

Zapytanie ofertowe nr sprawy 8/HM/2022

Fabryka Broni „Łucznik” – Radom sp. z o.o. zaprasza do przedstawienia oferty cenowej na opracowanie oraz realizację przez Wykonawcę wielokanałowej kampanii medialnej obejmującej działania komunikacyjne i marketingowe w obszarze działań kreatywnych, produkcji materiałów multimedialnych, materiałów drukowanych dla Fabryki Broni „Łucznik” – Radom sp. z o.o.

I. ZAMAWIAJĄCY

Fabryka Broni „Łucznik” – Radom sp. z o.o., ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom; www.fabrykabroni.pl;
NIP: 948-21-82-612; REGON: 672021450; KRS: 0000031426;
Kapitał zakładowy: 89 618 500 zł; Numer rachunku bankowego: 14 1020 1042 0000 8302 0252 3348

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii medialnej, 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. Kampania medialna powinna być stworzona na podstawie spójnej koncepcji kreatywnej oraz wykonawczej z uwzględnieniem poszczególnych narzędzi komunikacji marketingowej z pominięciem kanałów własnych Fabryki Broni dla marki i produktów Zamawiającego.
3. Szczegółowy opis dla strategii kampanii medialnej 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 Załącznika nr 4. W sytuacji gdy do wkładu twórczego nie jest możliwe nabycie autorskich praw majątkowych, Wykonawca zapewni udzielenie rocznej licencji bez ograniczeń terytorialnych na ich użytkowanie.

III. ISTOTNE INFORMACJE DOTYCZĄCE POSTĘPOWANIA

1. Zamawiający informuje, że nie podlega przepisom ustawy z dn. 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj.: Dz.U. z 2017 r. poz. 1579, z późn. zm.).
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości powierzenia części lub całości zamówienia podwykonawcom.
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wspólnych.
5. Zamawiający nie przewiduje rozliczania w walutach obcych.
6. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.

IV. TERMIN REALIZACJI

1. Termin realizacji zamówienia:
 - 1.1. 2 tygodnie na przygotowanie koncepcji strategii kampanii - 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,

AB

- 1.3. 4 tygodnie na zrealizowanie materiałów zdjęciowych i filmowych - po zaakceptowaniu koncepcji strategii przez Zamawiającego.

V. WYMAGANIA ZAMAWIAJĄCEGO W STOSUNKU DO DOSTAWCÓW

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Dostawca, który:
 - 1.1. Jest uprawniony do występowania w obrocie prawnym, zgodnie z wymogami ustawowymi.
 - 1.2. Posiada uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności związanych z realizacją zamówienia, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania, posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie do realizacji zamówienia.
 - 1.3. Posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie, tj. w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, zrealizował, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również realizuje:
 - a) co najmniej 3 wizerunkowe, informacyjne lub promocyjne produkcje foto/video zrealizowane dla podmiotów z branży zbrojeniowej, w których portfolio występuje broń palna, oraz elementy uzbrojenia, polegające na opracowaniu koncepcji kreatywnej oraz realizacji produkcji.
 - b) usługi polegające na zaprojektowaniu i stworzeniu kreacji, konceptów kreatywnych lub platform kreatywnych, a także projektów reklam, do co najmniej 2 kampanii, z wykorzystaniem broni palnej, pirotechniki, zaawansowanej post produkcji materiałów filmowych oraz zdjęciowych.
 - c) co najmniej 3 usługi, w zakres których wchodziła realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w internecie, zrealizowane dla podmiotów z branży zbrojeniowej.
 - 1.4. Dysponuje osobami, które będą uczestniczyły w realizacji zamówienia (Personel Kluczowy), posiadającymi kwalifikacje zawodowe i doświadczenie zdobyte w okresie ostatnich 10 lat:
 - a) Kierownik projektu – osoba posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenie jako kierownik projektów związanych z przygotowaniem i realizacją kampanii wizerunkowo - promocyjnych, która kierowała co najmniej trzema kampaniami, w których wykorzystywane były środki masowego przekazu, takie jak telewizja i internet, tj. była odpowiedzialna za kompleksowe: zaplanowanie, realizację i koordynację, rozliczenie, kontakt z klientem oraz kierowanie zespołem.
 - b) Creative director/art director – osoba mająca w swym dorobku tworzenie konceptów kreatywnych i projektów reklam do co najmniej trzech kampanii reklamowych,
 - c) Fotograf – profesjonalny fotograf z doświadczeniem w realizacji fotografii wizerunkowych oraz produktowych w branży zbrojeniowej;
 - d) Graphic designer – osoba mająca w swym dorobku opracowanie graficzne reklam, katalogów do co najmniej trzech kampanii reklamowych,
 - e) DTP – osoba realizująca przygotowanie materiałów do druku w tym ogłoszeń prasowych zgodnych ze specyfikacjami wydawnictw oraz publikacji internetowych.
 - 1.5. UWAGA: podczas wykazywania spełnienia warunku określonego w pkt. 1.3., jako „kampanię” lub „kampanię wizerunkową”, należy rozumieć działania komunikacyjne w mediach ATL i BTL (BTL - działania skierowane do konkretnego odbiorcy niebędące reklamą w środkach masowego przekazu za pomocą nośników takich jak broszury, ulotki, foldery, e-maile, materiały promocyjne itp.) łącznie, mające odrębne założenia i odrębny koncept kreatywny. Jako koncept kreatywny/platformę kreatywną należy rozumieć założenia komunikacyjne do kampanii (grupa docelowa, copy strategy, key message, pozycjonowanie marki) oraz wynikające z nich pomysły na komunikację, zawierające proponowane rozwiązania kreatywne, techniki reklamowe, obrazy itp.
 - 1.6. W przypadku wymagań określonych w pkt. 1.4., dotyczących Personelu Kluczowego, Zamawiający nie dopuszcza łączenia poszczególnych funkcji.
 - 1.7. Zamawiający może, na każdym etapie postępowania uznać, że Wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych Wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.

- 1.8. Wykonawca nie może w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu polegać na zdolnościach technicznych, zawodowych, sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów, niezależnie od charakteru łączących go z nim stosunków prawnych.
- 1.9. Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz wykazania braku podstaw do wykluczenia zostanie dokonana wg formuły „spełnia – nie spełnia” w oparciu o wymagane dokumenty, wykazy i oświadczenia. Z treści załączonych dokumentów, wykazów i oświadczeń musi jednoznacznie wynikać, że Wykonawca spełnia wymagane w SIWZ warunki udziału w postępowaniu oraz brak jest wobec niego podstaw do wykluczenia.
- 1.10. Znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej umożliwiającej prawidłowe wykonanie zamówienia.
- 1.11. Na każde żądanie Fabryki Broni „Łucznik” – Radom sp. z o.o. dostarczy odpowiednie dokumenty potwierdzające prawdziwość oświadczenia.
- 1.12. W przypadku gdy Oferenta reprezentuje pełnomocnik, do ofert musi być załączone pełnomocnictwo.

VI. TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT

1. Oferty należy składać w terminie do dnia **22.03.2022r. do godz. 10:00** (decyduje data i godzina wpływu do Zamawiającego), w następującej formie:
 - 1.1. **W formie pisemnej** – na adres Zamawiającego: Fabryka Broni „Łucznik” – Radom sp. z o.o., ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom (przesyłając pocztą lub dostarczając bezpośrednio do siedziby Zamawiającego) z dopiskiem: **NIE OTWIERAĆ. Oferta do postępowania 8/HM/2022.**
 - 1.2. Oferty dostarczone po terminie nie będą przyjmowane/rozpatrywane.
 - 1.3. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.

VII. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

1. Wykonawca będzie związany ofertą przez okres 12 miesięcy od daty podpisania umowy.

VIII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę obejmującą całość 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.
4. Oferta złożona wraz z załącznikami stanowiącymi jej integralną część.
5. Oferta musi być podpisana przez oferenta lub osoby upoważnione do jego reprezentowania.
6. W przypadku, gdy Oferenta reprezentuje osoba upoważniona, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta.
7. Dokumenty w formie pisemnej muszą być złożone w oryginałach albo w kopiach poświadczonych „za zgodność z oryginałem” przez oferenta lub osoby upoważnione do jego reprezentowania.
8. Ofertę należy sporządzić zgodnie z wymaganiami Zapytania ofertowego. Dostawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i ze złożeniem oferty.
9. Oferta powinna posiadać datę sporządzenia, zawierać adres lub siedzibę oferenta, numer telefonu, numer NIP.
10. Składający ofertę Oferent, bezwarunkowo przyjmuje wszelkie warunki określone w niniejszym Zapytaniu ofertowym.
11. Oferenci wraz z ofertą składają:
 - Formularz ofertowy,
 - Oświadczenie Wykonawcy,
 - kopię aktualnego odpisu KRS lub Zaświadczenie o wpisie do CEIDG (nie starsze niż 3 miesiące od daty składania otwarcia oferty),
 - zaświadczenie z Urzędu Skarbowego, że oferent jest czynnym płatnikiem podatku VAT (nie starsze niż 3 miesiące od daty składania otwarcia oferty).

- **Opis jednej platformy kreatywnej kampanii medialnej, zawierający:**
 - opis kreacji i proponowanych elementów platformy kreatywnej, takich jak np. tematy i scenerie, w jakich będą realizowane, zasadę konstrukcji scenariuszy, key visual (główny motyw graficzny), a także inne środki formalne, takie jak np. kolor, muzyka;
 - przykładowe projekty materiałów do emisji: przykładowe projekty/storyboardy materiałów multimedialnych, przykładowe projekty reklamy; projekty/storyboardy te należy traktować jako przykłady ilustrujące założenia platformy kreatywnej, a nie gotowe projekty;
 - założenia kampanii zawierające planowane efekty kampanii wśród grup docelowych.
 - koncepcję promocji wyrobów z portfolio FB uwzględniającą sposób dotarcia do grupy docelowej oraz zaangażowanie mediów.

IX. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Każda z ofert spełniających wymagania formalne, określone w Zapytaniu ofertowym, zostanie oceniona wg poniższych kryteriów.
2. Ocena ofert będzie dokonywana na podstawie następujących kryteriów:

Cena – 30%

Koncepcja – 70%

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

$$PC = (C_{\min} / C_b) \times 30 \text{ pkt.}$$

gdzie:

PC – ilość punktów za kryterium cena,

C_{min} – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert,

C_b – cena badanej oferty.

Liczba punktów możliwych do uzyskania w kryterium cena – 30 pkt.

4. Ocena w zakresie kryterium koncepcja, będzie dokonywana w oparciu o załączone do oferty dokumenty dot. założeń do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej. 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 20 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 20 pkt,

1.3. atrakcyjność założeń do projektów reklam prasowych – dopasowanie do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 20 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 10 pkt., nie więcej jednak niż łącznie 10 pkt.

Liczba punktów możliwych do uzyskania w kryterium koncepcja – 70 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 10 / 20 pkt. Za przedmiotowe kryterium zostanie przyznana liczba punktów (P_k) odpowiadająca średniej arytmetycznej z ilości punktów przyznanych indywidualnie przez każdego z członków komisji.

5. 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.

6. W przypadku przedłożenia większej ilości założeń do strategii niż jedna, do oceny Wykonawcy przyjęta zostanie to z jego założeń, które uzyska najwyższą ilość punktów.

7. W przypadku, gdy wyniki oceny ofert będą analogiczne dla dwóch lub większej ilości Oferentów, Zamawiający wezwie takich oferentów do uzupełniających negocjacji cenowych.
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
9. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która spełni wszystkie wymagania Zapytania ofertowego oraz uzyska najwyższą ocenę.
10. Zamawiający przyzna punkty w ramach podkryteriów, kierując się stopniem spełniania elementów ocenianych w ramach danego podkryterium. Zamawiający przyzna najwyższą liczbę punktów w odniesieniu do oferty, która w najwyższym stopniu będzie prezentować oczekiwane cechy w ramach kryterium.
11. Łączną liczbę punktów każdej z ocenianych ofert stanowić będzie suma punktów przyznanych w poszczególnych kryteriach oceny.
12. Zamawiający zastrzega sobie prawo negocjacji cenowej z oferentem, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza.
13. Zamawiający zastrzega sobie nieudzielenie zamówienia, gdy jakość dostarczonego druku próbnego nie będzie spełniała wymagań Zamawiającego.

X. ODRZUCENIE OFERTY

Zamawiający odrzuci ofertę, gdy:

- do oferty nie załączono wszystkich wymaganych dokumentów,
- jest niezgodna z wymaganiami Zamawiającego.

XI. INFORMACJE DOTYCZĄCE WYBORU NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **22.03.2022 o godzinie 12:00** w siedzibie Zamawiającego.
2. Zamawiający poinformuje Dostawców o wyniku postępowania e-mailem.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo nieudzielania odpowiedzi Oferentom, których oferta nie zostanie uznana za najkorzystniejszą.
4. Zamawiający nie zawiadamia Oferentów, których oferta nie została uznana za najkorzystniejszą. Jeżeli w ciągu 14 dni od zakończenia zbierania ofert Zamawiający nie poinformuje o sytuacji w zakresie postępowania dotyczącego jego oferty uznaje się, że jego oferta nie została wybrana.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania bez podania przyczyny, w każdej chwili, do momentu otwarcia ofert, a Dostawcy nie przysługuje z tego tytułu jakiegokolwiek roszczenie.

XII. DODATKOWE INFORMACJE

1. Oferent może zwrócić się do Zamawiającego mailem o wyjaśnienie lub uszczegółowienie treści Zapytania ofertowego, w tym specyfikacji technicznej/opisu przedmiotu zamówienia, w terminie **5 dni od daty** opublikowania Zapytania ofertowego. Zamawiający udzieli wyjaśnień w formie takiej samej, jak zostało przekazane Zapytanie ofertowe.
2. Pytania Oferenci przekazują drogą mailową pod adresem: postepowanie8HM2022@fabrykabroni.pl.
3. Zamawiający niezwłocznie udzieli wyjaśnień wyłącznie na stronie internetowej Zamawiającego (w zakładce dotyczącej przedmiotowego Postępowania). W uzasadnionych wypadkach, gdy wyjaśnienie treści Zapytania wiązałoby się z istotną jego zmianą, Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany (wydłużenia) terminu składania ofert.
Informacja o treści otrzymanych przez Zamawiającego pytań (bez podawania autora tych pytań) zostanie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego
Jeśli pytanie do treści Zapytania ofertowego wpłynie do Zamawiającego po upływie ww. terminu, Zamawiający ma prawo, ale nie ma obowiązku, udzielać na nie odpowiedzi.
4. Osobą uprawnioną przez Zamawiającego do porozumiewania się z Oferentami jest:
- p. Anna Bartkow – Leśniewska – tel. 48 3899247, postepowanie8HM@fabrykabroni.pl.
Wskazana osoba nie udziela informacji dotyczącej treści Zapytania ofertowego, a jedynie informacji dotyczących kwestii formalnych związanych z przygotowaniem i złożeniem ofert. W kwestiach merytorycznych należy stosować procedurę określoną w ust. 2 powyżej.

5. 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.

XIII. ZAŁĄCZNIKI

1. Cel kampanii.
2. Formularz ofertowy.
3. Oświadczenie Wykonawcy.
4. Projekt Umowy.


CZŁONEK ZARZĄDU
Seweryn Figurski


PREZES ZARZĄDU
dr Wojciech Arndt