

## Zapytanie ofertowe nr P/06/HM/2018

Fabryka Broni „Łucznik” – Radom Sp. z o.o. zaprasza do przedstawienia oferty cenowej na przygotowanie przez Wykonawcę strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej w prasie, w mediach społecznościowych oraz - opcjonalnie i dodatkowo - w telewizji, dla marki i produktów Zamawiającego przeznaczonych na rynek cywilny.

### I. ZAMAWIAJĄCY

Fabryka Broni „Łucznik” – Radom Sp. z o.o., ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom

NIP: 948-21-82-612 REGON: 672021450 KRS: 00000 31426

Numer rachunku bankowego: 14 1020 1042 0000 8302 0252 3348

Kapitał zakładowy: 89 618 500 zł

[www.fabrykabroni.pl](http://www.fabrykabroni.pl)

### II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie strategii kampanii reklamowej, opracowanie i wykonanie materiałów dedykowanych dla kampanii oraz przeniesienie na Zamawiającego praw autorskich do ww. materiałów – zgodnie z założeniami opisanymi w Celach kampanii (stanowiących Załącznik nr 1 do nn. Zapytania) oraz na zasadach opisanych w projekcie Umowy (stanowiącym Załącznik nr 4 do nn. Zapytania).
2. Stworzona strategia komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej powinna zawierać identyfikowalny i spójny przekaz reklamowy oraz koncepcję komunikacji z odbiorcami docelowymi. Kampania winna być stworzona dla marki Zamawiającego i produktów przeznaczonych na rynek cywilny.
3. Szczegółowy opis dla strategii kampanii reklamowej został zawarty w Załączniku nr 1, gdzie opisane zostały cele kampanii, grupa docelowa, zadania oraz inne ważne informacje potrzebne do przygotowania oraz wykonania strategii kampanii.
4. Wykonawca przekazuje Zamawiającemu prawa autorskie do wszystkich materiałów wchodzących w skład kampanii, w tym materiałów zdjęciowych, filmowych, haseł i innych przekazów słownych i graficznych z możliwością ich wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami opisanymi w projekcie umowy.

### III. ISTOTNE INFORMACJE DOTYCZĄCE POSTĘPOWANIA

1. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
2. Zamawiający dopuszcza możliwości powierzenia części lub całości zamówienia podwykonawcom.
3. **Zamawiający informuje, że nie podlega przepisom ustawy z dn. 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2017 r. poz. 1579, z późniejszymi zmianami).**

### IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Termin realizacji zamówienia:
  - 1.1. 1 tydzień na przygotowanie koncepcji strategii kampanii reklamowej - od momentu wyboru wykonawcy i podpisania umowy,
  - 1.2. 2 tygodnie na przygotowanie materiałów reklamowych do prasy/czasopism branżowych oraz dla mediów społecznościowych (w tym haseł reklamowych) - po zaakceptowaniu koncepcji strategii przez Zamawiającego,
  - 1.3. 8 tygodni na zrealizowanie materiałów zdjęciowych i filmowych - po zaakceptowaniu koncepcji strategii przez Zamawiającego.

### V. WYMAGANIA ZAMAWIAJĄCEGO W STOSUNKU DO WYKONAWCÓW

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który:
  - 1.1. Jest uprawniony do występowania w obrocie prawnym, zgodnie z wymogami ustawowymi.

03.5.F.P.  
AK

- 1.2. Posiada wszelkie uprawnienia niezbędne do wykonania przedmiotu zamówienia.
- 1.3. Znajduje się w sytuacji ekonomicznej/finansowej zapewniającej wykonanie przedmiotu zamówienia.
- 1.4. Posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie, potencjał ekonomiczny, dysponuje odpowiednią technologią, a także zatrudnia pracowników zdolnych do wykonania przedmiotu zamówienia.
- 1.5. Na każde żądanie Zamawiającego Wykonawca dostarczy w ciągu 7 dni odpowiednie dokumenty potwierdzające prawdziwość oświadczenia.
- 1.6. Ocena spełnienia warunków określonych w niniejszym pkt V, będzie dokonywana „metodą spełnia lub nie spełnia”, w oparciu o dokumenty i oświadczenia dołączone do oferty. Oferta oferenta, który nie spełnia ww. kryteriów zostanie odrzucona.

#### **VI. TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT**

1. Oferty należy składać w terminie do dnia **21.03.2018 r. do godz. 10:00**, w jednej z następujących form:
  - 1.1. **W formie pisemnej** – na adres Zamawiającego: Fabryka Broni „Łuczniczka” – Radom Sp. z o.o., ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom (przesyłając pocztą lub dostarczając bezpośrednio do siedziby Zamawiającego) lub
  - 1.2. **W formie elektronicznej** – w postaci skanów dokumentów na adres:  
[zaproszenie-kr-2018@fabrykabroni.pl](mailto:zaproszenie-kr-2018@fabrykabroni.pl)  
z dopiskiem:

**Oferta na opracowanie i wykonanie strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej.**

2. Oferty dostarczone po terminie nie będą przyjmowane/rozpatrywane.

#### **VII. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ**

1. Okres związany ofertą wynosi 60 dni i liczy się od dnia, w którym upływa termin składania ofert.
2. Zamawiający może zwrócić się o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu związania ofertą.

#### **VIII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY**

1. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę obejmującą całość przedmiotu zamówienia.
2. Oferent sporządzi ofertę w języku polskim w sposób czytelny i trwały.
3. Oferent powinien stworzyć ofertę na formularzu załączonym do niniejszego Zapytania ofertowego i zgodnie z warunkami niniejszego Zapytania.
4. Załączniki do oferty stanowią jej integralną część.
5. Oferta musi być podpisana przez oferenta lub osoby upoważnione do jego reprezentowania (w przypadku oferty przesyłanej drogą elektroniczną wymagane jest dołączenie skanu podpisanej oferty w formacie pdf).
6. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i ze złożeniem oferty.
7. Oferta powinna być: opatrzona pieczętką firmową, posiadać datę sporządzenia, zawierać adres lub siedzibę oferenta, numer telefonu, numer NIP.
8. Składający ofertę Oferent, bezwarunkowo przyjmuje wszelkie warunki określone w niniejszym Zapytaniu ofertowym.
9. Oferenci wraz z formularzem Oferty składają:
  - Oświadczenie Wykonawcy, zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 3 do Zapytania,
  - Kopię aktualnego odpisu KRS lub Zaświadczenie o wpisie do CEIDG (nie starsze niż 3 miesiące od daty składania oferty),
  - Dokument „Założenia do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej marki i produktu przeznaczonego na rynek cywilny”, zawierający: opis koncepcji, hasło, keyvisual i przykłady jak idea realizuje się w różnych mediach: spot, reklama prasowa, komunikacja w mediach społecznościowych i inne (obligatoryjne co najmniej 3 obszary egzekucji kampanii), wycenę oraz wstępny harmonogram realizacji.
  - Parafowany wzór Umowy, stanowiący Załącznik nr 4 do Zapytania.

## IX. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Każda z ofert spełniających wymagania formalne, określone w Zapytaniu ofertowym, zostanie oceniona wg określonych kryteriów.
2. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która spełni wszystkie wymagania Zapytania ofertowego oraz uzyska najwyższą liczbę punktów obliczonych w oparciu o zastosowane kryteria.
4. Ocena ofert będzie dokonywana na podstawie następujących kryteriów:

**Cena – 40%**

**Koncepcja – 60%**

5. Ocena w zakresie kryterium cena, będzie dokonywana na podstawie ilości punktów otrzymanych przy zastosowaniu następującego wzoru:

$$PC = (C \text{ min } / Cb) \times 40 \text{ pkt.}$$

gdzie:

PC – ilość punktów za kryterium cena,

Cmin – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert,

Cb – cena badanej oferty.

### **Liczba punktów możliwych do uzyskania w kryterium cena – 40 pkt.**

6. Ocena w zakresie kryterium koncepcja, będzie dokonywana w oparciu o załączone do oferty dokumenty dot. założeń do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej wyrobów przeznaczonych na rynek cywilny. Punkty za kryterium koncepcja, zostaną przyznane przez komisję przetargową, w skali punktowej od 0 do 20. W ocenie pod uwagę będą brane następujące elementy:
  - 1.1. ocena dopasowania hasła i koncepcji przekazów reklamowych do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 15 pkt,
  - 1.2. atrakcyjność wstępnego (ramowego) scenariusza spotów, filmów, komunikacji w mediach społecznościowych (SoM) – dopasowanie do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 15 pkt,
  - 1.3. atrakcyjność założeń do projektów reklam prasowych – dopasowanie do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 15 pkt,
  - 1.4. za każde zaproponowane dodatkowe działanie/ rozwiązanie informacyjno – promocyjne spójne z koncepcją przeprowadzenia kampanii, adekwatne w stosunku do grupy docelowej i trafne wobec celów - od 0 do 15 pkt., nie więcej jednak niż łącznie 15 pkt.

### **Liczba punktów możliwych do uzyskania w kryterium koncepcja – 60 pkt.**

Każdy z członków komisji, dokonuje oceny prac indywidualnie, w sposób całościowy zgodnie z kryteriami, o których mowa w ust. IX .6 pkt 1.1. - 1.4. powyżej, w skali od 0 do 15 pkt. Za przedmiotowe kryterium zostanie przyznana liczba punktów ( $P_K$ ) odpowiadająca średniej arytmetycznej z ilości punktów przyznanych indywidualnie przez każdego z członków komisji.

7. Ocena oferty – suma punktów za poszczególne kryteria:

$$P = P_C + P_K$$

gdzie:

P - ilość punktów uzyskanych za wszystkie kryteria,

$P_C$  – ilość punktów za kryterium cena,

$P_K$  – ilość punktów za kryterium koncepcja.

8. Do oferty Wykonawca może załączyć od 1 do 3 założeń do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej wyrobów przeznaczonych na rynek cywilny. W przypadku przedłożenia większej ilości założeń do strategii niż jedna, do oceny Wykonawcy przyjęta zostanie to z jego założeń, które uzyska najwyższą ilość punktów.
9. W przypadku, gdy wyniki oceny ofert będą analogiczne dla dwóch lub większej ilości oferentów, Zamawiający wezwie takich oferentów do uzupełniających negocjacji cenowych.

## X. SPOSÓB OBLICZENIA CENY:

1. Cenę ofertową stanowi łączna cena jaką Zamawiający jest obowiązany zapłacić Wykonawcy za wykonanie czynności opisanych w Załączniku nr 1, w ofercie oraz w projekcie umowy, stanowiącym Załącznik nr 4. W cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług lub podatkiem akcyzowym.
2. Ceny muszą być podane cyfrowo i słownie, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
3. W kalkulacji cenowej należy uwzględnić wszystkie koszty jakie poniesie Wykonawca w związku z realizacją przedmiotu zamówienia.
4. Zamawiający nie dopuszcza podania ceny ofertowej i jej elementów w walutach obcych. Cena powinna być podana w polskich jednostkach pieniężnych (złoty polskich i groszach).
5. Opis obliczenia ceny ofertowej. Do formularza ofertowego należy wpisać cenę netto za wykonania całości zamówienia. Wykonawca zobowiązany jest do określenia stawki podatku VAT i jednocześnie wpisać cenę brutto.
6. Cena musi być podana cyfrowo i słownie, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, tj. do 1 grosza. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za właściwe określenie stawki podatku od towarów i usług VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
7. Zamawiający poprawia w ofercie:
  - 1.1 oczywiste omyłki pisarskie,
  - 1.2 inne omyłki polegające na niezgodności oferty ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty.

## XI. ODRZUCENIE OFERTY

1. Zamawiający odrzuci ofertę, gdy:
  - do oferty nie załączono wszystkich wymaganych dokumentów,
  - jest niezgodna z wymaganiami Zamawiającego określonymi w Zapytaniu,
  - do oferty nie załączono stosownych oświadczeń lub dokumentu „Założenia do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej wyrobów przeznaczonych na rynek cywilny”.

## XII. INFORMACJE DOTYCZĄCE WYBORU NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi oferentów za pośrednictwem strony internetowej znajdującej się pod adresem [www.fabrykabroni.pl](http://www.fabrykabroni.pl) i/lub drogą elektroniczną.
2. Zamawiający poinformuje wybranego Wykonawcę o wyniku postępowania e-mailem.
3. Zamawiający nie zawiadamia odrębnie Oferentów, których oferta nie została uznana za najkorzystniejszą; informacja o wyborze najlepszej oferty opublikowana zostanie na ww. stronie internetowej.

## XIII. DODATKOWE INFORMACJE

1. Dodatkowe informacje udzielane będą pisemnie. Wszelkie pytania można kierować na adres, [zaproszenie-kr-2018@fabrykabroni.pl](mailto:zaproszenie-kr-2018@fabrykabroni.pl) lub za pomocą faksu + 48 38 99 334.
2. Wykonawca może zadawać pytania dotyczące treści Zapytania ofertowego do dnia **15.03.2018 r.** do godz. 10:00 w formie określonej powyżej.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminów wyznaczonych w zapytaniu.
4. W toku dokonywania oceny złożonych ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Oferenta wyjaśnień dotyczących złożonych przez nich ofert i załączników oraz wezwać do uzupełnienia dokumentów w terminie określonym przez Zamawiającego.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odwołania zapytania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie.

## XIV. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1 - Cele (założenia) kampanii.
2. Załącznik nr 2 - Formularz ofertowy.
3. Załącznik nr 3 - Oświadczenie Oferenta (wzór).
4. Załącznik nr 4 - Wzór umowy.

CZŁONEK ZARZĄDU

Maciej Borecki

PREZES ZARZĄDU

Adam Suliga

(podpis ZARZĄDU)