



ZAPYTANIE OFERTOWE

Gmina Lublin, z siedzibą w Lublinie przy placu Króla Władysława Łokietka 1, zwana dalej „Zamawiającym”, zaprasza do składania ofert na ***prowadzenie kampanii w mediach społecznościowych podnoszących świadomość Lublina dotyczących dziedzictwa kulturowego*** w ramach realizacji projektu „Dziedzictwo kulturalne od kuchni – promocja tradycji kulinarnych oraz profesjonalizacja oferty gastronomicznej Lublina i Równego” współfinansowanego przez Unię Europejską na potrzeby Europejskiego Instrumentu Sąsiedztwa w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska – Białoruś – Ukraina 2014–2020.

Szczegóły dotyczące zamówienia:

Celem usługi jest ochrona i propagowanie dziedzictwa kulturowego i historycznego regionów transgranicznych (miasta Lublin i miasta Równe), wzmacnianie powiązań kulturowych i współpracy, poprawę wizerunku i atrakcyjności regionu oraz zwiększanie potencjału społeczności lokalnych.

Działania mają na celu budowanie pozytywnego wizerunku miast, które podejmą działania promujące dziedzictwo i tradycje kulinarne miasta i regionu, wspierają rozwój lokalnego biznesu, zdobywają i dzielą się fachową wiedzą o miejscu pochodzenia.

Opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest prowadzenie kampanii marketingowej w mediach społecznościowych podnoszących świadomość dziedzictwa kulturowego poprzez:

- angażowanie użytkowników,
- pobudzanie do interakcji,
- kreowanie nowych tematów do dyskusji,
- rozwijanie bazy kontaktów i znajomych,
- regularne pozyskiwanie fanów,
- pobudzanie do ich udostępniania i promowania przez użytkowników.

Kampania promocyjno-informacyjna będzie prowadzona na portalach społecznościowych tj.: Facebook, Instagram itp. (ruch na stronie).

Oczekiwania Zamawiającego:

1. Wykonawca zobowiązany będzie do:

- 1) kompleksowego opracowania i realizacji internetowej kampanii wizerunkowej „Dziedzictwa kulturalnego Lublina od kuchni” (gastronomicznego) w mediach społecznościowych Facebook i Instagram z wykorzystaniem różnych narzędzi komunikacji, w tym narzędzi reklamowych;
- 2) przygotowania spójnej linii kreatywnej kampanii obejmującej również identyfikację wizualną publikacji w mediach społecznościowych, w której skład wejdzie m.in. 6 szablonów grafik;
- 3) realizacji kampanii targetowanej na następujące województwa: lubelskie, mazowieckie, świętokrzyskie, podkarpackie, małopolskie, łódzkie;
- 4) realizacji kampanii za pomocą stron Zamawiającego w ww. mediach społecznościowych;



- 5) współpracy z blogerami / influencerami i wpływowymi osobami z branży;
- 6) publikacji min. 10 postów w terminie **od 16 listopada do 18 grudnia br.** o lokalnych daniach świątecznych kuchni lubelskiej na podstawie dostępnej oferty lubelskich podmiotów gastronomicznych, np. uczestników Programu „Miejsca Inspiracji”.
2. Wykonawca zobowiązany będzie w terminie **od 1 stycznia do 28 lutego 2021 r.** do:
 - 1) realizacji kampanii opartej o min. 10 materiałów video o długości 1-3 min. przedstawiających sylwetki lubelskich szefów kuchni, w tym podczas przygotowywania potraw spośród lubelskich podmiotów gastronomicznych, np. uczestników Programu „Kuchnia Inspiracji”.
 - 2) promocji dziedzictwa kulinarnego z wykorzystaniem linii kreatywnej kampanii i identyfikacji wizualnej z udziałem influencerów / blogerów / krytyków kulinarnych z wykorzystaniem min. 10 publikacji.
3. Wykonawca zobowiązany będzie w terminie **od 1 marca do 31 lipca 2021 r.** do publikacji min. 4 postów/m-c na wskazanych stronach w serwisie Facebook i Instagram z wykorzystaniem linii kreatywnej i identyfikacji wizualnej kampanii.
4. Wykonawca zobowiązany będzie do opatrzenia wszystkich materiałów w audiodeskrypcję oraz w napisy (w jęz. polskim i jęz. angielskim) w przypadku materiałów audiowideo.
5. Realizacja materiału tekstowego oraz graficznego w oparciu o System Identyfikacji Wizualnej Miasta Lublin a także o Wytyczne dotyczące działań promocyjnych mieszczących się na stronie <https://www.pbu2020.eu/pl/pages/355>.
6. Działania promocyjne będą skierowane przede wszystkim do mieszkańców i turystów, którzy chcą uczestniczyć w wydarzeniach miejskich.
7. Wykonawca musi w kampanii kierować ruch na wskazane przez Zamawiającego strony internetowe, strony w portalach Facebook, Instagram, YouTube itp.
8. Wykonawca zobowiązany będzie do przygotowywania comiesięcznych raportów dokumentujących realizację przedmiotu zamówienia, podsumowujących dane ilościowe oraz przekazywanie wniosków i rekomendacji.

Termin realizacji Umowy:

Termin realizacji internetowej kampanii wizerunkowej **do 31 lipca 2021 r.**

Warunki udziału w postępowaniu:

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy łącznie spełniają warunki dotyczące:

1. Posiadania niezbędnego doświadczenia w prowadzeniu stron na Facebooku jednostek sektora publicznego, przedsiębiorstw, organizacji. Minimum 6 stron w okresie 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności gospodarczej jest krótszy – w tym okresie.
2. Posiadania doświadczenia w realizacji opracowań audiowizualnych opublikowanych na stronach na Facebooku jednostek sektora publicznego, przedsiębiorstw, organizacji. Minimum 6 opracowań audiowizualnych opublikowanych na ww. Stronach w okresie 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności gospodarczej jest krótszy – w tym okresie.



Na potwierdzenie posiadanego doświadczenia zawodowego oraz kwalifikacji należy załączyć wykaz realizowanych / zrealizowanych zleceń prowadzenia stron na Facebooku jednostek sektora publicznego, przedsiębiorstw, organizacji oraz wykaz realizowanych / zrealizowanych zleceń realizacji opracowań audiowizualnych opublikowanych na stronach na Facebooku jednostek sektora publicznego, przedsiębiorstw, organizacji.

Wykazy powinny zawierać: adres strony, nazwę / krótki opis realizowanego / zrealizowanego zlecenia, termin wykonania i wskazanie podmiotu, na rzecz którego było ono wykonywane (załącznik nr 2).

Kryteria oceny:

Kryteria oceny:

1) Oferowana cena (30%)

W powyższym kryterium oceniana będzie cena brutto ofert.

Liczba punktów w tym kryterium będzie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$\frac{\text{najniższa cena brutto}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 30$$

Cena powinna zawierać wszystkie koszty, składniki i podatki niezbędne do wykonania zamówienia i przewidziane przepisami prawa.

Cenę brutto należy podać w PLN, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (załącznik nr 1).

2) Kwota z ceny brutto przeznaczona na zakup mediów (reklam) i zewnętrznych świadczeń reklamowych (30%)

Liczba punktów w tym kryterium będzie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$\frac{\text{kwota z ceny brutto badanej oferty}}{\text{najwyższa kwota z ceny brutto ze złożonych ofert}} \times 30$$

Kwota powinna zawierać wszystkie koszty, składniki i podatki niezbędne do wykonania zamówienia i przewidziane przepisami prawa.

Kwotę należy podać w PLN, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (załącznik nr 1).

3) Ocena jakościowa koncepcji kreatywnej kampanii zawierającej: 2 przykładowe szablony grafik, 2 przykładowe scenariusze materiałów video przedstawiających sylwetki lubelskich szefów kuchni, 1 przykładową koncepcję współpracy z influencerem / blogerem / krytykiem kulinarnym (40%)



W powyższym kryterium oceniana będzie jakość koncepcji kreatywnej kampanii (KK) składająca się z:

- koncepcji kreatywnej kampanii,
- 2 propozycji szablonów grafik,
- 2 przykładowych scenariuszy materiałów video przedstawiających sylwetki lubelskich szefów kuchni,
- 1 przykładowej koncepcji współpracy z influencerem / blogerem / krytykiem kulinarnym.

Punkty w ramach tego kryterium (maksymalnie 40 pkt) zostaną przyznane przez Członków Komisji na podstawie przesłanych koncepcji kreatywnych kampanii wizerunkowej. Każda osoba z Komisji przyzna od 1 do 5 pkt każdej z ofert. Punkty przyznane poszczególnym oferentom zostaną zsumowane i podzielone przez liczbę Członków Komisji. Liczba punktów w ramach tego kryterium zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

$$KK = (CK_1 + CK_2 + CK_3) / N \times 8$$

CK – Członek Komisji

N – liczba Członków Komisji

Miejsce oraz termin składania ofert:

Termin składania ofert: **do dnia 26 października 2020 roku do godz. 10:00.**

Ofertę (załącznik nr 1) wraz ze skanami dokumentów niezbędnych do oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz do oceny ofert, tj.: koncepcję kreatywną kampanii wizerunkowej; wykaz doświadczenia zawodowego (załącznik nr 2) oraz podpisaną klauzulę informacyjną, dotyczącą przetwarzania danych osobowych (załącznik nr 3) **należy przesłać drogą elektroniczną** na adres: karolina.drabik@lublin.eu (Biuro Rozwoju Turystyki Urzędu Miasta Lublin).

Osoba fizyczna powinna w treści swojej oferty umieścić oświadczenie:

"Oświadczam, że rezygnuję z prawa do prywatności, o którym mowa w art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001r.

O dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2019 r., poz. 1580 t.j.) dotyczącego ochrony danych osobowych, w zakresie mojego imienia i nazwiska, na potrzeby odpowiedzi na wnioski o udzielenie informacji publicznej dotyczące niniejszego postępowania".

Niniejsze zapytanie jest zapytaniem ofertowym nie objętym przepisami Prawo zamówień publicznych ani nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

Zamawiający zastrzega sobie prawo modyfikacji procedury wyboru Wykonawcy bez podania przyczyny.

Zamawiający przewiduje możliwość prowadzenia negocjacji z wybranymi lub wybranym Wykonawcą celem uzyskania możliwie korzystnych warunków realizacji zamówienia.

O ewentualnym wybraniu Państwa oferty zostaniecie Państwo poinformowani na BIP Urzędu Miasta Lublin.

Z wybranym Wykonawcą zostanie podpisana umowa na podstawie otrzymanej oferty.