



## Szacowanie wartości zamówienia

W związku z planowanym ogłoszeniem zamówienia Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) zwraca się z prośbą o dokonanie szacunkowej wyceny poniższych elementów zamówienia, które składać się będzie z dwóch części<sup>1</sup>.

**Przedmiotem I części zamówienia będzie:**

### **I. Świadczenie usług bieżącego wsparcia PR dla zespołu komunikacji i mediów Zamawiającego**

Do zadań Wykonawcy należeć będzie bieżące wsparcie kilkuosobowego departamentu komunikacji i marketingu, w szczególności sekcji ds. mediów, będących w strukturach Zamawiającego, m.in. w zakresie:

- a) pisanie tekstów w liczbie ok. 10-14 sztuk miesięcznie (np. informacji prasowych, tekstów na stronę internetową Zamawiającego, komunikatów, ogłoszeń, zaproszeń dla mediów na wydarzenia, materiałów edukacyjnych/upowszechniających itp.), przy czym niewykorzystana liczba z danego miesiąca przechodzi na kolejny miesiąc. Teksty przygotowywane będą na podstawie materiałów oraz wytycznych przekazanych przez Zamawiającego lub wyszukanych/zaproponowanych przez Wykonawcę i zaopiniowanych przez Zamawiającego. Intensywność zapotrzebowania na poszczególne teksty jest różnorodna w różnych miesiącach i dostosowana do aktualnie prowadzonych działań, w tym od terminów ogłaszanych i prowadzonych naborów/konkursów/wydarzeń organizowanych i realizowanych przez PARP. Ok. 50 proc. tekstów Zamawiającego to krótkie treści o charakterze informacyjnym (np. ogłoszenie i strata naborów/konkursów/wydarzeń organizowanych, przedłużenie czasu trwania konkursu, ogłoszenie wyników naboru itp.), pozostała część treści to merytoryczny przekaz budujący wizerunek Zamawiającego (np. wnioski z raportów i analiz własnych, informacje na temat programów, podsumowania działań/konkursów, prezentacja dobrych przykładów na podstawie przekazanych opisów projektów itp.);
- b) wysyłki informacji prasowych i komunikatów (napisanych przez Wykonawcę i/lub Zamawiającego) do mediów (baza mediów – która jest własnością Wykonawcy – będzie dostosowana do poszczególnej treści informacji prasowej. Wykonawca będzie zobowiązany posiadać bazę mediów w podziale m.in. na media regionalne i ogólnopolskie, branżowe, informacyjne). Zamawiający ma prawo wglądu do baz wykorzystywanych przez Wykonawcę do prowadzonych wysyłek;
- c) bieżącego wsparcia doradczego oraz merytorycznego w zakresie działań PR – 8 roboczogodzin miesięcznie (np. wsparcie redakcyjne jak przygotowanie propozycji pytań i

---

<sup>1</sup> Wykonawca może złożyć ofertę łącznie na I i II część zamówienia lub wyłącznie na I, albo II część.

odpowiedzi, które mogą paść podczas wywiadu/nagrania, pośrednictwo w kontaktach z dziennikarzami i beneficjentami itp.), niewykorzystane godziny przechodzą na miesiąc kolejny;

- d) obsługi PR np. wydarzeń/konferencji prasowych – w ilości ok. 10 w ramach 24 miesięcznej umowy, tj. mailowe zaproszenie mediów oraz telefoniczne/mailowe potwierdzenie obecności, każdorazowo wykonanie tzw. follow up'u po wydarzeniu, czyli wysyłka informacji prasowych i monitorowanie gdzie się ukazały relacje oraz sprawdzenie telefonicznie/mailowo czy informacja dotarła do danej redakcji a dziennikarz się z nią zapoznał. Obecność Wykonawcy na wydarzeniach jest nieobligatoryjna przy czym Wykonawca musi zapewnić obecność mediów podczas wydarzenia. Wykonawca na minimum 24 godziny przed wydarzeniem dostarczy Zamawiającemu listę potwierdzonych mediów wraz z podaniem kontaktu do potwierdzonych dziennikarzy (w tym adres e-mail oraz nr telefonu). Wydarzenia mogą być organizowane przez Zamawiającego lub PARP będzie ich współorganizatorem lub partnerem. Wykonawca zapewni również pomoc w uzyskaniu patronatów medialnych;
- e) zarządzania kryzysowego – sytuacja kryzysowa to pojawienie się w mediach informacji negatywnie oddziaływującej na wizerunek Zamawiającego – wsparcie ok. 60 h w ramach 24-miesięcznej umowy. Wykonawca zobowiązuje się w ramach zarządzania kryzysowego do efektywnego zarządzania sytuacją kryzysową/kryzysem w mediach. Wykonawca otrzyma dostęp do serwisu monitorującego media, który Zamawiający ma zapewniony w ramach oddzielnej umowy, aby mógł na bieżąco śledzić doniesienia o Zamawiającym, w tym potencjalne sytuacje kryzysowe. W przypadku sytuacji kryzysowej/kryzysu w mediach Wykonawca zobowiązany jest do natychmiastowego powiadomienia Zamawiającego oraz zaproponowania działań zaradczych (telefonicznie/osobiście/mailowo).
- f) dodatkowa współpraca, w ramach której Zamawiający planuje przeznaczyć kwotę do 20 000 zł brutto na przygotowanie dodatkowych materiałów tekstowych (np. artykułów, tekstów eksperckich, materiałów edukacyjnych i upowszechniających itp.). Wykonawca zapewni autora/dziennikarza lub własnego pracownika, posiadającego odpowiednie kwalifikacje i doświadczenie w tym zakresie, który przygotuje materiał tekstowy biorąc pod uwagę zakres tematyczny zleconego tekstu. Osoba wskazana do realizacji powyższego zadania i koszt danej publikacji musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.

Zamawiający planuje współpracę Wykonawcy/Wykonawców z Zamawiającym przez okres 24 miesięcy z możliwością jej przedłużenia na drodze aneksu.

Zamawiający zwraca się z prośbą o oszacowanie ryczału dla zadań wymienionych pkt. a – c oraz odrębną wycenę zadań wymienionych w pkt. d), e), a w przypadku punktu f) cenę za jednostkowy artykuł przy założeniu całkowitego budżetu nie przekraczającego wskazanej w pkt f kwoty według formularza stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszego dokumentu.

**Przedmiotem II części zamówienia będzie:**

**II. Pośrednictwo w zakupie:**

- a) powierzchni w prasie i serwisach internetowych w celu zamieszczania publikacji np. informacyjnych/edukacyjnych/upowszechniających/promocyjnych/reklamowych (w formie np. tekstu, baneru, wideo, reklamy, podcastu itp.) wraz z ich opracowaniem,

**b) czasu antenowego w celu emisji audycji/ materiałów radiowych i telewizyjnych o charakterze np. informacyjnym/edukacyjnym/upowszechniającym/promocyjnym/reklamowym wraz z ich przygotowaniem**

**oraz bieżąca współpraca, a także rekomendacja i/lub negocjowanie warunków współpracy z osobami opiniotwórczymi (np. influencerami) w celu realizacji działań np. informacyjnych/edukacyjnych/upowszechniających/promocyjnych/reklamowych za pośrednictwem aktywności realizowanej m.in. w social mediach, na blogach itp.**

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

- a) przygotowanie i prowadzenie dwóch rocznych mediaplanów (z rekomendacją mediów zoptymalizowanych pod względem dopasowania do grup docelowych, zasięgu i efektywności kosztowej) oraz maksymalnie 4 aktualizacje medioplanu dostosowanego do potrzeb planu komunikacji Zamawiającego;
- b) bieżące doradztwo w zakresie doboru mediów dla działań realizowanych lub współorganizowanych przez PARP;
- c) negocjowanie i zakup: powierzchni w prasie, powierzchni w serwisach internetowych, czasu antenowego w stacjach telewizyjnych i radiowych, w programach/pasmach programowych o tematyce np. gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu zamieszczania np. publikacji lub emisji informacyjnych/edukacyjnych/upowszechniających/promocyjnych/reklamowych. Zamawiający zastrzega sobie możliwość realizacji zleceń w mediach zagranicznych, ale będą one stanowić sytuacje marginalne. Zamawiający może wskazać Wykonawcy konkretną kwotę i tytuł prasowy lub/i portal internetowy, lub autora tekstu/wypowiedzi lub audycji, stację radiową lub telewizyjną, w których chce zamieścić publikację lub audycję/materiał bez konieczności podejmowania negocjacji. Zamawiający będzie dostarczał wkład merytoryczny lub gotową treść, o ile tak zostanie ustalone na etapie negocjacji z danym medium, a Wykonawca będzie odpowiedzialny za realizację zlecenia ich przygotowania i publikacji. Wykonawca będzie zobowiązany podpisać umowę/zlecenie z wydawcami poszczególnych tytułów prasowych/portali internetowych/ze stacjami telewizyjnymi lub radiowymi, na podstawie, której PARP będzie miał zapewnioną publikację /emisję (pojedynczą lub cykliczną) w określonych mediach i w określonym czasie z przekazaniem praw majątkowych do swobodnego dysponowania powstałymi treściami;

Wartość umowy/zamówienia wraz z marżą wykonawcy będzie wynosić między 2 550 000 zł – 2 800 000 zł brutto.

Zamawiający planuje współpracę Wykonawcy/Wykonawców z Zamawiającym przez okres 24 miesięcy z możliwością jej przedłużenia na drodze aneksu.

Zamawiający zwraca się z prośbą o oszacowanie **marży** dla zadań wymienionych w pkt. a – c.

Szacowanie wartości zamówienia prosimy przysyłać najpóźniej do 5 grudnia 2022 r. do godziny 10:00 na adres [agnieszka\\_jozefowicz@parp.gov.pl](mailto:agnieszka_jozefowicz@parp.gov.pl) wpisując w temacie wiadomości: „Szacowanie wartości zamówienia na usługi public relations/zakup powierzchni w prasie, internecie oraz czasu antenowego”.

Przedstawione zapytanie nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.

Karolina Dorywalska  
Dyrektor Departamentu Komunikacji i Marketingu  
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości