

Warszawa 26.09.2017 r.

ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY**I. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest realizacja usług, zakupie mediów do przeprowadzenia ogólnopolskiej kampanii reklamowej w komunikacji miejskiej (np. metrze, autobusach, tramwajach, pociągach, na lotniskach) w największych miastach Polski: Warszawie, Poznaniu, Łodzi, Krakowie, Gdańsku, Szczecinie, Lublinie, Katowicach i Wrocławiu.

II. TERMIN SKŁADANIA OFERT I REALIZACJI

Ofertę należy przesłać w formacie PDF (ew. multimedia w formie linków) na adresy e-mail:

oferta@propellerfilm.pl oraz jakub.kubicki@propellerfilm.pl w terminie do dnia 29 września 2017 do godziny 18:00.

Osoba do kontaktu *Jakub Kubicki* jakub.kubicki@propellerfilm.pl, +48 664 194500

Emisja materiałów – od 03.11.2017 do 31.12.2017 r.

III. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

Oferta powinna zawierać:

- opis doświadczenia agencji wraz ze wskazaniem zrealizowanych projektów pokrewnych,
- propozycję sposobu wynagradzania za realizowane usługi,
- rekomendacje zakresu działań (media, ilość emisji, itp.) wraz z kalendarzem.
- aktualne zaświadczenia o niezaleganiu ze składkami ZUS oraz podatkami.

IV. BRIEF

Grupa docelowa: osoby w wieku prokreacyjnym (kobiety i mężczyźni 18-45 lat)

Elementy kampanii: 2 rodzaje spotów TV obejmujących następujący zakres tematyczny:

(1) zwiększenie świadomości Polaków na temat czynników wpływających na płodność (korzystnych a także niekorzystnych prowadzących do niepłodności) spot o długości 1x30s ze skrótem do 15s,

(2) informacje na temat chorób przenoszonych drogą płciową i infekcji narządów płciowych – spot o długości 1x30s ze skrótami 2x15s, lub 3x10s

2 rodzaje plakatów obejmujących następujący zakres tematyczny:

(1) zwiększenie świadomości Polaków na temat czynników wpływających na płodność (korzystnych a także niekorzystnych prowadzących do niepłodności),

(2) informacje na temat chorób przenoszonych drogą płciową i infekcji narządów płciowych (z uwzględnieniem kiły)

Cele: Naszym celem jest przygotowanie kampanii społecznej, uzupełniającej do kampanii telewizyjnej, której produktem będą spoty emitowane w środkach komunikacji miejskiej w największych miastach Polski oraz plakaty do zamieszczenia w środkach komunikacji publicznej i na przystankach (np. metrze, autobusach, tramwajach, pociągach, na lotniskach) w największych miastach Polski: Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Szczecinie, Bydgoszczy, Lublinie, Katowicach, Białymstoku.

Rezultaty do osiągnięcia:

Lp.	Zakładane rezultaty* realizacji zadania	Sposób monitorowania osiągniętych rezultatów	Planowany poziom osiągnięcia wskaźnika rezultatu (wartość docelowa)
1.	Docieramy do świadomości odbiorców grupy docelowej	Badanie stopnia dotarcia kampanii do adresata – ankiety, badania losowo wybranej grupy docelowej	60% grupy docelowej środki komunikacji miejskiej / outdoor
2.	Mamy wpływ na zmianę nawyków i zachowania odbiorców	Metody badania wpływu reklamy na zmianę stosunku odbiorcy do tematyki	Planowany wskaźnik 20% grupy docelowej.

Produkty:

Lp.	Produkt*	Działanie, podczas którego produkt został wytworzony**	Szacowana liczba produktów
1.	Filmy do emisji w środkach komunikacji miejskiej	Preprodukcja/koncepty kreatywne produkcja (spoty viralove)	2x30s + skróty

2.	Plakaty / billboardy/ outdoor	Powstanie konceptów kreatywnych oraz organizacja sesji zdjęciowej. Podczas kreacji powstanie jeden koncept kreatywny komunikujący różne treści. Zależy nam na spójności kampanii stąd wizualizacja będzie jedna	Do 5 zdjęć
----	-------------------------------	---	------------

V. KRYTERIA OCENY OFERT

(1) Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami: doświadczenie w różnych rodzajach produkcji, sposób wynagradzania za oferowane usługi, zakres proponowanych działań dla realizacji zadania, metodologię raportowania osiągniętych rezultatów, propozycje działań niestandardowych mających wpływ na spełnienie założonych rezultatów, potencjał realizacyjny.

(2) W kryterium „Doświadczenie” oferty będą oceniane na podstawie przedstawionych przez Wykonawcę opisów zrealizowanych przez niego projektów filmowych; mile widziane informacje na temat szczególnego kreatywnego/koncepcyjnego wkładu agencji w opisywane projekty.

(3) Podczas oceny oferty, a także na etapie realizacji zadania z zakresu zdrowia publicznego, oferent może zostać zobowiązany do przedstawienia potwierdzenia należytego szacowania kosztów wykazanych w ofercie. W tym celu oferent/realizator zadania powinien przedstawić wyliczenia/kalkulacje potwierdzające rynkowość cen uwzględnionych w kosztorysie oferty.

VI. ZASTRZEŻENIE O MOŻLIWOŚCI ODWOŁANIA LUB ZMIANY ZAPROSZENIA DO SKŁADANIA OFERT

Zamawiający zastrzega sobie możliwość odwołania lub zmiany Zaprośzenia do złożenia ofert bez podania przyczyny. Jednocześnie informujemy, iż zgodnie z obowiązującym prawem niniejsze Zaprośzenie nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu Ustawy Prawo zamówień publicznych.

VII. POSTANOWIENIA DODATKOWE

Oferent składając ofertę wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach realizacji konkursu, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 2016 r. poz. 922). W przypadku przetwarzania danych osobowych uczestników zadania oraz

osób zaangażowanych w realizację zadania, Realizator zobowiązany jest posiadać zgodę tych osób na przetwarzanie ich danych, która zawiera w szczególności zgodę na udostępnianie ich danych do celów monitoringu, kontroli, ewaluacji realizowanego zadania.

VIII. TERMIN I SPOSÓB OGŁOSZENIA WYNIKÓW KONKURSU OFERT

Wyniki konkursu ofert zostaną podane po zakończeniu oceny merytorycznej do wiadomości na stronie internetowej <http://www.propellerfilm.pl/zapytania>