



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

Warszawa, dnia 27 stycznia 2022 r.

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: 1/DW/01/2022 z dnia 27 stycznia 2022 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

na opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii komunikacyjnej

„Godzina dla Ziemi WWF”

I. Przedmiot zamówienia:

- 1) Przygotowanie strategii komunikacji kampanii Godzina dla Ziemi, która powinna obejmować:
 - a) Big idea (strategia i główna idea kreatywna wraz z KV - key visual);
 - b) Insight, claim kampanii oraz key message;
 - c) propozycję PR stunt lub innego działania w ramach kampanii, które spowoduje duże zainteresowanie zarówno mediów jak i społeczeństwa.
- 2) Przygotowanie taktyki działań która powinna zawierać:
 - a) Plan i koncepcję kampanii wraz z kanałami dotarcia do TG (target group) z uwzględnieniem działań PR;
 - b) Koncepcja zaangażowania KOL - key opinion leaders (bez wynagrodzenia KOL);
 - c) Koncept podstrony kampanijnej w ramach wwf.pl;
 - d) Propozycję narzędzi/formatów i mediów (z kosztami produkcji).
- 3) Przygotowanie propozycji aktywacji grupy docelowej (element niezbędny ze względu na potrzebę zbierania leadów). Ma to być element, który angażuje odbiorców, jest dla nich łatwy i atrakcyjny, daje możliwość jakoś się włączyć a nie być tylko odbiorcą komunikatów. Aktywacja powinna być narzędziem do zbierania leadów, chyba że, wykonawca zaproponuje alternatywy sposób na zdobywanie leadów, wtedy aktywacja nie musi pełnić tej roli (uwaga: w tym roku nie planujemy petycji).

UWAGA 1: Kluczowe jest aby zaproponowany pomysł był oryginalny, wyrazisty, wybijający się, z potencjałem na BUZZ, WOM, etc.

UWAGA 2: KOL i działania contentowo-partnerskie nie są dodatkowo płatne i muszą zostać wliczone w cenę Wykonawcy składającego ofertę.

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (Brief) stanowi załącznik Nr 1 do Zapytania ofertowego.

1. Zamawiający dopuszcza możliwość udzielenia wybranemu Wykonawcy, w okresie 12 miesięcy od dnia udzielenia zamówienia podstawowego, zamówień uzupełniających o



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

charakterze tożsamym lub podobnym do Przedmiotu zamówienia zgodnie z następującymi zasadami:

- a. łączna wartość wszystkich zamówień uzupełniających – ustalana w oparciu o wartość wynagrodzenia Wykonawcy – nie może przekroczyć wartości 100% łącznej maksymalnej kwoty wynagrodzenia Wykonawcy określonej w umowie (dalej także jako Umowa pierwotna);
- b. w ramach umowy ws. zamówienia uzupełniającego, Strony zobowiążą się do jej realizacji na zasadach tożsamych do tych wskazanych w Umowie pierwotnej, w tym w szczególności:
 - i. w zakresie sposobu zlecenia określonych czynności oraz ich wykonania przez Wykonawcę, akceptacji i zatwierdzenia wykonania przez Zamawiającego, jak również poszczególnych terminów realizacji;
 - ii. stosowania tych samych stawek wynagrodzenia Wykonawcy i zasad ich płatności, jak te określone w Umowie pierwotnej, z możliwością waloryzacji wynagrodzenia w sytuacjach określonych w Umowie pierwotnej;
 - iii. zasad odpowiedzialności związanych z niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem umowy ws. zamówienia uzupełniającego, w tym w szczególności naliczania kar umownych;

2. udzielenie zamówienia uzupełniającego wymaga zachowania formy pisemnej lub formy elektronicznej pod rygorem nieważności.

II. Termin wykonania Przedmiotu zamówienia:

Kampania odbędzie się w marcu 2022 r. z kulminacją w dniu Godziny dla Ziemi WWF (26 marca 2022 r. o godz. 20.30).

III. 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

IV. Warunki udziału w zapytaniu:

1. 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 komunikacyjnej o wartości minimum 100 000 zł brutto każda samodzielnie lub jako podwykonawca lub w inny sposób uczestniczył w ich wykonywaniu w istotnym zakresie.

Na potwierdzenie spełnienia warunku udziału w postępowaniu Wykonawca, którego oferta została wstępnie najwyżej oceniona zgodnie z Kryteriami oceny ofert, 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.



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

2. Zamawiający wymaga również, aby Wykonawca przedstawił listę przynajmniej 2 osób dedykowanych do realizacji zamówienia, posiadających wiedzę i kwalifikacje niezbędne do należytej realizacji zamówienia.

3. Zamawiający daje możliwość spotkania/rozmowy z potencjalnym Wykonawcą, przed przystąpieniem do złożenia oferty tzw. debrief. O miejscu i formie spotkania potencjalni Wykonawcy zostaną poinformowani po mailowym zgłoszeniu chęci spotkania.

V. Dokumenty wymagane do złożenia oferty oraz w celu potwierdzenia spełnienia warunków:

1. Formularz ofertowy Wykonawcy (Załącznik nr 2);
2. Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych (Załącznik nr 3);
3. Klauzula RODO (Załącznik nr 4).

VI. Kryteria oceny ofert i wyboru Wykonawcy

Punktacja na podstawie n/w kryteriów jakościowych zostanie przyznana przez Komisję przetargową której członkowie przyznają indywidualnie punkty na podstawie założonych celów kampanii wskazanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia oraz w niniejszym Zapytaniu ofertowym

1. Zgodność z Opisem Przedmiotu Zamówienia (Brief) (15 pkt):

W ramach tego kryterium oceniane będzie podejście strategiczne i spójność zaproponowanej koncepcji z założeniami opisanymi w Załączniku nr 1 – Opis Przedmiotu Zamówienia, jak również zgodność z misją i wizją Zamawiającego..

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 1-8 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje strategię i kreację częściowo zgodną z Opisem Przedmiotu Zamówienia;
- b) 9-15 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje strategię i kreację zgodną z Opisem Przedmiotu Zamówienia.

Oferta Wykonawcy, który zaproponuje strategię i kreację niezgodną z Opisem Przedmiotu Zamówienia zostanie odrzucona.

2. Propozycje kreatywne (15 pkt)

W ramach tego kryterium oceniane będzie jakość propozycji kreatywnych, czyli czy są oryginalne, wyraziste, wyróżniające się na tle masowej komunikacji.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, którego propozycje kreatywne będą mało oryginalne, niewyraziste i bez potencjału wyróżniania się;
- b) 1-8 punktów otrzyma Wykonawca, którego propozycje kreatywne będą średnio oryginalne, średnio wyraziste i bez potencjału wyróżniania się;



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

c) 9-15 punktów otrzyma Wykonawca, którego propozycje kreatywne będą oryginalne, wyraziste i z dużym potencjałem wyróżniania się.

3. Big Idea (15 pkt)

W ramach tego kryterium oceniane będzie czy proponowana „big idea” ma potencjał i jest wystarczająco pojemna aby zbudować na niej spójną komunikację 360 trwającą 1 miesiąc.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 1-8 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje „big idea” o średniej pojemności i potencjale;
- b) 9-15 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje „big idea” o dużym potencjale i pojemności.

Oferta Wykonawcy, który nie zaproponuje „Big idea” zostanie odrzucona.

4. Propozycja aktywacji konsumenckiej – zaangażowanie (5 pkt)

W ramach tego kryterium oceniane będzie na ile propozycja aktywacji jest angażująca dla odbiorców.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację z niskim poziomem zaangażowania;
- b) 1-2 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację średnio angażującą;
- c) 3-5 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację bardzo angażującą uczestników.

5. Propozycja aktywacji konsumenckiej – łatwość przystąpienia (5 pkt)

W ramach tego kryterium oceniane będzie jak duży jest próg przystąpienia / trudność przystąpienia do aktywacji.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację z dużym progiem;
- b) 1-2 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację ze średnim progiem;
- c) 3-5 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację o progu minimalnym/bez progu przystąpienia.

6. Propozycja działań mających na celu zbieranie leadów (20 pkt)

W ramach tego kryterium oceniany będzie potencjał zbierania leadów.

Opis sposobu przyznawania punktów:

- a) 0 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację z małym potencjałem;
- b) 1-10 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację ze średnim potencjałem;
- c) 10-20 punktów otrzyma Wykonawca, który zaproponuje aktywację z dużym potencjałem.

7. Kryterium – cena brutto rozumiana jako cena łączna za realizację Przedmiotu zamówienia:

$$C_A = \frac{C_{min_A}}{C_{oA}} * 25 \text{ pkt}$$



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

gdzie:

- C_A – wartość punktowa ocenianego kryterium
 C_{minA} – najniższa cena badania ze złożonych ofert
 Co_A – cena ocenianej oferty na dane badanie

Sposób obliczania ceny

- Cenę należy obliczyć w taki sposób, by obejmowała wszelkie koszty, jakie poniesie Zamawiający w celu należytego wykonania przedmiotu zamówienia. Należy ją podać w polskich złotych.
- Wszystkie czynności związane z obliczeniem ceny i mające wpływ na jej wysokość, Wykonawca powinien wykonać z należytą starannością.
- Wykonawca określa cenę realizacji zamówienia poprzez wskazanie w formularzu kosztu całkowitego, jaki poniesie Zamawiający. Do oferty Wykonawca załączy szczegółowy kosztorys z wyszczególnieniem:
 - i. Koszty pracy agencji (fee);
 - ii. Koszty produkcji;
 - iii. Koszty mediowe (zakup mediów).

VII. Sposób i termin składania ofert

1. Ofertę należy przesłać w formie pisemnej, drogą elektroniczną na adres: kkrol@wwf.pl i mskulimowska@wwf.pl
2. Ofertę należy złożyć do dnia 2 lutego 2022 r. do godziny 12:00. 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.

VIII. Osoby uprawnione do porozumiewania się z Wykonawcami

Osobami wyznaczonymi do kontaktów z Wykonawcami w zakresie zapytania ofertowego są:

1. W zakresie merytorycznym: Klaudia Jasińska-Król, e-mail: kkrol@wwf.pl;
2. W zakresie formalnym: r.pr. Małgorzata Dobrzyńska-Dąbska, mail: m.dabska@dabska.legal

IX. Informacja na temat zakresu wykluczenia

Z udziału w postępowaniu wyklucza się Wykonawców którzy:

1. są podmiotami powiązаныmi z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe



WWF Polska

Tel: +48 22 660 44 33

ul. Usypiskowa 11
02-386 Warszawa
Polska / Poland

www.wwf.pl

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 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.

X. Uwagi końcowe

1. Zamawiający dopuszcza przeprowadzenie negocjacji z wybranymi dostawcami (zgodnie z otrzymaną punktacją), co do zakresu zamówienia oraz ceny.
2. Wszyscy Wykonawcy, którzy złożą oferty zostaną powiadomieni o wynikach postępowania, a wybrany Wykonawca dodatkowo zostanie poinformowany o terminie i miejscu podpisania umowy.
3. Niniejsze postępowanie nie podlega przepisom ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U.2021.1129).
4. Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania objętego niniejszym zapytaniem ofertowym bez podania przyczyny. W przypadku unieważnienia, Zamawiający nie ponosi kosztów związanych z przygotowaniem i złożeniem oferty. Wykonawcy nie przysługują również żadne roszczenia w stosunku do Zamawiającego w związku z unieważnionym postępowaniem.
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.
6. Każdy Wykonawca ma prawo zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści przedmiotowego zapytania ofertowego

Załącznikami do zapytania ofertowego są:

Oznaczenie załącznika	Nazwa Załącznika
Załącznik nr 1	Opis przedmiotu zamówienia
Załącznik nr 2	Wzór formularza Oferty
Załącznik nr 3	Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych
Załącznik nr 4	Klauzula Informacyjna RODO
Załącznik nr 5	Istotne postanowienia umowy
Załącznik Nr 6	O marce WWF i Klimacie