



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



 **PARP**
Grupa PFR

Szacowanie wartości zamówienia

W związku z planowanym ogłoszeniem zamówienia Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) zwraca się z prośbą o dokonanie szacunkowej wyceny poniższego zamówienia.

1. Wstęp

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (dalej „PARP”) jest zaangażowana w realizację krajowych i międzynarodowych przedsięwzięć, finansowanych ze środków funduszy strukturalnych, budżetu państwa oraz programów wieloletnich Komisji Europejskiej. W ramach realizowanych działań PARP wspiera nie tylko przedsiębiorców, ale również instytucje otoczenia biznesu, jednostki samorządu terytorialnego, państwowe jednostki budżetowe czy uczelnie. Agencja korzysta przy tym ze środków budżetu państwa oraz funduszy unijnych.

Obecnie Agencja jest odpowiedzialna za realizację działań m.in. w ramach trzech programów: Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej oraz Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego. PARP realizuje te programy na podstawie rozporządzeń w sprawie udzielania przez Agencję pomocy finansowej. Jako Instytucji Pośredniczącej, PARP powierzono realizację zadań, w tym m.in. działań informacyjno-promocyjnych w ramach wyżej wymienionych programów.

PARP, jako instytucja odpowiedzialna za realizację części programów w perspektywie finansowej 2021–2027, jest zobowiązana do wspierania potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o środki pomocowe.

2. Cele zamówienia

Monitoring mediów jest niezbędnym narzędziem analizy ilościowej i jakościowej przekazów medialnych w obszarze działalności PARP. Materiały pozyskiwane z analiz dużych zasobów danych, dostępnych we wszystkich środkach masowego przekazu, stanowią nieodzowne uzupełnienie badań rynkowych, obsługi klienta oraz działań marketingowych.

Raporty z monitoringu mediów, które będą przedkładane przez Wykonawcę do PARP, są najczęściej wymienianym przez praktyków PR narzędziem wykorzystywanym do oceny efektywności działań public relations lub marketingowych. Jako cel prowadzenia monitoringu wymienić można m.in. usprawnienie planowania działań komunikacyjnych, poznanie opinii i głównych nurtów dyskusji o problemie w mediach, chęć zbadania czy wykorzystano główne przesłanie komunikatu, sprawdzenie wartości działań PR, wizerunku PARP w mediach.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

3. Przedmiot zamówienia

Do zadań Wykonawcy należeć będzie świadczenie na rzecz Zamawiającego usług serwisów informacyjnych w postaci codziennych przeglądów mediów (zwanych potocznie usługami monitoringowymi, a dla celów niniejszego zamówienia nazywanych dalej „Usługami”), w szczególności w następującym zakresie:

- a) codzienny przegląd polskich mediów (prasa, portale internetowe, radio, telewizja, fora branżowe, blogi) według kryterium kilkudziesięciu haseł tematycznych określonych przez Zamawiającego;
- b) codzienny przegląd mediów dotyczący wybranych (maksymalnie sześciu) instytucji publicznych z ekosystemu PARP, w wąskim zakresie tematycznym (np. zmiany kadrowe, sytuacje kryzysowe) – monitoring obejmuje informacje publikowane w przestrzeni internetowej;
- c) codzienny przegląd mediów w ramach tzw. monitoringu rynkowego – według ok. 15 haseł związanych z obszarami działalności PARP. Tematyka dotyczy obszarów, w których swoją działalność prowadzi PARP (np. innowacyjność, start-upy, administracja, eksport). Monitoring obejmuje wyłącznie Internet;
- d) udostępnianie Zamawiającemu wyników codziennego przeglądu mediów na platformie internetowej (tzw. Monitor). Wykonawca zapewni prezentowanie każdej informacji medialnej w następującej formie: hasło tematyczne, tytuł, źródło, streszczenie, wydźwięk medialny oraz pełna treść informacji. Informacje medialne będą udostępniane Zamawiającemu na bieżąco;
- e) przesyłanie Zamawiającemu indywidualnych powiadomień, których zakres i częstotliwość zostaną uzgodnione między Stronami w trybie bieżącego współdziałania;
- f) sporządzanie i przekazywanie Zamawiającemu miesięcznych, kwartalnych i rocznych raportów analitycznych, których szczegółowość i zakres określi Zamawiający.

Każdy z raportów powinien obejmować analizę materiałów (wycinków) medialnych dotyczących Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w polskich mediach (prasa, Internet, radio, telewizja).

Raport powinien zawierać:

- 1) analizę wizerunku medialnego (charakterystyka i podsumowanie informacji zamieszczonych w mediach (prasa, radio, TV, Internet) w odniesieniu do PARP;
- 2) statystykę medialną, czyli podział tematyczny materiałów, zestawienia ilościowe według rodzaju mediów, lista najczęściej cytowanych ekspertów, lista dziennikarzy i mediów najczęściej publikujących materiały o PARP, zestawienie tzw. *hot news PARP*, podział na media ogólnopolskie i regionalne;



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

3) analizę jakościową, określenie wydźwięku publikacji, rodzaju materiału (komentarz, wywiad itp.), wartości ekwiwalentu reklamowego (AVE), podział na materiały redakcyjne oraz płatne.

Raporty miesięczne będą przekazywane Zamawiającemu do 10. dnia miesiąca następującego po miesiącu, którego dotyczą.

Zamawiający planuje współpracę Wykonawcy/Wykonawców z Zamawiającym przez okres od stycznia 2026 przez kolejne 12 miesięcy kalendarzowych lub jeśli umowa zostanie zawarta w trwającym miesiącu kalendarzowym monitoring rozpocznie się od kolejnego.

Zamawiający zwraca się z prośbą o łączne oszacowanie kosztów świadczenia usług, które zostały określone w punktach a-f.

Rodzaj usługi	Kwota brutto za 1 miesiąc	Kwota netto za 1 miesiąc
monitoring ekosystemu PARP		
monitoring rynkowy		
wybrane instytucje		
raport miesięczny		
raport kwartalny		
raport roczny		

Szacowanie wartości zamówienia prosimy przysyłać najpóźniej **do 3.11.2025 r. do godziny 12:00** na adres luiza.nowicka@parp.gov.pl wpisując w temacie wiadomości: „**Szacowanie wartości zamówienia dot. monitoringu mediów**”.

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

Aneta Zielińska-Sroka
Zastępca Dyrektora Departamentu Komunikacji i Marketingu
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości