

 <p>Fundacja FUNDUSZ WSPÓŁPRACY</p>	<p>Fundacja „Fundusz Współpracy”, ul. Górnośląska 4a, 00-444 Warszawa tel.: +48 22 4509 810, fax: +48 22 4509 803, cofund@cofund.org.pl, www.cofund.org.pl NIP: 526-000-54-68 REGON: 002179760 KRS: 0000112576</p>	
<p><b>Data: 12 października 2017 r.</b></p>	<p><b>ZAPYTANIE OFERTOWE</b></p>	<p><b>nr 10/DWES/OST/FFW/2017</b></p>
<p>Usługi informatyczne i graficzne</p>		

Fundacja Fundusz Współpracy zwraca się z prośbą o przedstawienie Państwa oferty na poniższe zapytanie:

**I. Opis przedmiotu zamówienia:**

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie szeroko rozumianych usług marketingowych dla uczestników Projektu „Inkubacja i wsparcie ekonomii społecznej w subregionie ostrołęckim” według wymagań Zamawiającego przedstawionych poniżej. Dopuszcza się złożenie oferty częściowej dot. wybranego fragmentu zamówienia:

**1) Zaprojektowanie logotypów dla max. 15 przedsiębiorstw społecznych (PS) lub produktu oferowanego przez PS wraz z papierem firmowym oraz przykładowymi wzorami materiałów firmowych (ulotka, szyld/banner, wizytówka)**

- a. projekty logotypów zostaną wykonane w formacie wektorowym (np. AI) oraz PDF JPG i PGN, wersja monochromatyczna i kolorowa, stosowane czcionki ogólnodostępne, przestrzeń barwna CMYK i RGB. Usługa zakłada przedstawienie min. trzech propozycji. Projekty logotypów oraz przykładowe wzory materiałów formowych (identyfikacja wizualna) zostaną przygotowane w oparciu o informację dot. branży oraz wymagań przedsiębiorstwa społecznego,
- b. projekt papieru firmowego zakłada format DOC i/lub DOCX z wstawieniem nagłówka i/lub stopką w formacie PNG.

Projekty wzorów materiałów promocyjnych (ulotka, szyld/banner, wizytówka) zostaną wykonane w formacie wektorowym oraz PDF, powinny nawiązywać do zaakceptowanego projektu logotypu, zawierać elementy graficzne, ew. zdjęcia. Ulotka format A6, szyld/banner w zależności od potrzeb zamawiającego, wizytówka format 90x50 mm).

**2) Stworzenie profilu firmowego na Facebooku dla max. 15 przedsiębiorstw społecznych.**

- a. Utworzenie strony na Facebooku (ustalenie kategorii, poinformowanie klienta o różnicach między stroną a profilem prywatnym)
- b. Przygotowanie zdjęcia profilowego (miniaturki) oraz zdjęcia w tle zgodnego z identyfikacją wizualną przedsiębiorstwa społecznego (logotypem),
- c. Wprowadzenie treści (krótki opis), ustawienia nazwy użytkownika (strony) oraz prywatności, wprowadzenie w obsługę i pozycjonowanie postów przez użytkowników.

**3) Budowa nowej lub przebudowa już istniejącej strony internetowej dla max. 15 przedsiębiorstw społecznych (PS). Zakres prac:**

- a. Wykonawca uzgodni z wskazanym PS i wykona projekt strony, zgodny z posiadaną identyfikacją wizualną (logo) oraz branżą w jakiej działa przedsiębiorstwo.
- b. Zapewnieni serwer hostingowy oraz domenę na czas trwania projektu, w tym min. 5 kont pocztowych w domenie (12 miesięcy dla pojedynczej strony internetowej).
- c. Wykonawca zaproponuje 3 wersje układu strony dla każdego przedsiębiorstwa społecznego.
- d. liczba i rodzaj elementów składowych (mapa strony): min. 6 zakładek oraz min. 10 podstron; fotogaleria, formularz kontaktowy (poczta firmowa); osadzenie mapek Google na stronie.
- e. Język: nowe strony wykonane będą w darmowym systemie zarządzania treścią (np. Wordpress).

**4) copywriting – usługa tworzenia, redakcji i korekty treści na stronę www i materiały promocyjne dla maksymalnie 15 przedsiębiorstw społecznych (PS):**

- a. Przygotowanie, w porozumieniu z przedsiębiorcą społecznym (klientem) treści na strony internetowe (redakcja i korekta; Szacunkowa liczba znaków opracowanych tekstów dla 1 podmiotu, w zależności od potrzeb danego przedsiębiorstwa społecznego nie przekroczy 10 000 znaków.
  - b. Dokonany zostanie także audyt treści na stronie internetowej pod kątem funkcji sprzedażowej.
  - c. Przygotowanie w porozumieniu z odbiorcą usługi przygotowania tekstu reklamowego do materiałów promocyjnych: ulotki/ plakatu, banneru, strony na FB, inne (redakcja i korekta); maksymalnie w ramach zamówienia 75 tekstów reklamowych po 1800 znaków każdy; wycena dotyczy 1 tekstu do 1800 znaków).
- 5) Zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w Internecie dla max. 15 przedsiębiorstw społecznych(PS).**
- a. Pozycjonowanie stron www w wyszukiwarce google.pl (stan pozycjonowania należy utrzymać przez okres 6 m-cy lub 12 m-cy na pozycjach 1-10 dla 5 haseł; usługa obejmuje analizę i dobór słów i fraz kluczowych).
  - b. Kampania Google AdWords (lista 10 haseł; usługa obejmuje analizę i dobór słów i fraz kluczowych).
- 6) Prace przygotowywane będą na rzecz i w porozumieniu z Uczestnikami Projektu, których dane będą przekazywane przez Zamawiającego w trybie roboczym.
  - 7) Do udziału w postępowaniu Zamawiający dopuszcza osoby fizyczne (samodzielnie i osobiście realizujące przedmiot zamówienia) oraz podmioty zatrudniające specjalistów – wskazując konkretne osoby do przeprowadzenia danego zakresu specjalistycznych usług marketingowych. Dopuszcza się składanie ofert przez konsorcja.
  - 8) Zamawiający nie ponosi żadnych dodatkowych kosztów związanych ze świadczeniem usługi (np. noclegi, dojazdy, wyżywienie). Wszelkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem oraz rozliczeniem wykonywanej usługi ponosi Wykonawca.

**II. Kod/y i nazwa CPV:**

79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe,  
 72413000-8 Usługi w zakresie projektowania stron WWW  
 79822500-7 Usługi projektów graficznych  
 72400000-4 Usługi internetowe

**III. Źródło finansowania:**

Projekt: „Inkubacja i Wsparcie Ekonomii społecznej w subregionie ostrołęckim” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach programu RPO WM na lata 2014-2020. Projekt realizowany jest przez Fundację Fundusz Współpracy (Beneficjent).

**IV. Miejsce i termin realizacji zamówienia:**

Miejsce

Subregion ostrołęcki tj. powiaty: ostrołęcki, m. Ostrołęka, ostrowski, przasnyski, makowski, wyszkowski.

Termin

Usługi świadczone będą od momentu podpisania umowy **do końca 30 kwietnia 2019r.**

**V. Wymagania względem Wykonawcy (kryteria podmiotowe):**

Zamówienie może być udzielone wyłącznie Oferentowi spełniającemu poniższe warunki (tj. dysponującemu osobami spełniającymi poniższe warunki):

- 1) Wykonawca funkcjonuje na rynku polskim minimum 2 lata, świadcząc usługi odpowiadające zakresowi usług, na jaki złoży ofertę.
- 2) Wykonawca w ciągu ostatnich 12 miesięcy zrealizował minimum 5 zleceń dla podmiotów zewnętrznych z zakresu tej części zamówienia, na którą składa ofertę. Wśród zakresu wymienionych zleceń musi się znaleźć każdy z elementów danej części zamówienia.
- 3) Ponadto w przypadku Wykonawców zainteresowanych świadczeniem usług wymienionych:

- w punkcie I 1): Oferent przedstawi portfolio wykonanych dla podmiotów zewnętrznych projektów, minimum 3 dla każdego rodzaju materiałów (tj.3 logotypów, 3 wizytówek, 3 ulotek, 3 szyldów lub banerów),
- w punkcie I 2) udokumentuje przynajmniej 3 założone przez siebie profile firmowe na FB
- w punkcie I 3) przedstawi portfolio wykonanych dla podmiotów zewnętrznych minimum 3 stron internetowych,
- w punkcie I 4) wykaże się wykształceniem w zakresie filologii polskiej, dziennikarstwa lub minimum 1,5 rocznym doświadczeniem pracy w agencji reklamowej lub wydawnictwie (praca z treścią) i przedstawi minimum trzy teksty reklamowe (min. 1000 - max. 3000 znaków każdy).
- w punkcie I 5) udokumentuje wykonanie minimum 3 kampanii promocyjnych dla 3 niezależnych podmiotów.

#### VI. **Kryteria oceny ofert:**

Lp.	Nazwa kryterium	Znaczenie kryterium (%)	Liczba możliwych do uzyskania punktów
1.	Cena	54	54
2.	Wykonawca jest podmiotem ekonomii społecznej (PES)	12	12
3.	Wykonawca przedstawił całościową ofertę	10	Po 2 pkt za każdą z 5 usług
4.	Ocena jakości dotychczasowych usług (portfolio)	24	24
	Łącznie	100%	100

##### **Ad.1 Cena**

Cena oferty wyrażona w walucie polskiej (PLN), winna być określona jednostkowo i całkowicie w kwotach brutto i netto zgodnie z opisem zamówienia. Jednostkowe ceny oferty określone przez Oferenta pozostaną stałe w okresie realizacji umowy i nie będą podlegały zmianom.

Punkty za kryterium „Cena” zostaną obliczone według wzoru:

Cena oferty najtańszej

----- x liczba możliwych do uzyskania punktów (54) = liczba punktów

Cena oferty badanej

##### **Ad. 2 Wykonawca jest podmiotem ekonomii społecznej (PES)**

Każda oferta złożona przez podmiot ekonomii społecznej otrzyma dodatkowe 12 punktów. Zgodnie z definicją zapisaną w „Wytycznych Ministra Rozwoju i Finansów w zakresie realizacji przedsięwzięć w obszarze włączenia społecznego i zwalczania ubóstwa z wykorzystaniem środków Europejskiego Funduszu Społecznego i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na lata 2014-2020” do tej kategorii zaliczone zostały: przedsiębiorstwa społeczne w tym spółdzielnie socjalne, podmioty reintegracyjne (Centra Integracji Społecznej, Kluby Integracji Społecznej, Zakłady Aktywności Zawodowej, Warsztaty Terapii Zajęciowej), organizacje pozarządowe oraz podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. O pożytku publicznym i wolontariacie (Dz. U. z dnia 29 maja 2003 r. z późn. zm.), podmioty sfery gospodarczej utworzone w związku z realizacją celu społecznego bądź dla którego leżący we wspólnym interesie cel społeczny jest racją bytu działalności komercyjnej (NGO prowadzące działalność gospodarczą, spółdzielnie których celem jest zatrudnienie tj. spółdzielnie pracy, spółdzielnie inwalidów i niewidomych, spółki non-profit).

##### **Ad. 3 Wykonawca przedstawi całościową ofertę**

Każda oferta otrzyma dodatkowe 2 punkty za każdą kolejną usługę wymienioną w punkcie I. Zapytania, której będzie dotyczyła. Łącznie oferent może otrzymać maksymalnie 10 punktów, jeśli jego oferta dotyczyć będzie wszystkich usług wymienionych w podpunktach od I. 1) do I. 5)

##### **Ad. 4 Ocena jakości dotychczasowych usług (portfolio)**

Ocenie będzie podlegać portfolio nadesłane przez oferentów. Punkty za kryterium „Ocena jakości dotychczasowych usług” zostaną obliczone zgodnie z poniższą punktacją. Na ostateczną ocenę

tego elementu składać się będzie średnia z częściowych ocen osób oceniających oferty, wśród których znajdują się m.in. główny specjalista ds. komunikacji Zamawiającego, specjalista ds. promocji projektu oraz kierownik projektu. Członkowie komisji podpiszą pod protokołem oświadczenie, że nie są w żaden sposób związani z Oferentem.

Każda usługa wymieniona w pkt. I od 1) do 4) będzie oceniana na podstawie przesłanego portfolio, wg. Następujących kryteriów:

1) logotypy + materiały promocyjne  
oryginalność, atrakcyjność, czytelność, prostota przekazu i spójność koncepcji (0 – 24 pkt)

2) profile firmowe na FB  
atrakcyjność wizualna, spójność graficzna, czytelność i prostota przekazu (0 – 24 pkt)

3) strony www  
projekt graficzny (struktura i wygląd, czytelność), atrakcyjność, funkcjonalność (łatwa nawigacja), interaktywność, (0-24 pkt)

4) copywriting (treści reklamowe)  
styl, poprawność językowa, wartość promocyjna, atrakcyjność form przekazu (0 – 24 pkt)

Łącznie w ramach tego elementu oceny można uzyskać 24 punkty obliczane wg wzoru:

suma liczby punktów dla danego oferenta za wszystkie elementy portfolio ocenianych usług  
od wszystkich oceniających  
----- = LICZBA PUNKTÓW  
liczba ocenianych usług (1,2,3 lub 4) x liczba członków komisji (3)

Komisja sporządza protokół ze swojej pracy, odnotowując szczegółową punktację dla każdego oferenta. Werdykt komisji nie podlega zaskarżeniu.

## VII. **Sposób przygotowania oferty:**

Ofertę należy złożyć na formularzu ofertowym stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego zapytania.

Oferta powinna być wypełniona na komputerze i w języku polskim. Podane w ofercie ceny muszą uwzględniać wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia i nie mogą ulec zmianie w trakcie trwania umowy.

Wykonawcy zobowiązani są zapoznać się dokładnie z informacjami zawartymi w zapytaniu ofertowym i załącznikach i przygotować ofertę zgodnie z wymaganiami określonymi w tym dokumencie.

Oferty przygotowane niezgodnie z wymaganiami niniejszego zapytania, złożone na innym druku, niekompletne lub po terminie nie będą podlegać ocenie. Nie będą także rozpatrywane oferty bez wymaganego portfolio.

Wykonawcy ponoszą wszelkie koszty własne związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, niezależnie od wyniku postępowania.

**Zamawiający dopuszcza możliwość składania ofert częściowych, na poszczególne części specjalistycznych usług marketingowych.**

VIII. **Dokumenty wymagane od Wykonawcy:**

- Oferta zgodnie z Załącznikiem nr 1
- Portfolio
- Referencje (opcjonalnie)

IX. **Osoba z FFW uprawniona do kontaktu:**

Pani Agnieszka Marianowicz-Szczygieł, tel. 22 45 09 859, adres e-mail: aszczygiel[at]cofund.org.pl

X. **Ofertę należy przekazać w terminie do:**

**26 października 2017 r. do godz. 12:00**

XI. **Ofertę można:**

- a. przesłać e-mailem na adres: aszczygiel[at]cofund.org.pl – decyduje data wyświetlenia wiadomości na komputerze odbiorcy.
- b. przesłać pocztą (w tym kurierem) na adres: Fundacja „Fundusz Współpracy”, ul. Górnośląska 4a, 00-444 Warszawa - decyduje data i godzina wpływu do Fundacji.
- c. dostarczyć osobiście do Kancelarii FFW na adres: Fundacja Fundusz Współpracy, ul. Górnośląska 4a, 00-444 Warszawa - decyduje data i godzina wpływu do Fundacji.

XII. **Informacja o planowanych zamówieniach uzupełniających**

Zamawiający dopuszcza możliwość zamówień uzupełniających, w wysokości nieprzekraczającej 50% wartości zamówienia publicznego, określonej w umowie.

XIII. **Inne postanowienia**

- d. Zamawiający dokona wyboru oferty w oparciu o kryteria oceny ofert.
- e. Niniejsze Zapytanie Ofertowe nie stanowi zobowiązania Fundacji Fundusz Współpracy do zawarcia umowy.
- f. Termin związania ofertą: 60 dni od zakończenia terminu składania ofert.
- g. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia prowadzonego zapytania bez podania przyczyny w każdym czasie, również po złożeniu i rozpatrzeniu ofert, a także zastrzega sobie możliwość nie dokonania wyboru.
- h. Zamawiający może prowadzić negocjacje cenowe z Oferentem, którego oferta została wybrana.
- i. Po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający wezwie niezwłocznie oferenta, który złożył najkorzystniejszą ofertę do zawarcia umowy. Jeżeli w terminie 7 dni od wezwania do podpisania umowy oferent nie zawrze umowy, zamawiający może podjąć negocjacje z oferentem, którego oferta była następną w kolejności
- j. Od dokonanego wyboru nie przewiduje się odwołań.

XIV. **Załączniki**

Załącznik nr 1 – Wzór oferty