

Ogłoszenie nr 605589-N-2019 z dnia 2019-10-04 r.

**Wojewódzki Urząd Pracy: Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny
Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO
WER).**

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - Usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: Zamieszczanie obowiązkowe

Ogłoszenie dotyczy: Zamówienia publicznego

Zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej
Tak

Nazwa projektu lub programu

Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz
Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (POWER)

**O zamówienie mogą ubiegać się wyłącznie zakłady pracy chronionej oraz wykonawcy, których
działalność, lub działalność ich wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą
realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami
grup społecznie marginalizowanych**

Nie

Należy podać minimalny procentowy wskaźnik zatrudnienia osób należących do jednej lub więcej
kategorii, o których mowa w art. 22 ust. 2 ustawy Pzp, nie mniejszy niż 30%, osób zatrudnionych
przez zakłady pracy chronionej lub wykonawców albo ich jednostki (w %)

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

Postępowanie przeprowadza centralny zamawiający

Nie

**Postępowanie przeprowadza podmiot, któremu zamawiający powierzył/powierzyli
przeprowadzenie postępowania**

Nie

Informacje na temat podmiotu któremu zamawiający powierzył/powierzyli prowadzenie postępowania:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie przez zamawiających

Nie

Jeżeli tak, należy wymienić zamawiających, którzy wspólnie przeprowadzają postępowanie oraz podać adresy ich siedzib, krajowe numery identyfikacyjne oraz osoby do kontaktów wraz z danymi do kontaktów:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej

Nie

W przypadku przeprowadzania postępowania wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej – mające zastosowanie krajowe prawo zamówień publicznych:

Informacje dodatkowe:

I. 1) NAZWA I ADRES: Wojewódzki Urząd Pracy, krajowy numer identyfikacyjny 27685569600000, ul. Kościuszki 30 ; 40-048 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. 0 32 757 33 61, , e-mail wup@wup-katowice.pl, , faks -.

Adres strony internetowej (URL): <http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Adres profilu nabywcy:

Adres strony internetowej pod którym można uzyskać dostęp do narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Inny (proszę określić):

jednostka organizacyjna samorządu województwa nieposiadająca osobowości prawnej

I.3) WSPÓLNE UDZIELANIE ZAMÓWIENIA (jeżeli dotyczy):

Podział obowiązków między zamawiającymi w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania, w tym w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej (który z zamawiających jest odpowiedzialny za przeprowadzenie postępowania, czy i w jakim zakresie za przeprowadzenie postępowania odpowiadają pozostali zamawiający, czy zamówienie będzie udzielane przez każdego z zamawiających indywidualnie, czy zamówienie zostanie udzielone w imieniu i na rzecz pozostałych zamawiających):

I.4) KOMUNIKACJA:

Nieograniczony, pełny i bezpośredni dostęp do dokumentów z postępowania można uzyskać pod adresem (URL)

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Adres strony internetowej, na której zamieszczona będzie specyfikacja istotnych warunków zamówienia

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Dostęp do dokumentów z postępowania jest ograniczony - więcej informacji można uzyskać pod adresem

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przysłać:

Elektronicznie

Nie

adres

Dopuszczone jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Nie

Inny sposób:

Wymagane jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Tak

Inny sposób:

pisemnie

Adres:

Wojewódzki Urząd Pracy, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice

Komunikacja elektroniczna wymaga korzystania z narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

Nie

Nieograniczony, pełny, bezpośredni i bezpłatny dostęp do tych narzędzi można uzyskać pod adresem: (URL)

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER).

Numer referencyjny: PN/13/19

Przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia przeprowadzono dialog techniczny

Nie

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi

II.3) Informacja o możliwości składania ofert częściowych

Zamówienie podzielone jest na części:

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu można składać w odniesieniu do:

Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia łącznie następujących części lub grup części:

Maksymalna liczba części zamówienia, na które może zostać udzielone zamówienie jednemu wykonawcy:

II.4) Krótki opis przedmiotu zamówienia (wielkość, zakres, rodzaj i ilość dostaw, usług lub robót budowlanych lub określenie zapotrzebowania i wymagań) a w przypadku partnerstwa

innowacyjnego - określenie zapotrzebowania na innowacyjny produkt, usługę lub roboty

budowlane: Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o możliwościach wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER) w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach. I. KAMPANIA RPO WSL: 1. Prezentacja przedmiotu kampanii Przedmiotem kampanii jest promocja możliwości wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach: 1.1 Obszar: aktywizacja zawodowa • wsparcie dla osób po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy, 1. 2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników • wsparcie dla firm: dofinansowanie od 50% do 80% usług rozwojowych (szkolenia i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samo zatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania, 1.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe • bezpłatne szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących, należących do grup defaworyzowanych tj. osób o niskich kwalifikacjach, 50+, mieszkańców obszarów wiejskich itp. 2. Zadania dla Wykonawcy: 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów 2.3 Realizacja kampanii 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego. 3. Grupa docelowa kampanii: 3.1 Obszar: aktywizacja zawodowa - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby od 30 do 65 roku życia, w tym: - osoby bezrobotne, bierne zawodowo, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.: • kobiety, • osoby powyżej 50 roku życia, • osoby niepełnosprawne, • osoby długotrwale bezrobotne, • osoby o niskich kwalifikacjach (z wykształceniem maksymalnie średnim), - reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci, - imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia), - osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej), - osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą, - osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia, - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji. 3.2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników - mieszkańcy woj. śląskiego, właściele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby

samozatrudnione. 3.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe – osoby zatrudnione, w wieku aktywności zawodowej 18-65 o niskich kwalifikacjach (maksymalnie wykształcenie ponadpodstawowe) zainteresowane podwyższeniem swoich kwalifikacji. 4. Zasięg kampanii: Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego. 5. Cele kampanii: 5.1 Cele główne: • informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL, • edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości, • zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS, • promocja serwisu WUP w Katowicach tj. rpo.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim, • promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line i wzrost ruchu na nim. 5.2 Cele dodatkowe: • popularyzacja idei kształcenia ustawicznego, potrzeby rozwoju zawodowego i osobistego, • popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy. 6. Termin kampanii: Kampania będzie trwała około 2-3 tygodnie w okresie od 7 listopada do 23 grudnia 2019 r. Szczegółowy harmonogram działań w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą, a Zamawiającym w terminie 3 dni od podpisania umowy. Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej do 24 grudnia 2019 r. 7. Spójność: Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii. 9. Elementy obowiązkowe: Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory obowiązujących logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający. 9. Prawa autorskie: Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik, muzyki z banku (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia i grafiki autorskie). Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji: a) emitowanie w Internecie, b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką, c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie, d) publiczne udostępnianie, e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach. W przypadku takiej konieczności Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na

wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów. 10. Narzędzia kampanii: 10.1 Reklama wideo w mediach społecznościowych. 10.2 Content marketing – artykuły natywne. 10.3 Działania promocyjne we współpracy z mikroinfluencerami (posty w mediach społecznościowych). 10.4 Dodatkowe działania w postaci reklamy w mediach społecznościowych (posty promocyjne) promujące nową stronę Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania min. 50% działań w kanale mobile. 11. Szczegółowe założenia realizacji działań: 11.1 Produkcja filmów wideo: 1. Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje łącznie 6 filmów wideo do emisji w mediach społecznościowych, w tym: • 3 filmy o długości 1 minuty (+/- 10%) oraz • 3 skróty ww. filmów dłuższych o długości min. 20 - max. 30 sekund. 2. Koncepcja i wskazówki dla Wykonawcy: • cykl filmów o charakterze poradnikowym, inspirującym do działania w zakresie rozwoju zawodowego, osobistego oraz edukacji i przedsiębiorczości, promujących wsparcie RPO WSL w obszarach wymienionych w pkt. 1 opisu przedmiotu zamówienia. Filmiki o charakterze krótkich porad (np. 5 zasad..., 6 sposobów na..., 3 kroki do...) nawiązujące do możliwości wsparcia w ramach RPO WSL dla osób pracujących, niepracujących oraz przedsiębiorców, • przykładowe tematy: Jak osiągać cele zawodowe? Jak budować markę osobistą w mediach społecznościowych? Jak przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej? Jak efektywnie uczyć się języków obcych? Jak budować zaangażowanie pracowników? Jak rozwijać swój biznes? Jak nie odkładać pracy na później? itp. • filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D). Zamawiający dopuszcza użycie gotowych elementów animacji/szablonów ze stocka. Podstawowe elementy produkcji wideo: intro, animacja logo, przejścia, pokaz slajdów w gotowym pliku, outro i na koniec wezwanie do działania. 3. Wykonawca przedstawi scenariusze filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych. 4. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie. 5. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo. 6. Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD lub w innej zaakceptowanej przez Zamawiającego formie. 7. Harmonogram działań związanych z produkcją

wideo będzie obejmował następujące etapy: • Wykonawca ustali we współpracy z Zamawiającym konkretne tematy filmików; • Wykonawca przedstawi szczegółowy scenariusz filmów i propozycje grafik; • Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki, • Wykonawca przedstawi do akceptacji zrealizowany i zmontowany materiał, • Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki, • Realizacja filmików w terminie maksymalnie 18 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo zostanie ustalony pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 3 dni roboczych od podpisania umowy. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

11.2 Reklama wideo: W ramach kampanii przewiduje się emisję 6 ww. filmów wideo, w tym: • emisję 3 filmów o długości 1 minuty (+/- 10%) w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV, na którym Zamawiający posiada konto) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu; • emisję 3 spotów o długości min. 20 - max. 30 sekund w mediach społecznościowych na fanpage'u Zamawiającego (Zamawiający w tym celu przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 20 000 wyświetleń max. 40 000 wyświetleń.

11.3 Content marketing: Stworzenie 3 artykułów natywnych, każdy o objętości min. 2000 max. 3000 znaków ze spacjami (wzbogaconych zdjęciami i ewentualnie grafikami/infografikami) oraz ich publikacja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie). Publikacja w serwisach, których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 750 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za czerwiec 2019) w działach serwisów tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). Artykuły tematycznie odpowiadające obszarom określonym w pkt. 1 promujące opisane tam formy wsparcia o charakterze poradnikowym w ramach cyklu o jednym tytule (tytuł roboczy: „Krok do kariery”). Koncepcja kreatywna: porady z obszaru rozwoju zawodowego i osobistego będą stanowiły punkt wyjścia do informacji o ofercie projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w obszarze rynku pracy. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Artykuły powinny odsyłać do strony rpo.wup-

katowice.pl. Każdy z artykułów powinien mieć min. 2000 unikalnych użytkowników. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca może założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów na których będą publikowane artykuły. Szczegółowy harmonogram realizacji artykułów zostanie ustalony w terminie do 3 dni roboczych od podpisania umowy. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania treści artykułów (tekst+opracowanie graficzne) w terminie maksymalnie 15 dni roboczych od podpisania umowy. Harmonogram może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych i za zgodą obu stron, tj. Zamawiającego i Wykonawcy. Harmonogram działań będzie obejmował:

- Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały źródłowe na temat promowanych form wsparcia i grup docelowych opisanych w pkt. 1 i 3 w dniu podpisania umowy;
- Wykonawca we współpracy z Zamawiającym ustali konkretne tematy i koncepcję zawartości 3 artykułów;
- Wykonawca opracuje zawartość merytoryczną i graficzną artykułów oraz przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane;
- Zamawiający zaakceptuje artykuły lub naniesie poprawki. Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych.

11.4 Działania promocyjne z mikroinfluencerami: 11.4.1 Realizacja działań promocyjnych z wykorzystaniem mikroinfluencerów (liderów opinii) z woj. śląskiego. 11.4.2 Rodzaj współpracy: dedykowane posty w mediach społecznościowych. 11.4.3 Kanały, na których będzie realizowana kampania: Facebook lub Facebook i Instagram. 11.4.4 Wymagania dotyczące influencerów:

- minimum 2 maksymalnie 6 osób z woj. śląskiego, w tym doświadczeni biznesmeni, osoby, które osiągnęły sukces zawodowy, eksperci w zakresie edukacji, przedsiębiorczości, HR, rozwoju osobistego i zawodowego, coachowie, psychologowie, trenerzy itp.;
- osoby, które mają od minimum 3 000 do około 30 000 tysięcy śledzących (followers) na koncie na Facebooku lub Instagramie (przynajmniej jednym z tych kont).

11.4.5 Wymagane efekty: min. 6 postów (tekst + grafika /zdjęcie (tekst + grafika /zdjęcie i/lub link do artykułu/filmiku) o łącznym min. zasięgu 60 000 tys. wyświetleń max. 90 000 wyświetleń, przy czym każdy post musi mieć minimum 5 000 wyświetleń. Posty będą się odnosiły do strony internetowej rpo.wup-katowice.pl i/lub do materiału stworzonego w ramach przedmiotowej kampanii (np. artykuł, filmik o charakterze poradnikowym w zakresie rozwoju zawodowego i osobistego promujący Fundusze Europejskie w zakresie działań WUP w Katowicach). Ostateczna forma i treść postów do ustalenia z Zamawiającym na etapie realizacji. Treść postów musi zostać przekazana do akceptacji Zamawiającego.

11.4.6 Harmonogram działań:

- Wykonawca przekaze do akceptacji Zamawiającego listę min. 8 osób proponowanych do współpracy w terminie 7 dni roboczych od podpisania umowy; Zamawiający dokona wyboru i zaakceptuje osoby, które zostaną zaangażowane przez Wykonawcę w terminie 2 dni roboczych. W przypadku odstąpienia od współpracy danego mikroinfluencera Wykonawca

niezwłocznie zapewni kolejną osobę (do akceptacji Zamawiającego). W przypadku uzasadnionej konieczności za zgodą Zamawiającego Wykonawca może zapewnić realizację efektów kampanii (ilość postów oraz zasięg) przez dotychczasowe osoby bez konieczności angażowania kolejnej osoby. • Mikroinfluencerzy proponowani do kampanii RPO WSL i PO WER mogą się powtarzać pod warunkiem dopasowania do specyfiki grupy docelowej. • Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji harmonogram publikacji postów (w terminie 3 dni roboczych od akceptacji listy mikroinfluencerów). Harmonogram publikacji postów może ulec zmianie po akceptacji Zamawiającego. • Zamawiający przedstawi Wykonawcy listę słów kluczowych oraz hashtagów, które muszą zostać użyte w postach (w terminie 3 dni roboczych od akceptacji listy mikroinfluencerów). • Wykonawca przestawi do akceptacji Zamawiającego treść danego posta na minimum 3 dni robocze przed planowaną publikacją zgodnie z obowiązującym harmonogramem.

11. 5 Dodatkowe działanie: Wykonawca przygotowuje reklamę w formie 3 wersji posta (tekst, grafika/zdjęcie) do emisji na Facebooku promującą aplikację testu predyspozycji zawodowych on-line zamieszczoną na stronie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach wybierz-zawod.eu (po kilku dniach budżet kampanii zostanie skupiony na postach najlepiej konwertujących na stronę). Aplikacja służyć będzie do autodiagnozy preferencji zawodowych, pomaga określić optymalną ścieżkę kariery i wybór zawodu. Strona zawierać będzie także informacje w pigułce o możliwościach wsparcia w obszarze rynku pracy z Funduszy Europejskich. Kampania trwająca około 2 tygodnie. Wskaźnik: liczba wejść na stronę z aplikacją min. 500 max. 1000 uu z woj. śląskiego. Rozliczenie za dodatkowe działanie nastąpi osobno, tylko i wyłącznie pod warunkiem zakończenia działań związanych z uruchomieniem aplikacji w odpowiednim czasie (w Formularzu ofertowym będzie osobna pozycja). Zamawiający powiadomi Wykonawcę o realizacji dodatkowego działania lub rezygnacji z jego realizacji najpóźniej do 30 listopada br.

Podsumowując, zapłata za dodatkowe działanie nastąpi pod warunkiem faktycznej jego realizacji, co jest uzależnione od uruchomienia aplikacji testu predyspozycji zawodowych on-line w zaplanowanym przez Zamawiającego terminie. 12. Raport podsumowujący: Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w Internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów. Po zrealizowaniu całej kampanii tj. najpóźniej do 24 grudnia 2019 r. Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona rpo.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony

w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje). II. Kampania PO WER 1. Prezentacja przedmiotu kampanii Przedmiotem kampanii są możliwości wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach • wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy, subsydiowanego zatrudnienia. 2. Zadania dla Wykonawcy: 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii; 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów; 2.3 Realizacja kampanii; 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego. 3. Grupa docelowa kampanii: Opis programowy: • osoby w wieku od 18 do 29 roku życia, nieaktywne zawodowo, nie uczące się i nie biorące udziału w szkoleniach, tzw. młodzież NEET - ang. not in employment, education or training, • osoby w wieku od 18 do 29 roku życia, w tym: imigranci, reemigranci, osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, tzw. ubodzy pracujący, osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych. Opis mediowy: Mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 roku życia, w szczególności: - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji, - osoby zainteresowane założeniem własnej firmy, - osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy, - absolwenci szkół wyższych, ale także osoby o niskim wykształceniu, - osoby nieaktywne zawodowo; ale także pracujące, o niskich dochodach (minimalne wynagrodzenie). 4. Zasięg kampanii: Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego. 5. Cele kampanii: Cele główne: • informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER, • edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości, • zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS, • promocja serwisu WUP w Katowicach tj. power.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim, • promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line i wzrost ruchu na nim. Cele dodatkowe: • popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych, • popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości, • popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy. 6. Termin kampanii: Kampania będzie trwała około 2-3 tygodnie w okresie od 7 listopada do 23 grudnia 2019 r. Szczegółowy harmonogram działań w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 3 dni od podpisania umowy. Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej do 24 grudnia 2019 r. 7. Spójność: Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii. 8. Prawa autorskie: Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik, muzyki z banku (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia i

grafiki autorskie). Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji: a) emitowanie w Internecie; b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką; c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie; d) publiczne udostępnianie; e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach. W przypadku takiej konieczności Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

9. Elementy obowiązkowe: Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający.

10. Narzędzia w kampanii: 10.1 Reklama wideo w mediach społecznościowych. 10.2 Content marketing – artykuły natywne. 10.3 Działania promocyjne we współpracy z mikroinfluencerami (posty w mediach społecznościowych). 10.4 Dodatkowe działania w postaci reklamy w mediach społecznościowych (posty promocyjne) promujące stronę Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach zawod.eu z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania mobilnych wersji reklamy oraz zaplanowania i zrealizowania min. 50% działań w kanale mobile.

11. Szczegółowe założenia realizacji działań: 11.1 Produkcja filmów wideo 1. Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje łącznie 4 filmy wideo do emisji w mediach społecznościowych, w tym: • 2 filmy o długości 1 minuty (+/- 10%) oraz • 2 skróty ww. filmów dłuższych o długości min. 20 - max. 30 sekund.

2. Koncepcja i wskazówki dla Wykonawcy: • cykl filmów o charakterze poradnikowym, inspirującym do działania w zakresie rozwoju zawodowego, osobistego oraz edukacji i przedsiębiorczości. Filmiki o charakterze krótkich porad (np. 5 zasad..., 6 sposobów na..., 3 kroki do...) nawiązujące do możliwości wsparcia w ramach PO WER dla osób młodych. • przykładowe tematy: Jak napisać dobre CV? Jak znaleźć pracę bez doświadczenia? Jak osiągać cele zawodowe? Jak osiągnąć sukces? Jak budować markę osobistą w mediach społecznościowych? Jak przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej? itp. • filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D). Zamawiający dopuszcza użycie

gotowych elementów animacji/szablonów ze stocka. Podstawowe elementy produkcji wideo: intro, animacja logo, przejścia, pokaz slajdów w gotowym pliku, outro i na koniec wezwanie do działania.

3. Wykonawca przedstawi scenariusze filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych. 4. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie. 5. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo. 6. Wykonawca przekaze Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD lub innej zaakceptowanej przez Zamawiającego formie. 7. Harmonogram działań związanych z produkcją wideo będzie obejmował następujące etapy: • Wykonawca ustali we współpracy z Zamawiającym konkretne tematy filmików; • Wykonawca przedstawi szczegółowy scenariusz filmów i propozycje grafik; • Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki; • Wykonawca przedstawi do akceptacji zrealizowany i zmontowany materiał; • Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki; • Realizacja filmików w terminie maksymalnie 18 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo zostanie ustalony pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 3 dni roboczych od podpisania umowy. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników

11.2 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję 4 ww. filmów wideo, w tym: • emisję 2 dłuższych filmów o długości 1 minuty (+/-10%) w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV, na którym Zamawiający posiada konto) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie oraz specyfiki grupy docelowej przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 5 000 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu. • emisję 2 spotów o długości 20-30 sekund w mediach społecznościowych na fanpage'u Zamawiającego (Zamawiający w tym celu przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie oraz specyfiki grupy docelowej przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000 max. 20 000 wyświetleń.

11.3 Content marketing:

Stworzenie 2 artykułów natywnych, każdy o objętości

min. 2000 max. 3000 znaków ze spacjami (wzbogaconych zdjęciami i ewentualnie grafikami/infografikami) oraz ich emisja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie). Publikacja w serwisach których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 750 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za czerwiec 2019) w działach serwisów tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). Koncepcja kreatywna: porady z obszaru rozwoju zawodowego i osobistego będą stanowiły punkt wyjścia do informacji o ofercie projektów w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój w obszarze rynku pracy. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Artykuły powinny odsyłać do strony power.wup-katowice.pl. Każdy z artykułów powinien mieć min. 1000 unikalnych użytkowników. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca może założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów na których będą publikowane artykuły. Szczegółowy harmonogram realizacji artykułów zostanie ustalony w terminie do 3 dni roboczych od podpisania umowy. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania treści artykułów (tekst + opracowanie graficzne) w terminie maksymalnie 15 dni roboczych od podpisania umowy. Harmonogram może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych i za zgodą obu stron tj. Zamawiającego i Wykonawcy. Harmonogram działań będzie obejmował: • Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały źródłowe na temat form wsparcia i grupy docelowej opisanych w pkt. 1 i 3; • Wykonawca we współpracy z Zamawiającym ustali konkretne tematy i koncepcję zawartości 2 artykułów; • Wykonawca opracuje zawartość merytoryczną i graficzną artykułów oraz przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane; • Zamawiający zaakceptuje artykuły lub naniesie poprawki. Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych. 11.4 Działania promocyjne z mikroinfluencerami: 11.4.1 Realizacja działań promocyjnych z wykorzystaniem mikroinfluencerów (liderów opinii) z woj. śląskiego. 11.4.2 Rodzaj współpracy: dedykowane posty w mediach społecznościowych. 11.4.3 Kanały na których będzie realizowana kampania: Facebook lub Facebook i Instagram. 11.4.4 Wymagania dotyczące influencerów: • minimum 2 maksymalnie 4 osoby z woj. śląskiego, w tym doświadczeni biznesmeni, osoby, które osiągnęły sukces zawodowy, eksperci w zakresie edukacji, przedsiębiorczości, HR, rozwoju osobistego i zawodowego, coachowie, psychologowie, trenerzy itp., w szczególności osoby młode; • osoby, które mają od minimum 3 000 do około 30 000 tysięcy śledzących (followers) na koncie na Facebooku lub Instagramie (przynajmniej jednym z tych kont). 11.4.5 Wymagane efekty: min. 4 posty (tekst + grafika /zdjęcie i/lub link do artykułu/filmiku) o łącznym minimalnym zasięgu 40 000

tys. max. 60 000 wyświetleń, przy czym każdy post musi mieć minimum 5 000 wyświetleń. Posty będą się odnosiły do strony internetowej rpo.wup-katowice.pl i/lub do materiału stworzonego w ramach przedmiotowej kampanii (np. artykuł, filmik o charakterze poradnikowym w zakresie rozwoju zawodowego i osobistego promujący Fundusze Europejskie w zakresie działań WUP w Katowicach). Ostateczna forma i treść postów do ustalenia z Zamawiającym na etapie realizacji.

Treść postów musi zostać przekazana do akceptacji Zamawiającego. 11.4.6 Harmonogram działań:

- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającego listę min. 6 osób proponowanych do współpracy w terminie 7 dni roboczych od podpisania umowy; Zamawiający dokona wyboru i zaakceptuje osoby, które zostaną zaangażowane przez Wykonawcę w terminie 2 dni roboczych. W przypadku odstąpienia od współpracy danego mikroinfluencera Wykonawca niezwłocznie zapewni kolejną osobę (do akceptacji Zamawiającego). W przypadku uzasadnionej konieczności za zgodą Zamawiającego Wykonawca może zapewnić realizację efektów kampanii (ilość postów oraz zasięg) przez dotychczasowe osoby bez konieczności angażowania kolejnej osoby. •

Mikroinfluencerzy proponowani do kampanii RPO WSL i PO WER mogą się powtarzać pod warunkiem dopasowania do specyfiki grupy docelowej. • Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji harmonogram publikacji postów (w terminie 3 dni roboczych od akceptacji listy mikroinfluencerów). Harmonogram publikacji postów może ulec zmianie po akceptacji Zamawiającego. • Zamawiający przedstawi Wykonawcy listę słów kluczowych oraz hashtagów, które muszą zostać użyte w postach (w terminie 3 dni roboczych od akceptacji listy mikroinfluencerów). • Wykonawca przestawi do akceptacji Zamawiającego treść danego posta na minimum 3 dni robocze przed planowaną publikacją zgodnie z obowiązującym harmonogramem.

11.5 Dodatkowe działanie: Wykonawca przygotowuje reklamę w formie 3 wersji posta (tekst, grafika/zdjęcie) do emisji na Facebooku promującą aplikację testu predyspozycji zawodowych on-line zamieszczoną na stronie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach wybierz-zawod.eu (po kilku dniach budżet kampanii zostanie skupiony na postach najlepiej konwertujących na stronę). Aplikacja służyć będzie do autodiagnozy preferencji zawodowych, pomaga określić optymalną ścieżkę kariery i wybór zawodu. Strona zawierać będzie także informacje w pigułce o możliwościach wsparcia w obszarze rynku pracy z Funduszy Europejskich. Kampania trwająca około 2 tygodnie. Wskaźnik: liczba wejść na stronę z aplikacją min. 500 max. 1000 uu z woj. śląskiego. Rozliczenie za dodatkowe działanie nastąpi osobno, tylko i wyłącznie pod warunkiem zakończenia działań związanych z uruchomieniem aplikacji w odpowiednim czasie (w formularzu ofertowym będzie osobna pozycja). Zamawiający powiadomi Wykonawcę o realizacji dodatkowego działania lub rezygnacji z jego realizacji najpóźniej do 30 listopada br.

Podsumowując, zapłata za dodatkowe działanie nastąpi pod warunkiem faktycznej jego realizacji, co jest uzależnione od uruchomienia aplikacji testu predyspozycji zawodowych on-line w zaplanowanym przez Zamawiającego terminie. 12. Raport podsumowujący: Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w Internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów. Po zrealizowaniu całej kampanii tj. najpóźniej do 24 grudnia 2019 r. Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona power.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje). Wykonawca, który zlecać będzie wykonanie części zamówienia Podwykonawcom na podstawie umowy w formie pisemnej o charakterze odpłatnym (art. 2 ust. 9a PZP) zobowiązany jest do wykazania tego w pkt 13 Formularza ofertowego stanowiącego załącznik do niniejszej SIWZ dotyczącego Podwykonawcy.

II.5) Główny kod CPV: 79342200-5

Dodatkowe kody CPV:

II.6) Całkowita wartość zamówienia (jeżeli zamawiający podaje informacje o wartości zamówienia):

Wartość bez VAT: 186600,00

Waluta:

pln

(w przypadku umów ramowych lub dynamicznego systemu zakupów – szacunkowa całkowita maksymalna wartość w całym okresie obowiązywania umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów)

II.7) Czy przewiduje się udzielenie zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp: Nie

Określenie przedmiotu, wielkości lub zakresu oraz warunków na jakich zostaną udzielone zamówienia, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp:

II.8) Okres, w którym realizowane będzie zamówienie lub okres, na który została zawarta

umowa ramowa lub okres, na który został ustanowiony dynamiczny system zakupów:

miesiącach: *lub* dniach:

lub

data rozpoczęcia: *lub* zakończenia: 2019-12-24

II.9) Informacje dodatkowe:

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

III.1.1) Kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów

Określenie warunków: nie dotyczy

Informacje dodatkowe

III.1.2) Sytuacja finansowa lub ekonomiczna

Określenie warunków: nie dotyczy

Informacje dodatkowe

III.1.3) Zdolność techniczna lub zawodowa

Określenie warunków: Zamawiający uzna spełnienie warunku jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie: 1) co najmniej 1 usługę polegającą na realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie w postaci przygotowania i produkcji filmu/spotu wideo do emisji w Internecie; 2) co najmniej 1 usługę polegającą na realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie w postaci opracowania artykułu sponsorowanego/natywnego do emisji w Internecie; 3) co najmniej 1 usługę polegającą na realizacji działań reklamowych w mediach społecznościowych (np. reklama, posty sponsorowane itp.) Wskazane usługi mogą być częścią większych zamówień obejmujących także inne działania promocyjne/reklamowe w Internecie. Wskazane usługi mogą być także częścią jednego kompleksowego zamówienia polegającego na realizacji wszystkich lub dwóch ww. wymienionych usług. Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na

podstawie wykazu zawierającego usługi wykonane w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert bądź wykonywane nadal, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, odpowiadające w/w przedmiotowi zamówienia, z podaniem: nazwy jednostki dla której była świadczona usługa, przedmiotu usługi reklamowej/promocyjnej, daty wykonania usługi oraz załączeniem dokumentu lub dokumentów potwierdzających, że usługi wymienione w wykazie zostały wykonane lub są wykonywane należycie (np. referencje). W przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert. Faktura VAT (jako dokument potwierdzający należyte wykonanie usługi) wystawiona przez Wykonawcę w ramach danej usługi wskazanej w wykazie usług zrealizowanych, nie będzie brana pod uwagę przez Zamawiającego. Sam dokument faktury, bez żadnych dodatkowych informacji na temat należytego wykonania, nie może ze swej istoty tego faktu potwierdzać. Z tego dokumentu nie wynika chociażby, że zamówienie zostało wykonane w terminie, a na Wykonawcę nie nałożono kar umownych czy potrąceń. Dokumenty potwierdzające należyte wykonanie powinny zostać przedstawione w formie oryginału lub czytelnej kserokopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do występowania w imieniu Wykonawcy. 1) wykaże, iż dysponuje: - 1 osobą proponowaną jako koordynator zadania posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w koordynacji realizacji co najmniej 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych co najmniej w Internecie; - 1 osobą proponowaną jako copywriter/dziennikarz posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w tworzeniu artykułów sponsorowanych lub natywnych przeznaczonych do emisji co najmniej w Internecie, tj. stworzyła w okresie ostatnich trzech lat przed upływem składania ofert min. 3 artykuły, które były emitowane co najmniej w Internecie; UWAGA: Zamawiający za artykuł natywny/promocyjny uznaje tekst o długości co najmniej 2000 znaków ze spacjami. - 1 osobą proponowaną jako grafik posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w projektowaniu grafiki w ramach co najmniej 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych co najmniej w Internecie; - 1 osobą proponowaną jako specjalista ds. kampanii z influencerami posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w planowaniu i realizacji co najmniej 1 usługi reklamowej w social mediach polegającej na współpracy z influencerami. Opis sposobu dokonywania oceny

spełnienia tego warunku: Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie załączonego do oferty wykazu zawierającego imię i nazwisko osób, które będą uczestniczyć w realizacji zamówienia jako: - koordynator zadania wraz z podaniem daty realizacji koordynowanych usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych co najmniej w Internecie, przedmiotu usług oraz nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego były wykonane; - copywriter/dziennikarz wraz z podaniem tytułów artykułów, dat ich emisji oraz nazw serwisów /stron internetowych-na których się ukazały; - grafik wraz z podaniem daty realizacji usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych co najmniej w Internecie polegających na projektowaniu grafiki, przedmiotu tych usług oraz nazwy zleceniodawcy, na rzecz którego były wykonane; - specjalista ds. kampanii z influencerami wraz z podaniem daty realizacji usługi reklamowej w social mediach polegającej na współpracy z influencerami, przedmiotu usługi oraz nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego była wykonana. Niewykazanie spełnienia w/w warunków skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy PZP.

Zamawiający wymaga od wykonawców wskazania w ofercie lub we wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu imion i nazwisk osób wykonujących czynności przy realizacji zamówienia wraz z informacją o kwalifikacjach zawodowych lub doświadczeniu tych osób: Tak
Informacje dodatkowe:

III.2) PODSTAWY WYKLUCZENIA

III.2.1) Podstawy wykluczenia określone w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp

III.2.2) Zamawiający przewiduje wykluczenie wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5

ustawy Pzp Tak Zamawiający przewiduje następujące fakultatywne podstawy wykluczenia: Tak
(podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 2 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 3 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 4 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 5 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 6 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 7 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 8 ustawy Pzp)

III.3) WYKAZ OŚWIADCZEŃ SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CELU WSTĘPNEGO POTWIERDZENIA, ŻE NIE PODLEGA ON WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIA WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPEŁNIA KRYTERIA

SELEKCJI

Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu

Tak

Oświadczenie o spełnianiu kryteriów selekcji

Nie

III.4) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW , SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 3 USTAWY PZP:

III.5) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 1 USTAWY PZP

III.5.1) W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU:

1. wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert – wg Załącznika Nr 6 do SIWZ; 2. wykazu osób, skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wg Załącznika Nr 7 do SIWZ;

III.5.2) W ZAKRESIE KRYTERIÓW SELEKCJI:

III.6) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJĄCEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 2 USTAWY PZP

III.7) INNE DOKUMENTY NIE WYMIENIONE W pkt III.3) - III.6)

1. w terminie 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego informacji z otwarcia ofert, o której mowa w pkt. 14.6 SIWZ: - oświadczenie o przynależności lub braku przynależności (Załącznik Nr 5 do SIWZ) do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy PZP. Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia

2. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast odpisu z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy PZP, składa informację z odpowiedniego rejestru albo, w przypadku braku takiego rejestru, inny równoważny dokument w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy PZP;

3. pełnomocnictwo do reprezentowania, wymagane w przypadku, gdy a) Wykonawcę reprezentuje w postępowaniu osoba bądź osoby, których uprawnienie do reprezentowania nie wynika bezpośrednio z innych dokumentów. Pełnomocnictwo należy przedłożyć w formie oryginału lub kopii poświadczonej przez notariusza; b) wymagane w przypadku, gdy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia.

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) OPIS

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: Przetarg nieograniczony

IV.1.2) Zamawiający żąda wniesienia wadium:

Tak

Informacja na temat wadium

Przystępując do postępowania wykonawca obowiązany jest wnieść wadium w kwocie 3 500,00 zł (słownie: trzy tysiące pięćset złotych 00/100). Wadium należy wnieść przed upływem terminu

składania ofert w jednej lub kilku następujących formach: a) w pieniądzu – przelewem na rachunek bankowy prowadzony w Getin Noble Bank SA pod nr 52 1560 0013 2367 0237 0105 0001 z dopiskiem „wadium – znak sprawy: PN/13/19”; b) w formach niepieniężnych: 1) poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, jako poręczeniach pieniężnych; 2) poręczeniach bankowych; 3) gwarancjach bankowych; 4) gwarancjach ubezpieczeniowych; 5) poręczeniach udzielonych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (t. j. Dz.U. z 2019 r., poz. 310 z późn. zm.). Wadium wniesione w formach niepieniężnych, o których mowa w pkt 18.2.2. SIWZ, musi zawierać zobowiązanie gwaranta lub poręczyciela do bezwarunkowej - na pierwsze żądanie zgłoszone przez Zamawiającego w terminie związania ofertą - wypłaty Zamawiającemu pełnej kwoty wadium w okolicznościach określonych w art. 46 ust. 4a i ust. 5 PZP. W przypadku wniesienia wadium w formach niepieniężnych, oryginał dokumentu wadialnego należy umieścić w kopercie, bez wpinania/wszywania go do oferty. Zaleca się dołączenie do oferty kopii dokumentu wadialnego, potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę. W przypadku wnoszenia wadium w pieniądzu zaleca się, aby kopia dokumentu potwierdzającego wniesienie wadium, była dołączona do oferty. Brak wniesienia wadium lub wadium wniesione w jednej z form, o których mowa w pkt 18.2.2 SIWZ, niezawierające zobowiązań, o których mowa w pkt 18.3 SIWZ, spowoduje odrzucenie oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 7b ustawy PZP.

IV.1.3) Przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:

Nie

Należy podać informacje na temat udzielania zaliczek:

IV.1.4) Wymaga się złożenia ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Dopuszcza się złożenie ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Informacje dodatkowe:

IV.1.5.) Wymaga się złożenia oferty wariantowej:

Nie

Dopuszcza się złożenie oferty wariantowej

Złożenie oferty wariantowej dopuszcza się tylko z jednoczesnym złożeniem oferty zasadniczej:

IV.1.6) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu

(przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne)

Liczba wykonawców

Przewidywana minimalna liczba wykonawców

Maksymalna liczba wykonawców

Kryteria selekcji wykonawców:

IV.1.7) Informacje na temat umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów:

Umowa ramowa będzie zawarta:

Czy przewiduje się ograniczenie liczby uczestników umowy ramowej:

Przewidziana maksymalna liczba uczestników umowy ramowej:

Informacje dodatkowe:

Zamówienie obejmuje ustanowienie dynamicznego systemu zakupów:

Adres strony internetowej, na której będą zamieszczone dodatkowe informacje dotyczące dynamicznego systemu zakupów:

Informacje dodatkowe:

W ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów dopuszcza się złożenie ofert w formie katalogów elektronicznych:

Przewiduje się pobranie ze złożonych katalogów elektronicznych informacji potrzebnych do sporządzenia ofert w ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów:

IV.1.8) Aukcja elektroniczna

Przewidziane jest przeprowadzenie aukcji elektronicznej (*przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem*) Nie

Należy podać adres strony internetowej, na której aukcja będzie prowadzona:

Należy wskazać elementy, których wartości będą przedmiotem aukcji elektronicznej:

Przewiduje się ograniczenia co do przedstawionych wartości, wynikające z opisu przedmiotu zamówienia:

Należy podać, które informacje zostaną udostępnione wykonawcom w trakcie aukcji elektronicznej oraz jaki będzie termin ich udostępnienia:

Informacje dotyczące przebiegu aukcji elektronicznej:

Jaki jest przewidziany sposób postępowania w toku aukcji elektronicznej i jakie będą warunki, na jakich wykonawcy będą mogli licytować (minimalne wysokości postąpień):

Informacje dotyczące wykorzystywanego sprzętu elektronicznego, rozwiązań i specyfikacji technicznych w zakresie połączeń:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w aukcji elektronicznej:

Informacje o liczbie etapów aukcji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Czy wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Warunki zamknięcia aukcji elektronicznej:

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert:

IV.2.2) Kryteria

Kryteria	Znaczenie
----------	-----------

cena	60,00
ilość wyświetleń każdego z 3 filmów o długości 30 sek. (3 filmy w ramach kampanii RPO) w mediach społecznościowych na fanpage'u Zamawiającego (min. 20 000 max. 40 000)	10,00
ilość wyświetleń każdego z 2 filmów o długości 30 sek. (2 filmy w ramach kampanii PO WER) w mediach społecznościowych na fanpage'u Zamawiającego (min. 10 000 max. 20 000)	10,00
ilość wyświetleń każdego z 10 postów (w tym 6 postów w ramach kampanii RPO WSL i 4 posty w ramach kampanii PO WER) mikroinfluencera w mediach społecznościowych - (min. 10 000 max. 15 000)	10,00
ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą stronę z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line w ramach kampanii RPO WSL oraz kampanii PO WER łącznie w wyniku działań reklamowych w social mediach (min. 1000 max. 2000)	10,00

IV.2.3) Zastosowanie procedury, o której mowa w art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp (przetarg nieograniczony)

Tak

IV.3) Negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne

IV.3.1) Informacje na temat negocjacji z ogłoszeniem

Minimalne wymagania, które muszą spełniać wszystkie oferty:

Przewidziane jest zastrzeżenie prawa do udzielenia zamówienia na podstawie ofert wstępnych bez przeprowadzenia negocjacji

Przewidziany jest podział negocjacji na etapy w celu ograniczenia liczby ofert:

Należy podać informacje na temat etapów negocjacji (w tym liczbę etapów):

Informacje dodatkowe

IV.3.2) Informacje na temat dialogu konkurencyjnego

Opis potrzeb i wymagań zamawiającego lub informacja o sposobie uzyskania tego opisu:

Informacja o wysokości nagród dla wykonawców, którzy podczas dialogu konkurencyjnego przedstawili rozwiązania stanowiące podstawę do składania ofert, jeżeli zamawiający przewiduje nagrody:

Wstępny harmonogram postępowania:

Podział dialogu na etapy w celu ograniczenia liczby rozwiązań:

Należy podać informacje na temat etapów dialogu:

Informacje dodatkowe:

IV.3.3) Informacje na temat partnerstwa innowacyjnego

Elementy opisu przedmiotu zamówienia definiujące minimalne wymagania, którym muszą odpowiadać wszystkie oferty:

Podział negocjacji na etapy w celu ograniczeniu liczby ofert podlegających negocjacjom poprzez zastosowanie kryteriów oceny ofert wskazanych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Informacje dodatkowe:

IV.4) Licytacja elektroniczna

Adres strony internetowej, na której będzie prowadzona licytacja elektroniczna:

Adres strony internetowej, na której jest dostępny opis przedmiotu zamówienia w licytacji elektronicznej:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w licytacji elektronicznej, w tym wymagania techniczne urządzeń informatycznych:

Sposób postępowania w toku licytacji elektronicznej, w tym określenie minimalnych wysokości postąpień:

Informacje o liczbie etapów licytacji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego

etapu:

Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej:

Data: godzina:

Termin otwarcia licytacji elektronicznej:

Termin i warunki zamknięcia licytacji elektronicznej:

Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, albo ogólne warunki umowy, albo wzór umowy:

Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Informacje dodatkowe:

IV.5) ZMIANA UMOWY

Przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy: Tak

Należy wskazać zakres, charakter zmian oraz warunki wprowadzenia zmian:

Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmiany do niniejszej umowy w zakresie: 1) koordynatora zadania, copywritera/dziennikarza, grafika, specjalisty ds. kampanii z influencerami
Warunki zmiany: zmianę taką dopuszcza się w sytuacji, gdy okaże się ona konieczna ze względu na śmierć lub chorobę bądź inną okoliczność dot. w/w personelu (uzasadnione przez Wykonawcę) wskazanego w ofercie. Warunkiem dokonania takiej zmiany jest poinformowanie Zamawiającego przez Wykonawcę o konieczności zmiany wraz z podaniem przyczyn oraz przekazanie Zamawiającemu do jego akceptacji danych osobowych wraz z dokumentami potwierdzającymi kwalifikacje i doświadczenie zawodowe osób proponowanych w zastępstwie. Kwalifikacje i doświadczenie nowych osób proponowanych w zastępstwie powinny być zgodne z warunkiem określonym w pkt. 6.2.3. SIWZ. Zmiana, o której mowa nastąpi w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

IV.6) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.6.1) Sposób udostępniania informacji o charakterze poufnym (jeżeli dotyczy):

Środki służące ochronie informacji o charakterze poufnym

IV.6.2) Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu:

Data: 2019-10-14, godzina: 11:00,

Skrócenie terminu składania wniosków, ze względu na pilną potrzebę udzielenia zamówienia (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem):

Nie

Wskazać powody:

Język lub języki, w jakich mogą być sporządzane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu

> polski

IV.6.3) Termin związania ofertą: do: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert)

IV.6.4) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: Nie

IV.6.5) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, jeżeli środki służące sfinansowaniu zamówień na badania naukowe lub prace rozwojowe, które zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia, nie zostały mu przyznane Nie

IV.6.6) Informacje dodatkowe:

ZALĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZĘŚCIOWYCH