

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na obsłudze emisji kampanii informacyjnych w internecie.

Kod CPV: 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Zamawiający oszacował całkowitą wartość zamówienia na kwotę 65 040,65 zł netto.

Zamówienie będzie współfinansowane w ramach Projektu Pomocy Technicznej Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

I. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest obsługa emisji kampanii informacyjnych¹ w:

1. Google (obejmująca reklamy w wyszukiwarce oraz sieci reklamowej Google, reklamy graficzne oraz remarketing)
2. Facebook
3. Instagram
4. YouTube
5. Twitter
6. innych kanałach mediów społecznościowych uzgodnionych z Wykonawcą w trakcie realizacji Umowy

Kampanie będą emitowane z wykorzystaniem profili zarządzanych przez Zamawiającego:

1. Facebook: @MKiSGOVPL
2. Instagram: @mkis_gov_pl
3. YouTube: @ministerstwoklimatuiśrodowiska
4. Twitter: @MKiS_GOV_PL

Działania będą prowadzone w okresie: od dnia zawarcia umowy, maksymalnie do 30 listopada 2021 r. lub do wyczerpania kwoty przeznaczonej przez Zamawiającego na realizację

¹ Zamawiający ze względu na specyfikę mediów społecznościowych, na potrzeby niniejszego zamówienia poprzez termin emisji kampanii informacyjnej w internecie rozumie wszelkie płatne emisje materiałów i treści reklamowych, postów lub innych formatów wykorzystywanych w danym portalu społecznościowym lub sieci reklamowej i wyszukiwarce Google.

zamówienia odpowiadającej wynagrodzeniu Wykonawcy przewidzianemu Umową, w zależności od tego, które z tych zdarzeń nastąpi wcześniej.

Zamawiający nie precyzuje liczby emitowanych kampanii w ramach prowadzonej przez Wykonawcę obsługi. Plan realizacji kampanii będzie każdorazowo proponowany przez Wykonawcę, na podstawie przekazanych przez Zamawiającego założeń. Zamawiający przewiduje realizację nie więcej niż 2 kampanii tygodniowo. Wybór tematu i celów poszczególnych kampanii realizowanych w ramach niniejszego zamówienia należy do Zamawiającego, będzie uzależniony od aktualnie podejmowanej tematyki.

W ramach niniejszego zamówienia Zamawiający zapewnia wszystkie formaty reklamowe do realizacji zamówienia i nie będzie wymagał świadczenia usługi graficznej i/lub korekty materiałów reklamowych.

II. UZASADNIENIE I CEL ZAMÓWIENIA

1. OGÓLNE ZAŁOŻENIA

W perspektywie finansowej na lata 2014-2020, Polska z budżetu Unii Europejskiej ma do dyspozycji w ramach sektora energetyka Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 – (POIiŚ 2014-2020) ponad 12 mld zł, na wsparcie inwestycji w obszarach odnawialnych źródeł energii, efektywności energetycznej oraz bezpieczeństwa energetycznego kraju. Dodatkowo, istotne są działania związane z aktywowaniem grup docelowych, mających wpływ na poprawę jakości powietrza.

Ponadto, w ramach programu Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie (NFOŚiGW), we współpracy z Ministerstwem Klimatu i Środowiska, realizuje projekt pn. „Ogólnopolski system wsparcia doradczego dla sektora publicznego, mieszkaniowego oraz przedsiębiorców w zakresie efektywności energetycznej oraz OZE”.

Ministerstwo Klimatu i Środowiska, jako instytucja odpowiedzialna za efektywne wykorzystanie funduszy europejskich w ramach POIiŚ 2014-2020 – sektor energetyka, ma obowiązek zapewnienia społeczeństwu informacji na temat projektów współfinansowanych z funduszy UE.

2. CELE KAMPANII

- a. poinformowanie o naborze wniosków o dofinansowanie dla projektów inwestycyjnych związanych z wytwarzaniem energii z OZE wraz z podłączeniem tych źródeł do sieci

dystrybucyjnej/przesyłowej (poddziałanie 1.1.1. POIiŚ) – co przełoży się na zwiększenie aktywizacji grupy docelowej w zakresie aplikowania o środki w ramach POIiŚ 2014-2020,

- b. pokazanie efektów i korzyści wynikające dla mieszkańców Polski z inwestycji realizowanych z POIiŚ 2014-2020,
- c. prezentacja pozytywnych przykładów zmian, jakie dokonały się dzięki wsparciu funduszy europejskich w sektorze energetyka POIiŚ 2014-2020,
- d. poinformowanie o możliwościach bezpłatnego wsparcia ze strony profesjonalnych doradców energetycznych w planowaniu i wdrażaniu ekologicznych inwestycji oraz zachęcenie grup docelowej do korzystania z tych usług.

3. OBSZARY TEMATYCZNE KAMPANII

Projekty dla sektora energetyka w ramach POIiŚ 2014-2020 obejmują następujące obszary:

- 1. OZE – produkcja i wykorzystywanie zielonej energii
- 2. Efektywność energetyczna – dotyczy sektora publicznego i mieszkaniowego i polega na wprowadzeniu rozwiązań pozwalających na mniejsze zużycie energii (np. modernizacja budynków użyteczności publicznej i budynków mieszkalnych, poprzez termomodernizację budynków, czy zastosowaniu zasilania oświetlenia w budynkach dzięki energii elektrycznej pochodzącej z ogniw fotowoltaicznych).
- 3. Systemy ciepłownicze i chłodnicze – czyli sieci, wraz ze współpracującymi z nimi instalacjami i urządzeniami, służące do dystrybucji ciepła do odbiorców.
- 4. Kogeneracja – czyli wytwarzanie ciepła i energii elektrycznej w jednym procesie technologicznym..
- 5. Inteligentne sieci – czyli sieci elektroenergetyczne ze wzajemną komunikacją wszystkich uczestników rynku służącą do obniżenia kosztów i poprawienia efektywności wykorzystania energii.
- 6. Doradztwo energetyczne – polega na działaniu punktów doradczych zlokalizowanych na terenie Polski, w których konsultanci udzielają bezpłatnych informacji i wsparcia osobom fizycznym, przedsiębiorcom z sektora publicznego, w tym gminom, oraz z sektora mieszkaniowego w tym spółdzielniom mieszkaniowym, planującym rozpocząć i rozwijać swoją działalność przy podnoszeniu efektywności energetycznej budynków i korzystaniu z OZE.

Kampanie informacyjne będą dotyczyły wszystkich wymienionych w pkt. 3 (1-6) obszarów tematycznych i będą prowadzone na bieżąco w miarę pojawiających się potrzeb Zamawiającego.

4. GRUPA DOCELOWA

Kampanie informacyjne będą skierowane do dwóch grup docelowych, które stanowią:

1. Przedsiębiorcy / podmioty- wytwórcy energii, w tym z odnawialnych źródeł energii odnawialnej. W skład grupy docelowej wchodzi również stowarzyszenia / organizacje skupiające segment wytwórców energii z OZE i wspierające ich działalność.
 2. Odbiorcy rezultatów – ogół społeczeństwa (mieszkańcy Polski w wieku od 17 do 59 lat).
- Media internetowe wykorzystane do prowadzenia działań powinny mieć charakter informacyjny, sprofilowany odpowiednio na grup docelowych określonych w pkt. 4)1 i 4)2.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS ZADAŃ

1. PLANOWANIE KAMPANII

1. Wykonawca zaplanuje emisję kampanii. Zaplanowanie emisji kampanii obejmuje zaproponowanie kluczowych parametrów kampanii na podstawie przedstawionych przez Zamawiającego założeń kampanii oraz dostarczonej kreacji, m.in.:
 - a. kanałów komunikacji,
 - b. optymalnych formatów reklamowych (wraz z ich specyfikacjami) lub w przypadku dostarczenia gotowych formatów reklamowych, dopasowania planu kampanii do ich specyfiki,
 - c. segmentów grup docelowych,
 - d. dobór słów kluczowych w porozumieniu z Zamawiającym,
 - e. czasu trwania i intensywności kampanii,
 - f. budżetu kampanii.
2. Wykonawca przedstawi plan kampanii w terminie wskazanym przez Zamawiającego, w ciągu od 1 do 5 dni roboczych od dnia otrzymania od Zamawiającego zlecenia z założeniami kampanii. W przypadku uwag do planu kampanii Wykonawca przedstawi poprawiony plan kampanii w ciągu 1 dnia roboczego od otrzymania od Zamawiającego uwag. Dopuszcza się maksymalnie 2 tury uwag.

3. Przy planowaniu kampanii Wykonawca jest zobowiązany do współpracy roboczej ze wskazanym przez Zamawiającego: agencją reklamową, tj. wykonawcą odpowiedzialnego za inne elementy kampanii, który może przedstawiać propozycje realizacji kampanii oraz dostarczać kreacje. Zamawiający przekaze Wykonawcy kreacje reklamowe na potrzeby emisji, zgodnie ze specyfikacjami zawartymi w planie kampanii przedstawionym przez Wykonawcę.

2. ZAKUP EMISJI KAMPANII

1. Wykonawca na podstawie zaakceptowanego przez Zamawiającego planu kampanii uruchomi kampanię oraz zrealizuje płatność za ich emisję. W tym celu Zamawiający udostępni Wykonawcy konta reklamowe na profilach społecznościowych zarządzanych przez Zamawiającego, w sposób umożliwiających realizację kampanii.
2. Kampanie w wyszukiwarce Google oraz mediach społecznościowych, Wykonawca będzie realizował wykorzystując konto Ads Zamawiającego, Zamawiający zapewni Wykonawcy dostęp do konta Ads, a obowiązkiem Wykonawcy będzie właściwe ustawienie i optymalizacja konta Zamawiającego. Wykonawca będzie realizował w oparciu o konta reklamowe Zamawiającego (lub własne konta reklamowe, wybór rozwiązania w tym zakresie należy do Zamawiającego).

3. MONITOROWANIE I OPTYMALIZOWANIE KAMPANII

1. Wykonawca będzie prowadził bieżący monitoring realizowanych kampanii, w tym zobowiązany będzie do wprowadzania zmian/korygowania ustawień kampanii na bieżąco, tak aby osiągnąć cele postawione w planie kampanii. Wprowadzanie zmian parametrów kampanii lub zmian kreacji wymaga akceptacji Zamawiającego.
2. Ewaluacja kreacji pod kątem zgodności z wymogami mediów społecznościowych o których mowa w pkt. I. W przypadku negatywnej oceny kreacji przez system reklamowy Wykonawca przekaze Zamawiającemu szczegółowe wytyczne w zakresie koniecznych do wprowadzenia uwag i poprawek do kreacji.
3. Wykonawca w trakcie realizacji Zamówienia będzie zobowiązany do:
 - a. ścisłej współpracy z Zamawiającym i bieżących konsultacji opracowywanych materiałów,
 - b. uwzględniania dostarczanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zadania: informacji, uwag i rekomendacji,

- c. współpracy z agencją odpowiedzialną za kreację i projekty graficzne reklam², wskazaną przez Zamawiającego,
4. emisji materiałów z uwzględnieniem wymogów dotyczących ich dostępności określonych w wytycznych WCAG (w zakresie w jakim umożliwiają to serwisy społecznościowe), np. poprzez wgrywanie opisów alternatywnych do grafik lub linkowanie do opisów alternatywnych do grafik lub linkowanie do plików z wersjami dostępnymi,
 5. Sygnalizowanie Zamawiającemu niskiej efektywności reklamowej przekazanej kreacji, celem jej modyfikacji lub podmiany.
 6. Realizacja kampanii – kampania będzie prowadzona tylko z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych oraz z użyciem targetowanych form reklamowych. W uzasadnionych przypadkach emisja reklam powinna uwzględniać przeprowadzenie testów A/B.
 7. Wykonawca będzie kontrolował nieprzekroczenie wysokości założonego budżetu kampanii oraz kończył kampanię w terminie osiągnięcia wysokości założonego budżetu.
 8. Wykonawca na bieżąco będzie informował Zamawiającego o potencjalnych zagrożeniach kryzysem lub o sytuacjach kryzysowych powstałych w związku z realizacją kampanii. W przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej Strony wspólnie ustalą formę działania i reakcji. W przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej, Wykonawcy kampanii nie wolno udzielać żadnych wypowiedzi lub komentarzy w mediach społecznościowych bez wcześniejszej akceptacji Zamawiającego w formie pisemnej lub e-mailowej lub innej elektronicznej formie pisemnej.

4. RAPORTOWANIE I OCENA REALIZACJI KAMPANII

Raportowanie skuteczności i efektywności realizowanych kampanii:

1. Raport cząstkowy – podsumowujący każdą pojedynczą kampanię trwającą krócej niż 3 tygodnie.
2. Raport miesięczny - podsumowujący wszystkie kampanie zrealizowane w danym miesiącu, zawierający:
 - a. informacje i wskaźniki dotyczące efektywności zrealizowanych kampanii,

² Zamawiający oświadcza, że będzie dysponował prawami autorskimi lub licencjami do materiałów i utworów przekazywanych Wykonawcy do emisji w mediach społecznościowych.

- b. ocenę efektywności kampanii i rekomendacje dotyczące optymalizacji prowadzonych działań,
 - c. wszystkie wyemitowane materiały (posty, reklamy itp.),
 - d. dokument kosztowy potwierdzający obciążenie Wykonawcy kosztami realizacji kampanii.
3. Raport specjalny – przygotowany na wniosek Zamawiającego np. raport tygodniowy zawierający podsumowanie głównych wskaźników we wskazanej kampanii.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który spełni następujące warunki:

1. Posiada wiedzę i doświadczenie oraz dysponuje odpowiednim potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia. Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże się należytych wykonaniem, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywaniem, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, co najmniej 3 usług polegających na realizacji kampanii w sieci reklamowej Google i/lub wyszukiwarce Google i/lub w Facebook i/lub w Instagram o wartości co najmniej 30 000,00 zł brutto każda. W przypadku wykazania się przez Wykonawcę doświadczeniem w zakresie usługi wykonywanej (będącej w trakcie realizacji), Zamawiający uzna warunek za spełniony jeżeli do upływu terminu składania ofert, usługa została wykonana należycie na kwotę co najmniej 30 000,00 zł brutto.
2. Przedstawione usługi powinny być potwierdzone skanem protokołu odbioru zamówienia lub skanem referencji wystawionych przez instytucję publiczną lub firmę, dla której usługa została wykonana.
3. Przez jedną usługę Zamawiający rozumie usługę wykonaną w ramach jednej umowy. Zamawiający dopuszcza w celu spełnienia ww. warunku łączenie 2 wykazanych usług które były zrealizowane w ramach jednej umowy, pod warunkiem, że każda z tych usług została wykonana na kwotę, co najmniej 30.000,00 zł brutto.
4. Wykonawca w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu złoży wypełniony „Formularz Ofertowy” stanowiący *Załącznik nr 1* do SOPZ, wraz ze skanami dokumentów potwierdzających wykonanie usług o których mowa w pkt. IV.1

i IV.2. Wykonawcy, którzy nie spełnią tego warunku, nie będą brani pod uwagę przy ocenie ofert.

5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych / wariantowych.

V. KRYTERIUM OCENY OFERT

1. Ocenie podlegają oferty spełniające wszystkie punkty opisane w pkt. IV SOPZ.
2. Przy wyborze oferty Zamawiający będzie kierował się nw. kryteriami oceny, przypisując im odpowiednio wagi procentowe. Przyjmuje się, że 1% wagi kryterium = 1 punkt. Wszystkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, a zaokrąglenie zostanie dokonane zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami matematyki.
3. Oferty zostaną ocenione przez Zamawiającego w oparciu o następujące kryteria i ich znaczenie:

Kryterium	Waga	Punktacja
Prowizja za obsługę kampanii w internecie	60%	60 pkt
Dodatkowe doświadczenie	30%	30 pkt
Liczba zatrudnionych osób niepełnosprawnych	10%	10 pkt
Razem	100%	100 pkt

a. Kryterium Prowizji (Kp)

Wykonawca określi wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii w internecie z uwzględnieniem wszelkich kosztów niezbędnych do zrealizowania zamówienia wynikających wprost z SOPZ, Opisu przedmiotu zamówienia oraz ujmie wszystkie inne koszty i składniki w nich nie zawarte, a bez których nie można wykonać zamówienia. Wartość prowizji za obsługę emisji kampanii w internecie musi być wyższa niż 0%. Wykonawca jest zobowiązany do uzyskania wszelkich niezbędnych informacji, które są konieczne do prawidłowej wyceny przedmiotu zamówienia i zawarcia umowy, gdyż wyklucza się możliwość roszczeń Wykonawcy związanych z błędnym skalkulowaniem ceny (prowizji) lub pominięciem elementów niezbędnych do prawidłowego wykonania umowy. Nie dopuszcza się wariantowości cen (prowizji). W kryterium (Kp) najwyższą liczbę punktów (60) otrzyma oferta zawierająca najniższą prowizję (%), a każda następna odpowiednio zgodnie ze wzorem:

$$Kp = \frac{\text{najniższa prowizja (\%) oferty spośród ofert podlegających ocenie}}{\text{prowizja (\%) ocenianej oferty}} \times 60$$

Kp - wartość punktowa ocenianej oferty

b. Kryterium Dodatkowe doświadczenie (Kd)

Zamawiający oceni to kryterium w oparciu o wyszczególnione przez Wykonawcę dodatkowe usługi³ oraz dołączone do oferty skany dokumentów potwierdzających ich wykonanie.

Dodatkowe usługi powinny być wymienione w wykazie dodatkowych usług stanowiących Załącznik nr 2 do SOPZ. Przedstawione usługi nie mogą być tożsame z usługami wymienionymi w pkt. IV.1

Zamawiający za każdą usługę wyszczególnioną w wykazie Dodatkowe usługi przyzna 5 punktów. Maksymalnie w tym kryterium Wykonawca może otrzymać 30 punktów. W przypadku braku złożonej deklaracji dot. dodatkowych zrealizowanych usług Zamawiający nie przydzieli Wykonawcy punktów w tym kryterium.

c. Kryterium - Liczba zatrudnionych osób niepełnosprawnych do realizacji zamówienia (Ks)

W tym kryterium (Ks) punkty zostaną przyznane odpowiednio:

5 punktów – za zadeklarowanie przez Wykonawcę zatrudnienia 1 osoby niepełnosprawnej w wymiarze co najmniej pół etatu na podstawie umowy o pracę, zgodnie z ustawą Kodeks pracy (Dz.U. z 2016 r. poz. 1666 z późn. zm.)

10 punktów – za zadeklarowanie przez Wykonawcę 2 osób niepełnosprawnych i więcej w wymiarze co najmniej pół etatu każda na podstawie umowy o pracę, zgodnie z ustawą Kodeks pracy (Dz.U. z 2016 r. poz. 1666 z późn. zm.)

³ Zamawiający poprzez dodatkowe usługi rozumie usługi polegające na zrealizowaniu kampanii reklamowych w sieci reklamowej Google i/lub wyszukiwarce Google i/lub w Facebook i/lub w Instagram, przez osobę skierowaną do realizacji zamówienia posiadającą doświadczenie w realizacji kampanii reklamowych w sieci reklamowej Google i/lub wyszukiwarce Google.

Maksymalnie w ramach przedmiotowego kryterium Wykonawca może otrzymać 10 punktów. W przypadku braku złożonej deklaracji dot. zatrudnienia osób niepełnosprawnych w formularzu ofertowym, Zamawiający nie przydzieli Wykonawcy punktów w tym kryterium.

Zamawiający rozumie przez **osobę niepełnosprawną** – osobę spełniającą przesłanki statusu niepełnosprawności określone ustawą z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 2046 z późn. zm.) lub we właściwych przepisach państw członkowskich Unii Europejskiej lub Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Zatrudnienie osoby niepełnosprawnej powinno trwać przez cały okres realizacji zamówienia.

W przypadku wygaśnięcia lub rozwiązania stosunku pracy przed zakończeniem tego okresu, Wykonawca jest obowiązany do zatrudnienia na to miejsce innej osoby niepełnosprawnej.

4. Uzyskane w ramach poszczególnych kryteriów punkty zostaną zsumowane wg. następującego wzoru **$W = Kp + Kd + Ks$**

Oceny będą zaokrąglane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach. W przypadku gdy dwie lub więcej ofert uzyska taki sam bilans punktów, Zamawiający wybierze ofertę z niższą prowizją.

VI. WARUNKI WYBORU WYKONAWCY

1. W przypadku złożenia niekompletnej oferty lub złożenia oferty po terminie, Zamawiający zastrzega sobie prawo jej odrzucenia, bez poinformowania Oferenta.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odpowiedzi tylko na wybraną ofertę.
3. Umowa zostanie sporządzona na podstawie wzoru umowy obowiązującej w Ministerstwie Klimatu i Środowiska.
4. Niniejsza oferta nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych oraz nie kształtuje zobowiązania Zamawiającego do przyjęcia którejkolwiek z ofert. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z zamówień bez wyboru którejkolwiek ze złożonych ofert.

5. Zamawiający zastrzega sobie, że całościowa oferowana cena stanowi informację publiczną w rozumieniu Ustawy o dostępie do informacji publicznej i w przypadku zastrzeżenia jej przez Oferenta jako tajemnicy przedsiębiorstwa lub tajemnicy przedsiębiorcy jego oferta zostanie odrzucona.
6. Oferty należy przesyłać w formie elektronicznej na adres: agnieszka.napiorkowska@klimat.gov.pl w terminie **do końca dnia 16 lutego 2021 r.**
7. Postępowanie jest prowadzone na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz.2019) tj. z wyłączeniem przepisów tej ustawy.