Briefu, przedziały czasowe na poszczególne środki dotarcia do grupy docelowej będą adekwatne i efektywne, a proponowane rozwiązania są realne i możliwe do osiągnięcia w zakładanym przedziale czasowym.

IX. Termin i miejsce składania ofert

1. Ofertę należy składać pocztą elektroniczną na adres: mpilarska@wwf.pl
2. Ofertę należy złożyć dnia **14 grudnia 2020 r. do godziny 23:59**. O terminie wpłynięcia oferty decyduje data doręczenia na pocztę mailową.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferta składana mailowo w temacie wiadomości powinna odwoływać się do numeru referencyjnego Zapytania ofertowego.
5. W toku badania i oceny przedstawionych ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert, jak również Zamawiający jest uprawniony na każdym etapie postępowania zwrócić się do Wykonawców o uzupełnienie dokumentów niezbędnych do prawidłowej oceny złożonej oferty.

X. Osoby wyznaczone do kontaktu:

Osobą wyznaczoną do kontaktów z Wykonawcami w zakresie niniejszego zapytania ofertowego są:

1. W zakresie merytorycznym: Marta Pilarska, tel. 785 881 803; mail: mpilarska@wwf.pl;
2. W zakresie formalnym: r.pr. Małgorzata Dobrzyńska-Dąbska, tel. 690 947 988; mail: m.dabska@dabska.legal

XI. Informacja na temat zakresu wykluczenia

Z udziału w postępowaniu wyklucza się Wykonawców którzy:

1. są 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



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33
Fax: +48 22 660 44 32
www.wwf.pl

wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
 - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
2. W celu wykazania, że Wykonawca nie podlega w/w wykluczeniu składa oświadczenie zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego.

XII. Tryb ogłoszenia wyników postępowania

Wszyscy Wykonawcy, którzy złożą oferty zostaną powiadomieni o wynikach postępowania, a wybrany Wykonawca dodatkowo zostanie poinformowany o terminie i miejscu podpisania umowy.

XIII. Załączniki do zapytania ofertowego

Załącznikami do niniejszego zapytania ofertowego są następujące wzory:

Oznaczenie załącznika	Nazwa Załącznika
Załącznik nr 1	Brief
Załącznik nr 2	Wzór Formularza Oferty
Załącznik nr 3	Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych
Załącznik nr 4	Oświadczenie o spełnieniu warunków
Załącznik nr 5	Klauzula informacyjna RODO
Załącznik nr 6	Istotne postanowienia umowy