

Warszawa, dnia 14 lutego 2020 r.

Dotyczy postępowania p/17/DKM/2020

ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY
na pośrednictwo w zakupie powierzchni w prasie i na portalach internetowych w celu zamieszczania publikacji informacyjnych i edukacyjnych wraz z ich opracowaniem

I. ZAMAWIAJĄCY

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa
REGON 017181095
NIP 526-25-01-444
www.parp.gov.pl

Osoba do kontaktów w sprawie zapytania:
Michał Kołodziej Biuro Zamówień Publicznych
e-mail: bzu@parp.gov.pl
tel. 22 432 83 01

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na pośredniczeniu w zakupie:
 - 1.1. powierzchni w prasie ogólnopolskiej, regionalnej i lokalnej oraz w prasie branżowej i specjalistycznej, w celu zamieszczania publikacji informacyjnych i edukacyjnych, które zostaną opracowane przez wydawcę tytułu prasowego we współpracy z przedstawicielem PARP;
 - 1.2. powierzchni na portalach internetowych o tematyce gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu zamieszczania publikacji informacyjnych i edukacyjnych, które zostaną opracowane przez wydawcę portalu internetowego we współpracy z przedstawicielem PARP.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia oraz warunki realizacji zamówienia zawierają załączniki nr 1 i 3 do Zaproszenia.
3. Przedmiot zamówienia określony został we Wspólnym Słowniku Zamówień kodem CPV:
79341000 - 6 – usługi reklamowe
79341200 - 8 – usługi zarządzania reklamą
79342200 - 5 – usługi w zakresie promocji
4. Postępowanie prowadzone jest z wyłączeniem przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. – Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.), na podstawie art. 4 pkt 8.
5. **Zamawiający zawrze umowę na kwotę maksymalnego zobowiązania, tj. 61 500,00 zł brutto.**

III. TERMIN REALIZACJI

1. Przedmiot umowy będzie wykonywany przez okres **2 miesięcy** od dnia zawarcia umowy.

2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość przedłużenia umowy o 1 miesiąc w przypadku niewykorzystania do tego czasu kwoty przeznaczonej na sfinansowanie zamówienia. W takim przypadku Wykonawca zobowiązany będzie świadczyć usługi zgodnie z marżą wskazaną w Ofercie.

IV. WARUNKI UDZIAŁU

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który spełni następujące wymagania w zakresie „wiedzy i doświadczenia” umożliwiające wykonanie zamówienia. Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, zrealizował należycie co najmniej 2 usługi, których przedmiotem (każdej z nich) było zaplanowanie i zakup mediów dla ogólnokrajowej kampanii, co najmniej na nośnikach ATL tj. w prasie lub Internecie, a łączna wartość obu usług wyniosła co najmniej 70 000 zł brutto (a w przypadku, gdy wartość umowy została określona w walucie innej niż PLN, przeliczenie nastąpi wg średniego kursu złotego ogłoszonego przez Prezesa NBP i obowiązującego w dniu podpisania umowy na realizację usługi);
2. Ocena spełnienia warunku w zakresie „wiedzy i doświadczenia” zostanie dokonana na podstawie opisu doświadczenia Wykonawcy, którego wzór stanowi załącznik nr 4 do Zaproszenia.
3. Ocenia spełnienia warunku zostanie dokonana na zasadzie „spełnia/nie spełnia”.

V. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Przy wyborze najkorzystniejszej Oferty, Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać Oferty w poszczególnych kryteriach:

Lp.	Kryterium	Znaczenie (pkt)
1	Cena	60
2	Koncepcja doboru mediów do zrealizowania cyklu edukacyjnego na temat poddziałania „Sukcesja w firmach rodzinnych - oferta dla przedsiębiorców (POWER)”	40
Razem		100

2. Dla potrzeb niniejszego postępowania Wykonawca w Formularzu ofertowym poda cenę brutto, obliczoną zgodnie z poniższym wzorem:

$$C = [(56\ 733,75 \text{ zł brutto} \times \text{marża Wykonawcy}) + 56\ 733,75 \text{ zł brutto}]$$

gdzie:

C - cena brutto oferty

56 733,75 brutto - maksymalna wartość nominalna zobowiązania Zamawiającego, która wynosi 61 500 zł brutto pomniejszona o maksymalną wysokość marży, oszacowaną przez Zamawiającego, wynoszącą 7,75 %.

W przypadku, w którym cena brutto oferty, obliczona wg podanego wzoru, przekroczy maksymalną wartość zobowiązania Zamawiającego, oferta będzie podlegała odrzuceniu.

Podana cena służyć będzie jedynie porównaniu Ofert (*obliczona cena Oferty nie będzie wartością umowy - Zamawiający zawrze umowę na maksymalną wartość nominalną zobowiązania tj. 61 500 zł brutto*).

W kryterium „Cena” najwyższą liczbę punktów (60 pkt) otrzyma Oferta zawierająca najniższą cenę brutto obliczoną zgodnie z wymaganiami Zamawiającego, o których wyżej, a każda następna odpowiednio zgodnie ze wzorem:

$$\text{Liczba punktów Oferty w kryterium „Cena”} = \frac{\text{cena Oferty najniższej skalkulowanej}}{\text{cena Oferty ocenianej}} \times 60$$

Wskazana przez Wykonawcę marża (%) będzie stała i będzie obowiązywała przez cały okres obowiązywania umowy.

3. W kryterium „*Koncepcja doboru mediów do zrealizowania cyklu edukacyjnego na temat poddziałania „Sukcesja w firmach rodzinnych - oferta dla przedsiębiorców (POWER)”*” oceniona zostanie propozycja koncepcji doboru mediów (3 tytułów prasowych oraz 4 portali internetowych) do wskazanego poddziałania. Informacje na temat poddziałania *Sukcesja w firmach rodzinnych - oferta dla przedsiębiorców* znajduje się pod adresem: <https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/sukcesja-w-firmach-rodzinnych>).

Maksymalną liczbę punktów (40 pkt.) otrzyma Oferta, w której przedstawiona koncepcja wraz z uzasadnieniem będzie spójna wewnętrznie oraz spójna z poddziałaniem i w największym stopniu pozwoli na osiągnięcie zamierzonego celu, jakim jest dotarcie do jak najszerszej grupy docelowej.

Koncepcja powinna zawierać uzasadnienie doboru mediów pod względem ich dopasowania do tematyki poddziałania. Zamawiający będzie oceniał koncepcję według następujących podkryteriów:

- a) adekwatność wskazanych mediów (tytuły prasowe, portale internetowe, dla grupy docelowej poddziałania „Sukcesja w firmach rodzinnych - oferta dla przedsiębiorców”. Przez *adekwatność wskazanych mediów Zamawiający rozumie media dostosowane (docierające) do potencjalnych odbiorców (grupy docelowej)*; wskazywać formę publikacji (np. wywiady, reportaże, artykuły itp.). Każda z osób oceniających dokona oceny wskazanych mediów – ocenie podlegać będzie dobór tytułów prasowych i portali internetowych istotnych z punktu widzenia realizacji zamówienia oraz formy publikacji (np. wywiady, reportaże, artykuły itp.), przy uwzględnieniu liczby tytułów prasowych oraz portali internetowych, oczekiwanej przez Zamawiającego. Wykonawca może otrzymać 2 pkt. za trafnie dobrany tytuł prasowy/portał internetowy oraz formę publikacji (np. wywiady, reportaże, artykuły itp.). W pozostałych przypadkach Wykonawca otrzyma 0 pkt.
- b) szczegółowość i uzasadnienie doboru każdego z mediów i formy publikacji.

Każda z osób oceniających dokona oceny szczegółowości i uzasadnienia propozycji mediów i form publikacji (np. wywiady, reportaże, artykuły itp.) wskazanej w ofercie.

Wykonawca może otrzymać za szczegółowe uzasadnienie każdego tytułu prasowego/portalu internetowego oraz formy publikacji (np. wywiady, reportaże, artykuły itp.) maksymalnie 3 pkt.

- c) poprawność językowa i czytelność (przejrzystość) prezentowanych informacji. Każda z osób oceniających dokona oceny poprawności językowej i czytelności (przejrzystości) prezentowanych informacji. Wykonawca może w tym podkryterium otrzymać maksymalnie 4 punkty na zasadzie „spełnia/nie spełnia”:
- oferta poprawna językowo i czytelna (przejrzysta) – 4 pkt,
 - oferta nie poprawna językowo i czytelna (przejrzysta) – 0 pkt.

W sytuacji, gdy zostanie złożona jedna oferta, Zamawiający zastosuje ocenę zerojedynkową. Koncepcja zawiera wskazane w lit. a) elementy – 14 pkt., nie zawiera – 0 pkt. Koncepcja zawiera wskazane w lit. b) elementy – 19 pkt., nie zawiera – 0 pkt. Koncepcja napisana poprawnie językowo i czytelna (przejrzysta) – 4 pkt.

Koncepcja nie napisana poprawnie językowo i czytelnie (przejrzystość) – 0 pkt.

4. W każdym z kryteriów ocena będzie dokonana z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
5. Punkty otrzymane przez daną ofertę podczas oceny indywidualnej zostaną do siebie dodane, a następnie podzielone przez liczbę oceniających. Wynik będzie liczbą punktów, jaką otrzymała dana oferta w danym kryterium.
6. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą liczbę punktów.

VI. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY/ MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w terminie do dnia **20.02.2020 r.**, do godz. **14:00** drogą elektroniczną na adres: bzu@parp.gov.pl – skan podpisanej przez Wykonawcę oferty. W tytule maila proszę wpisać nazwę lub nr postępowania a w przypadku wysyłania oferty w kilku mailach (patrz ust. 3), do wskazania także kolejnego numeru wiadomości pocztowej.
2. Zaleca się przygotowanie oferty zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik nr 2 do Zaproszenia (w przeciwnym przypadku, oferta musi zawierać wszystkie informacje wymagane przez Zamawiającego). Zamawiający nie określa wzoru formularza dla przedstawienia opisu „Koncepcji doboru mediów do zrealizowania cyklu edukacyjnego na temat poddziałania Sukcesja w firmach rodzinnych - oferta dla przedsiębiorców (POWER”).
3. Formularz oferty wraz z wymaganymi załącznikami powinien być przesłany w postaci elektronicznej w formie pliku nieedytowalnego np. .pdf. Zamawiający informuje, że dysponuje limitem pojemności skrzynki pocztowej dla jednej wiadomości wynoszącym 15 MB. Zamawiający zaleca, by Wykonawca (w przypadku oferty większej niż 10 MB), przesyłał ją w częściach (oddzielnych e-mailach), wskazując w tytule e-maila, iż stanowi on część większej całości, a po przesłaniu całej oferty, przed upływem terminu składania ofert, upewnił się, że jego oferta została skutecznie dostarczona do Zamawiającego.
3. Elementy oferty, które Wykonawca zamierza zastrzec jako tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2019 r., poz. 1010 ze zm.) powinny zostać umieszczone w

odrębnym pliku zatytułowanym „tajemnica przedsiębiorstwa”, dołączonym do oferty. W treści oferty powinna zostać umieszczona informacja, że dany dokument jest zastrzeżony.

4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do skontaktowania się z Wykonawcą w celu uzupełnienia (z wyjątkiem elementów ocenianych w kryteriach) lub wyjaśnienia treści oferty. Niezłożenie wyjaśnień lub uzupełnień, bądź ich złożenie po terminie, może spowodować odrzuceniem oferty (uznanie oferty za niespełniającą wymagań).
5. Cena oraz inne warunki wykonania zamówienia nie podlegają negocjacom w trakcie oceny. Ocena zostanie dokonana z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, zgodnie z zasadami arytmetyki.
6. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie przez tego samego Wykonawcę więcej niż jednej oferty lub po terminie, spowoduje jej odrzucenie (oferta nie będzie podlegała ocenie).

VII. ZASTRZEŻENIE O MOŻLIWOŚCI ODWOŁANIA LUB ZMIANY ZAPROSZENIA DO SKŁADANIA OFERT

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odwołania lub zmiany Zaprośzenia bez podania przyczyny. Jednocześnie informuje, iż zgodnie z obowiązującym prawem niniejsze Zaprośzenie nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość nieudzielenia zamówienia również w sytuacji, w której cena oferty najkorzystniejszej będzie przekraczała kwotę, którą Zamawiający przeznaczył na sfinansowanie zamówienia, a Zamawiający nie będzie mógł jej zwiększyć do kwoty oferty najkorzystniejszej

VIII . ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1 – opis przedmiotu zamówienia

Załącznik nr 2 – wzór formularza oferty

Załącznik nr 3 – wzór umowy

Załącznik nr 4 – opis doświadczenia Wykonawcy