

L.dz. 101/2017

Toruń, dn. 3 marca 2017 roku

ZAPYTANIE OFERTOWE

Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w związku z realizacją projektu pn.: „Fostering startup & innovation ecosystems in Europe” dalej Innova Foster współfinansowanego ze źródeł Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach programu Interreg Europa zaprasza do składania ofert w trybie zapytania ofertowego na opracowanie, realizację oraz monitoring Planu Komunikacji w ramach niniejszego projektu.

I. Informacje ogólne o projekcie

Projekt ma na celu wsparcie Start-upów (młode firmy do 5 lat działalności) oraz zwiększenie ich udziału w kształtowaniu procesów innowacyjnych i wpływu na różne sektory gospodarki na poziomie lokalnym i regionalnym w siedmiu europejskich państwach.

Projekt realizowany jest w partnerstwie. Do projektu przystąpiło 7 partnerów, w tym.:

- P1. INCYDE Foundation (Hiszpania) - lider projektu;
- P2. Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. (Polska);
- P3. Oldham Metropolitan Borough Council (Wielka Brytania);
- P4. Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj (Słowenia);
- P5. Malta Enterprise (Malta);
- P6. Tartu Linnavalitsus (Estonia);
- P7. Comhairle Cathrach Chorcaí (Irlandia).

Projekt podzielony jest na dwa etapy.

Etap I: 01.01.2017r. – 31.12.2018r.

Obejmuje międzyregionalne wzajemne uczenie się, poprzez które nastąpi przeanalizowanie najlepszych i złych praktyk w zakresie wsparcia startupów w regionach partnerów projektu. Na podstawie wniosków z wzajemnego uczenia się na koniec Etapu I zostaną sporządzone plany działania w regionach partnerskich.

Etap II: 01.01.2019r. – 31.12.2020r.

Obejmuje wdrożenie i monitorowanie planów działania.

II. Przedmiot Zamówienia

Kody CPV:

79416000-3 – Usługi Public Relations,

79341400-0 – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych,

1) Opracowanie (w języku angielskim), realizacja oraz monitoring Planu Komunikacji w ramach projektu „Innova Foster” za pomocą odpowiednich narzędzi komunikacji, które przyczynią się zarówno do promocji projektu, jego rezultatów, jak i ich upowszechniania zgodnie z zakresem zawartym w pkt. C.5 Communication strategy (Strategia komunikacji) wniosku o dofinansowanie. Strategia komunikacji stanowi załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.

2) Wykonawca otrzyma status menedżera ds. komunikacji w projekcie. Osoba/Podmiot pełniący tę funkcję ma za zadanie zapewnić, aby wszyscy partnerzy wyrazili zgodę na strategię w danym kształcie, w tym podział zadań i terminy ich realizacji, odpowiada również za okresową weryfikację osiągania celów strategii. Menedżer musi posiadać wiedzę i doświadczenie w opracowywaniu międzynarodowej kampanii komunikacyjnej oraz na temat technik/narzędzi do docierania do poszczególnych grup odbiorców.

3) Menedżer ds. komunikacji będzie ściśle współpracował z Zamawiającym w celu zagwarantowania sprawnej realizacji zadań w ramach wykonywanego zamówienia oraz osiągnięcia rezultatów strategii komunikacji.

4) Menedżer ds. komunikacji będzie również pełnił funkcję wspierającą wszystkich partnerów projektu w zakresie realizacji zadań komunikacyjnych.

5) Do zadań menedżera należeć będzie również kontaktowanie się z tzw. wspólnym sekretariatem i innymi instytucjami zaangażowanymi w zarządzanie programem w kwestiach z obszaru komunikacji w projekcie.

6) Identyfikacja wizualna musi być zgodna z wytycznymi dotyczącymi promocji i informacji w projektach realizowanych w ramach programu Interreg Europe w szczególności Interreg Europe Programme Manual dostępnym na stronie <http://www.interregeurope.eu>

7) Wykonawca musi zapoznać się z dokumentami programowymi Interreg Europe, jak również Rozporządzeniem UE nr 1303/2013 w szczególności rozdz. II Informacja i komunikacja.

8) Wszystkie materiały/wzory przygotowane przez Wykonawcę muszą być wykonane w języku angielskim w sposób profesjonalny i poprawny językowo. W sytuacji stwierdzenia przez Zamawiającego nienależytego wykonania tłumaczeń, w szczególności po względem poprawności językowej itp. Zamawiający wymaga zapewnienia od Wykonawcy usług translatoryjnych przez osoby posiadające kwalifikacje w zakresie tłumaczeń, potwierdzone stosownymi dokumentami uprawniającymi do przedmiotowej czynności. Partnerzy projektu będą odpowiedzialni za przetłumaczenie materiałów na język partnera i dalej wykorzystanie materiałów we wskazywany sposób.

III. Zadania Wykonawcy:

I) Opracowanie Planu Komunikacji dla projektu Innova Foster.

Plan Komunikacji będzie stanowił rozszerzenie i uszczegółowienie strategii komunikacji projektu (załącznik nr 5). Plan komunikacyjny stworzony przez Wykonawcę powinien być użytecznym

narzędziem służącym partnerom projektu w osiągnięciu głównych celów projektu i informowania opinii publicznej we wszystkich regionach partnerskich o jego sukcesach i osiągnięciach.

Plan Komunikacji będzie zawierał:

1) *Ogólne cele komunikacyjne:*

- a) wzmocnienie komunikacji wewnątrz projektu,
- b) wzrost świadomości, wiedzy o projekcie wewnątrz organizacji partnerów projektu,
- c) wzrost wiedzy o projekcie wśród interesariuszy projektu,
- d) wzrost świadomości otoczenia poprzez upowszechnianie rezultatów projektu.

2) *Grupy docelowe:*

- a) Personel projektu – tj. osoby bezpośrednio zaangażowane w realizację projektu;
- b) Organizacje partnerów – instytucje wymienione w pkt. I oraz ich pracownicy nie zaangażowani w pracę nad projektem;
- c) Interesariusze - organizacje wspierające przedsiębiorstwa, organizacje reprezentujące sektor MŚP, kręgi biznesu itp. pochodzące z regionów partnerów projektu zaangażowane w realizację polityki skierowanej do start-upów, której dotyczy projekt;
- d) Pozostali - otoczenie, start-upy itd.

3) *Konkretne cele dla każdej grupy docelowej połączone z celami projektu.*

4) *Przekaz (idea, myśl przewodnia) - opracowanie i dostosowanie komunikatów skierowanych do grup docelowych.*

5) *Uszczegółowienia Planu komunikacji :*

- a) Komunikacja wewnątrz projektu,
- b) Komunikacja wewnątrz organizacji projektu,
- c) Komunikacja z interesariuszami,
- d) Komunikacja z otoczeniem,
- e) Plan komunikacji powinien uwzględniać podział projektu na 2 etapy: podczas Etapu I komunikacja powinna koncentrować się na informowaniu i angażowaniu wszystkich odpowiednich interesariuszy, którzy mogliby wspomóc projekt w skutecznym usprawnianiu wybranych instrumentów i programów polityki regionalnej;
- f) Podczas Etapu II komunikacja powinna skupiać się na informowaniu podmiotów o realizacji tzw. planów działania we wszystkich regionach partnerskich.

6) *Opracowanie koncepcji kreatywnej dla wszystkich narzędzi wykorzystywanych w ramach strategii, w tym:*

- a) Komunikatów na stronę internetową projektu,
- b) Wzoru informacji o projekcie na strony internetowe partnerów projektu,

- c) Komunikatów prasowych,
- d) Scenariusza prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych (FB, Twitter),
- e) Broszur informacyjnych /Publikacji,
- f) Newsflashes,
- g) Koncepcji, scenariusza wydarzeń realizowanych w ramach projektu.

7) *Harmonogram określający terminy wykonania określonych działań z zakresu komunikacji w formie diagramu Gantta/plik xls.*

8) *Monitoring działań komunikacyjnych - określenie wskaźników rezultatów (w tym liczba i rodzaj grup docelowych, do których udało się dotrzeć) oraz sposób ich pomiaru w okresie trwania projektu.*

Zamawiający zastrzega sobie prawo dwukrotnego zgłoszenia uwag do opracowanego Planu Komunikacji w okresie 5 dni roboczych od dnia przekazania Planu oraz od dnia przekazania wersji poprawionej. Wykonawca uwzględni zgłoszone przez Zamawiającego uwagi w terminie do 5 dni roboczych. Ilekroć jest mowa o dniach roboczych rozumie się przez to dni od poniedziałku do piątku, z wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.

III) Realizacja kampanii komunikacyjnej:

1) Zarządzanie treścią strony internetowej projektu.

W ramach projektu będzie prowadzona strona projektu, której administrowanie leży po stronie Zamawiającego (TARR S.A). Strona internetowa projektu Innova Foster jest hostowana na stronie programu Interreg Europe. Strona prowadzona jest w języku angielskim. **Zadania należące do Wykonawcy to:** tworzenie, redakcja wiadomości/komunikatów o wydarzeniach, działaniach realizowanych w ramach projektu mających na celu promocję projektu w okresie jego realizacji tj. od momentu podpisania umowy do końca 2020 r. Zamawiający dostarczy treści niezbędne do opracowania wiadomości/komunikatów. Wiadomości/komunikaty muszą być przedstawiane Zamawiającemu do akceptacji przed publikacją. Zakłada się, iż aktualizacja strony w okresie od dnia podpisania umowy do 31.12.2020 będzie następowała zgodnie z harmonogramem stanowiącym załącznik nr 4. Wskaźniki rezultatu: łącznie 44 komunikaty/informacje w całym okresie realizacji zamówienia oraz 1000 sesji (mierzone przez Google Analytics – analitykę Google) w okresie sprawozdawczym 6 m-cy.

2) Stworzenie wzoru informacji (1 szt.)

Stworzenie jednego wzoru informacji o projekcie na strony internetowe partnerów projektu w języku angielskim w terminie określonym w Harmonogramie stanowiącym załącznik nr 4.

3) Relacje prasowe/Press relations.

Współpraca z mediami (głównie prasa internetowa i drukowana). Zakłada się stworzenie 8 komunikatów prasowych w języku angielskim, w terminie określonym w Harmonogramie stanowiącym załącznik nr 4, liczba wystąpień w mediach łącznie 100. Zamawiający dostarczy treści niezbędne do opracowania komunikatów. Obecność projektu w mediach powinna wynikać ze skutecznie prowadzonej kampanii komunikacyjnej. Nie dopuszcza się artykułów sponsorowanych.

4) Prowadzenie kampanii w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter).

Kampania w mediach społecznościach powinna uwzględniać grupę docelową i jej oczekiwania oraz wykorzystywać dynamiczne, zajmujące i interesujące treści – przy użyciu techniki Storytellingu.

Propozycja działań ma prowadzić do zaangażowania użytkowników stanowiących grupę docelową kampanii. Zadanie polega na założeniu i prowadzeniu konta w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter) w języku angielskim zasadnych dla osiągnięcia celów Planu Komunikacji. Przygotowanie, redakcja i bieżące wprowadzanie treści w porozumieniu z Zamawiającym, zgodnie z Planem Komunikacji oraz harmonogramem działań (w okresie od dnia podpisania umowy do końca 2018r. nie rzadziej niż dwa razy na miesiąc). Zamawiający dostarczy treści niezbędne do opracowania wiadomości/komunikatów. Wiadomości/komunikaty muszą być przedstawiane Zamawiającemu do akceptacji przed publikacją. Kampania na celu angażowanie użytkowników i zwiększenie ich aktywności. Synchronizacja działań w mediach społecznościowych – umieszczanie postów równoległe na Facebooku i Twitterze. Do Wykonawcy należeć będzie również zarządzanie i realizacja płatności wobec firmy Facebook.

5) Opracowanie identyfikacji wizualnej projektu.

Zadanie obejmuje zaprojektowanie na bazie dostarczonych materiałów przez Zamawiającego następujących elementów: papieru projektowego, maili wewnątrz projektowych, broszury informacyjnej, notatki prasowej, infografik wykorzystywanych m.in. w kampanii w mediach społecznościowych, informacji o projekcie, które to będą wykorzystywane przez partnerów.

6) Zaprojektowanie broszur informacyjnych.

Zadanie obejmuje zaprojektowanie 2 Broszur informacyjnych. Jedną na rozpoczęcie projektu tj. w I kw. 2017 roku i drugą na zakończenie I Etapu projektu w IV kw. 2018 r. Treść broszury dostarczy Zamawiający.

7) *Stworzenie Newsflashes* – 8 szt., 800 udostępnień. Newsflashes powinny zawierać informacje o postępach w projekcie i będą publikowane przez partnerów w wybranych przez nich stronach internetowych.

8) Przeprowadzenie webinarów.

W ramach zadania zaplanowano przeprowadzenie webinarów w języku angielskim w II kw. 2017 r. dla partnerów projektu z zakresu organizacji eventów, media relations, prowadzeniu kampanii komunikacyjnej w mediach społecznościowych oraz organizacji i prowadzenia workshops (co najmniej 2 webinarium trwające nie dłużej niż 2 godz.)

9) Spotkania z Zamawiającym.

W ramach realizacji zamówienia założono spotkania z Zamawiającym w celu omawiania bieżącej realizacji zadań w ramach wykonywanego zamówienia w siedzibie Zamawiającego lub za pomocą narzędzi internetowych umożliwiających przeprowadzenie video konferencji:

- co najmniej raz na dwa tygodnie w I półroczu 2017r.

- co najmniej raz na kwartał od II półrocza 2017r. do końca realizacji projektu.

Wykonawca zobowiązany jest do udzielania odpowiedzi na zapytania Zamawiającego oraz partnerów projektu Innova Foster dotyczących realizacji Planu Komunikacji w terminie do 3 dni roboczych (w formie e- mail, kontakt telefoniczny).

IV. Monitoring

1) Do zadań Wykonawcy należeć będzie bieżący monitoring skuteczności realizacji Planu Komunikacji (co pół roku przez okres trwania projektu), w tym stworzenie ankiet dla interesariuszy zaangażowanych w projekt oraz otoczenia startupowego w regionach (raz w roku przez okres

trwania projektu) oraz raport skuteczności kampanii w mediach społecznościowych. Raz na pół roku dokonywana będzie aktualizacja Planu Komunikacji.

2) Wykonawca zobowiązany będzie do raportowania działań komunikacyjnych co najmniej raz na pół roku.

V. Terminy

1) Przygotowanie Planu Komunikacji – II kw. 2017 r.

2) Przeprowadzenie webinarów – II kw. 2017 r.

3) Przygotowanie identyfikacji wizualnej dla projektu – II kw. 2017 r.

4) Realizacja Planu Komunikacji oraz wsparcie partnerów projektu w realizacji Planu Komunikacji: od dnia podpisania umowy do 31.12.2020 r.

VI. Warunki udziału w postępowaniu

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

1) Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie, tj.:

Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 36 m-cy przed upływem terminu składania ofert, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał co najmniej dwie usługi polegające na zaprojektowaniu, przygotowaniu i przeprowadzeniu kampanii komunikacyjnej lub informacyjno-promocyjnej, w tym przynajmniej jedna z nich o zasięgu międzynarodowym.

Zakres każdej z wykonanych usług musi obejmować co najmniej 3 poniższe działania:

- a) opracowanie i realizację planu kampanii,
- b) zaprojektowanie i wykonanie identyfikacji wizualnej kampanii w tym: banery, ulotki, plakaty, hasła reklamowe,
- c) obsługę PR,
- d) przygotowanie kampanii w mediach społecznościowych,
- e) organizację eventów promocyjnych.

Przy czym jedna usługa to jeden kontrakt/umowa.

2) Wykonawca wykaże, że dysponuje co najmniej 2 osobami, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia z których każda spełnia poniższe warunki:

- a) posiada co najmniej średnie wykształcenie,
- b) posiada znajomość angielskiego w mowie i piśmie co najmniej na poziomie B2 (Common European Framework of Reference) lub na porównywalnym poziomie w innej klasyfikacji znajomości języka,
- c) posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w zakresie świadczenia usług public relations, reklamy, promocji oraz realizacji kampanii promocyjno-informacyjnych i realizacji kampanii w zakresie komunikacji interaktywnej.

3) Wykonawca nie znajduje się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty.

Oferta

1. Musi zostać złożona w określonym terminie.

2. Musi zostać złożona na formularzu stanowiącym zał. nr. 1 wraz z następującymi załącznikami:

- a) wykaz posiadanego doświadczenia (zał. nr 2), wraz z dowodami potwierdzającymi należyte wykonanie usług.
- b) wykaz personelu zaangażowanego w realizację zamówienia (zał. nr 3) wraz z dowodami potwierdzającymi ich doświadczenie (CV) oraz znajomość j. angielskiego (Certyfikat lub dokument równoważny).

3. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.

4. Cena musi być wyrażona w PLN, w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku.

Kryteria oceny

Zamawiający oceni i porówna jedynie oferty, które zostaną złożone przez Wykonawców:

- a) spełniających warunki udziału niniejszego postępowania oraz
- b) spełniające wymagania określone przez Zamawiającego w niniejszym zapytaniu i nie będące ofertami nieważnymi na podstawie przepisów prawa.

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać spełnianie kryteriów:

Kryterium	Znaczenie procentowe kryterium	Maksymalna ilość punktów, jakie może otrzymać oferta
Cena	100%	100

W przypadku kryterium „Cena”, oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru: C

$$C = \frac{C_n}{C_o} \times 100 \text{ pkt}$$

C_n – najniższa całkowita cena brutto oferty spośród ofert niepodlegających odrzuceniu

C_o – całkowita cena brutto ocenianej oferty

Wykonawca, który uzyska najwyższą liczbę punktów i jego oferta będzie spełniała wszystkie kryteria zamówienia, określone w Zapytaniu ofertowym zostanie wybrany do realizacji zamówienia.

Termin, miejsce i forma składania ofert

1) Termin złożenia oferty upływa z dniem 10.03.2017 r.

2) Oferty należy składać w formie pisemnej osobiście lub drogą pocztową na adres: Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. ul. Włocławska 167, 87-100 Toruń. Data wpływu dokumentu do siedziby TARR S.A. liczona jest jako data złożenia oferty.

2) Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.

3) Formularz oferty, wykaz usług, wykaz osób oraz pełnomocnictwa należy złożyć w formie oryginałów. Pozostałe dokumenty należy złożyć w formie oryginału lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę. Poświadczenie musi być opatrzone adnotacją "za zgodność z oryginałem" oraz czytelnym podpisem lub podpisem nieczytelnym opatrzonym imienną pieczęcią.

4) Osobą upoważnioną do kontaktu z Wykonawcami jest Sylwia Zygmunt (tel.: 691 719 628, e-mail: sylwia.zygmunt@tarr.org.pl)

5) Miejsce ogłoszenia zapytania ofertowego: www.bip.tarr.org.pl

Zamówienia uzupełniające

Zamawiający przewiduje możliwość udzielenia Wykonawcy wyłonionemu w trybie zapytania ofertowego i zamówień publicznych uzupełniających, w wysokości nieprzekraczającej 50% wartości zamówienia publicznego określonej w umowie zawartej z wykonawcą, o ile te zamówienia publiczne są zgodne z przedmiotem zamówienia publicznego podstawowego.

Pozostałe informacje

1. Termin związania ofertą wynosi 14 dni roboczych od daty wskazanej jako termin złożenia oferty.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania o udzielenie zamówienia i odstąpienia od podpisania umowy bez podania przyczyny,
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
4. Warunki i termin płatności za usługę: przelew 14 dni od momentu otrzymania faktury VAT.
5. Wykonawca nie może powierzyć wykonania przedmiotu oferty w całości lub części osobie trzeciej bez zgody Zamawiającego.
6. Zamawiający dopuszcza możliwość składania uzupełnień do oferty, po wcześniejszym wezwaniu przez Zamawiającego. W przypadku wątpliwości w zakresie interpretacji zapisów oferty Zamawiający dopuszcza możliwość zwrócenia się do Oferentów z prośbą o dodatkowe wyjaśnienia.
7. W przypadku podejrzenia, że cena oferty jest rażąco niska i nie gwarantuje należytego wykonania zamówienia, Zamawiający wezwie Wykonawcę do przedłożenia szczegółowej kalkulacji ceny wraz z dowodami. W przypadku gdy Wykonawca nie złoży wyjaśnień lub nie udowodni, że cena nie jest rażąco niska oferta będzie podlegała odrzuceniu.
8. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych. Oferty częściowe lub wariantowe nie będą brane pod uwagę.
9. Wizualizację programową dostarcza Zamawiający. W szczególności Zamawiający dostarczy:
 - logo projektu Innova Foster,
 - plakat projektu Innova Foster w formacie A3,
 - przewodnik identyfikacji graficznej programu.

10. Wykonawca prześle Zamawiającemu wszystkie projekty graficzne wykonane w ramach niniejszego zamówienia na nośnikach danych umożliwiającym edycję oraz przygotowanym do druku/produkcji/wdrożenia.

11. Elementy identyfikacji wizualnej muszą być modyfikowalne w celu dostosowania ich do takich materiałów jak: tablice informacyjne, zaproszenia, informacje prasowe oraz inne materiały graficzne potrzebne do promocji projektu.

12. Zamawiający przewiduje następujące warunki zmiany umowy:

1) nastąpi zmiana przepisów powszechnie obowiązujących mających wpływ na sposób wykonania umowy,

2) nastąpi zmiana stawki VAT – zmianie może podlegać wyłącznie wartości podatku VAT,

3) zajdą okoliczności, o których mowa w pkt. 17 rozdziału 6.5.2. Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach EFRR oraz EF na lata 2014-2020.

Załączniki

Formularz ofertowy (zał. nr 1),

Wykaz wykonanych usług (zał. nr 2),

Wykaz osób (zał. nr 3),

Harmonogram (zał. nr 4),

Strategia komunikacji (zał. nr 5).