

230273-2024 - Procedura konkurencyjna

Polska – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych – Zawarcie umowy ramowej na wybór agencji reklamowej do obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026

OJ S 77/2024 18/04/2024

Ogłoszenie o zamówieniu lub ogłoszenie o koncesji – tryb standardowy

Usługi

1. Nabywca

1.1. Nabywca

Oficjalna nazwa: Bank Gospodarstwa Krajowego

E-mail: sekretariatDZZK@bgk.pl

Status prawny nabywcy: Podmiot prawa publicznego

Sektor działalności instytucji zamawiającej: Ogólne usługi publiczne

2. Procedura

2.1. Procedura

Tytuł: Zawarcie umowy ramowej na wybór agencji reklamowej do obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026

Opis: 1. Przedmiotem zamówienia jest zawarcie umowy ramowej – określenie zasad zlecania i świadczenia usług dostosowanych do aktualnie prowadzonych przez Zamawiającego działań reklamowych, obejmujących: 1) Świadczenie kompleksowej obsługi przy tworzeniu strategii reklamowych offline i online dla Banku Gospodarstwa Krajowego, zwanego dalej „bankiem” oraz poszczególnych programów i projektów finansowanych ze środków unijnych i krajowych, o charakterze pro-sprzedażowym, wizerunkowym, informacyjnym, edukacyjnym; 2) Współpraca z agencją eventową; 3) Świadczenie kompleksowej obsługi ATL (reklama kierowana do szerokiej grupy docelowej, np. reklama w telewizji, outdoor), BTL (reklama kierowana do klienta zindywidualizowanego) oraz Digital (marketing internetowy); 4) Inne działania wspierające Zamawiającego. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia oraz warunki realizacji przedmiotu zamówienia, płatności, etc. określone zostały w Opisie Przedmiotu Zamówienia (dalej: „OPZ”) stanowiącym załączniki nr 1 do SWZ oraz PPU- stanowiącym załącznik nr 2 do SWZ. 2. Przedmiot zamówienia został podzielony na dwie części, cz. A i cz. B.

Identyfikator procedury: 61a4cb16-c65d-4bdf-9496-94768ef76344

Wewnętrzny identyfikator: DZZK/16/DMKZ/2024

Rodzaj procedury: Otwarta

Procedura jest przyspieszona: nie

2.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 79341200 Usługi zarządzania reklamą, 79341100 Doradcze usługi reklamowe, 79342000 Usługi marketingowe, 79341000 Usługi reklamowe, 79342200

Usługi w zakresie promocji, 79822500 Usługi projektów graficznych, 92111210 Produkcja filmów reklamowych

2.1.4. Informacje ogólne

Informacje dodatkowe: I.PRZEDMIOTOWE ŚRODKI DOWODOWE – dotyczy Części A oraz Części B zamówienia 1. Zamawiający, na potwierdzenie, że oferowane przez Wykonawcę usługi spełniają określone przez Zamawiającego wymagania oraz kryteria, wymaga od Wykonawcy złożenia przedmiotowych środków dowodowych, w postaci: Część A: - opracowana przez Wykonawcę Strategii działań marketingowych dla kampanii produktowej oraz Koncepcji kreatywnej kampanii na podstawie Briefu projektowego dotyczącego unijnych pożyczek regionalnych na efektywność energetyczną zgodnie z załącznikiem nr 1A do SWZ. Szczegółowy opis kryteriów oceny Strategii działań komunikacyjnych oraz Koncepcji kreatywnej kampanii zawiera rozdział XXI SWZ – Kryteria oceny ofert. Część B: - opracowana przez Wykonawcę Strategii działań komunikacyjnych oraz Koncepcji kreatywnej kampanii wraz z uzasadnieniem dla Briefu projektowego dotyczącego kampanii online #CyberAkademia BGK" zgodnie z wytycznymi zawartymi w załączniku nr 1B do SWZ. Szczegółowy opis kryteriów oceny Strategii działań komunikacyjnych oraz koncepcji kreatywnej wydarzenia zawiera rozdział XXI SWZ – Kryteria oceny ofert. 2. Przedmiotowe środki dowodowe Wykonawca składa wraz z ofertą, pod rygorem odrzucenia oferty (art. 226 ust. 1 pkt 2 lit c). 3. Przedmiotowe środki dowodowe służą potwierdzeniu zgodności z kryteriami określonymi w opisie kryteriów oceny. 4. Jeżeli Wykonawca nie złoży przedmiotowych środków dowodowych lub złożone przedmiotowe środki dowodowe są niekompletne, Zamawiający odrzuca ofertę zgodnie z pkt 2. 5. Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści przedmiotowych środków dowodowych. Uwaga: Przedmiotowe środki dowodowe składane wraz z ofertą odpowiednio w cz. A oraz cz. B postępowania winny spełniać wymagania formalne opisane w rozdz. XV ust. 3 SWZ. II. Zamawiający na podstawie art. 91 ust. 1 ustawy Pzp wskazuję, że Wykonawca może złożyć ofertę w odniesieniu do wszystkich części zamówienia. Zamawiający na podstawie art. 91 ust. 3 ustawy Pzp ogranicza liczbę części, w których Wykonawca może zawrzeć umowę ramową do 1 (jednej). Tym samym Zamawiający zastrzega, że dla każdej części zamówienia, zawrze umowę ramową z innym Wykonawcą-szczegóły w SWZ. III. Wymagania zatrudnienia przez Wykonawcę lub Podwykonawcę osób na podstawie umowy o pracę, o których mowa w art. 95 ustawy Pzp. Zamawiający, na podstawie art. 95 ust. 1 i 2 ustawy Pzp, wymaga zatrudnienia przez Wykonawcę lub Podwykonawcę na podstawie umowy o pracę osób wykonujących czynności w zakresie koordynowania pracy Zespołu i współpracy z Zamawiającym oraz reprezentowania Wykonawcy. IV. Szczegółowy opis kryteriów oceny ofert oraz ich znaczenie został opisany w rozdz. XXI SWZ.

Podstawa prawna:

Dyrektywa 2014/24/UE

Ustawa Prawo zamówień publicznych -

2.1.5. Warunki udzielenia zamówienia

Warunki zgłoszenia:

Maksymalna liczba części zamówienia, na które jeden oferent może składać oferty: 2

Warunki zamówienia:

Maksymalna liczba części zamówienia, których można udzielić jednemu oferentowi: 1

2.1.6. Podstawy wykluczenia

Korupcja: art. 108 ust. 1 pkt 1, 2 ustawy Pzp.

Nadużycia: art. 108 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp.

Bezpośrednie lub pośrednie zaangażowanie w przygotowanie przedmiotowego postępowania o udzielenie zamówienia: art. 108 ust. 1 pkt 1, 2 ustawy Pzp.

Naruszenie obowiązków w dziedzinie prawa pracy: art. 108 ust. 1 pkt 1 lit. h oraz art. 108 ust. 1 pkt. 2 ustawy Pzp.

Oплаćanie składek na ubezpieczenie społeczne: art. 108 ust. 1 pkt. 3 ustawy Pzp.
Płatność podatków: art. 108 ust. 1 pkt. 3 ustawy Pzp.
Podstawy wykluczenia o charakterze wyłącznie krajowym: art. 108 ust. 1 pkt. 1 oraz art. 108 ust. 1 pkt. 4 ustawy Pzp.
Porozumienia z innymi wykonawcami mające na celu zakłócenie konkurencji: art. 108 ust. 1 pkt. 5 ustawy Pzp.
Praca dzieci i inne formy handlu ludźmi: art. 108 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy Pzp.
Pranie pieniędzy lub finansowanie terroryzmu: art. 108 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy Pzp.
Przestępstwa terrorystyczne lub przestępstwa związane z działalnością terrorystyczną: art. 108 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy Pzp.
Udział w organizacji przestępczej: art. 108 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy Pzp.

5. Część zamówienia

5.1. Część zamówienia: LOT-0001

Tytuł: Zawarcie umowy ramowej na wybór agencji reklamowej do obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026- cz. A

Opis: Przedmiot zamówienia został podzielony na dwie Części: Część A – Przedmiot zamówienia obejmuje obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026, w tym przygotowanie Koncepcji kreatywnej i Strategii działań marketingowych dla kampanii produktowej dotyczącej unijnych pożyczek regionalnych na efektywność energetyczną. Część B – Przedmiot zamówienia obejmuje obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026, w tym przygotowanie Koncepcji kreatywnej i Strategii działań komunikacyjnych kampanii online #CyberAkademia BGK" wraz z uzasadnieniem. Część A – Przedmiotem zamówienia jest zawarcie umowy ramowej – określenie zasad zlecenia i świadczenia usług dostosowanych do aktualnie prowadzonych przez Zamawiającego działań reklamowych, obejmujących: 1) Świadczenie kompleksowej obsługi przy tworzeniu strategii reklamowych offline i online dla Banku Gospodarstwa Krajowego, zwanego dalej „bankiem” oraz poszczególnych programów i projektów finansowanych ze środków unijnych i krajowych, o charakterze pro-sprzedażowym, wizerunkowym, informacyjnym, edukacyjnym; 2) Współpraca z agencją eventową; 3) Świadczenie kompleksowej obsługi ATL (reklama kierowana do szerokiej grupy docelowej, np. reklama w telewizji, outdoor), BTL (reklama kierowana do klienta zindywidualizowanego) oraz Digital (marketing internetowy); 4) Inne działania wspierające Zamawiającego. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia określony zostały w Opisie Przedmiotu Zamówienia (dalej: „OPZ”) wspólnym dla każdej z części i stanowiącym załącznik nr 1 do SWZ oraz w Briefie projektowym odrębnym dla każdej z części zamówienia stanowiącym odpowiednio załączniki nr 1A oraz 1B do SWZ oraz PPU. Szczegóły w SWZ. Wewnętrzny identyfikator: DZZK/16/DMKZ/2024- cz.A

5.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 79341200 Usługi zarządzania reklamą, 79341100 Doradcze usługi reklamowe, 79342000 Usługi marketingowe, 79341000 Usługi reklamowe, 79342200 Usługi w zakresie promocji, 79822500 Usługi projektów graficznych, 92111210 Produkcja filmów reklamowych

5.1.2. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

5.1.3. Szacowany okres obowiązywania

Okres obowiązywania: 36 Miesiące

5.1.5. Wartość

Maksymalna wartość umowy ramowej: 8 130 081,30 PLN

5.1.6. Informacje ogólne

Zastrzeżony udział:

Udział nie jest zastrzeżony.

Projekt zamówienia w pełni lub częściowo finansowany z funduszy UE

Informacje o funduszach Unii Europejskiej:

Identyfikator funduszy UE: FENG.04.01-IP.06-0004/23

Więcej informacji na temat funduszy UE: Przedmiot zamówienia jest współfinansowany z środków z budżetu Państwa i Unii Europejskiej ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego . W kolejnych latach (2024-2027) realizacji Umowy, Zamówienie będzie realizowane w ramach programu operacyjnego Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021-2027 (FENG), nr wniosku: FENG.04.01-IP.06-0004/23

Zamówienie jest objęte zakresem Porozumienia w sprawie zamówień rządowych (GPA): nie
Przedmiotowe zamówienie jest odpowiednie również dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP): tak

5.1.9. Kryteria kwalifikacji

Kryterium:

Rodzaj: Sytuacja ekonomiczna i finansowa

Nazwa: Sytuacja ekonomiczna

Opis kryterium selekcji: Zamawiający wymaga, żeby Wykonawca zapewnił stabilność ekonomiczną oraz potencjał finansowy realizacji zamówienia poprzez spełnienie następującego warunku: Wykonawca wykaże, że przestrzega powszechnie obowiązujących przepisów prawa oraz regulacji i wytycznych w tym przepisów krajowego i międzynarodowego prawa podatkowego oraz odpowiednich przepisów w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz zapewnia zgodność z wymaganiami Komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie wymogów dot. unikania opodatkowania w prawodawstwie UE, regulującego w szczególności operacje finansowe i inwestycje C(2018) 1756, wraz z wszelkimi aktualizacjami. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Oświadczenia Wykonawcy odnośnie przestrzegania przepisów prawa powszechnie obowiązującego oraz regulacji i wytycznych, w tym przepisów krajowego i międzynarodowego prawa podatkowego oraz odpowiednich przepisów w zakresie przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowania terroryzmu a także zgodności z wymaganiami Komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie nowych wymogów dotyczących unikania opodatkowania w prawodawstwie UE, regulującego w szczególności operacje finansowania inwestycji C(2018) 1756, C(2018) 175, wraz z wszelkimi jego aktualizacjami – wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 10 do SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: warunek dotyczący doświadczenia

Opis kryterium selekcji: Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, iż w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał należycie: - co najmniej 2 (dwa) zamówienia o łącznej wartości nie mniejszej niż 3 000 000 (trzy miliony) zł brutto, przy czym

co najmniej 2 (dwa) z za mówień o wartości nie mniejszej niż 800 000,00,00 (osiemset tysięcy) zł brutto każde. Wykazywane przez Wykonawcę zamówienia spełniające powyższy warunek powinny sumarycznie uwzględniać wszystkie poniższe punkty: 1. Współpracę przy tworzeniu strategii i kampanii produktowych, programowych i wizerunkowych, 2. Współpracę z domem mediowym obsługującym klienta w zakresie ostatecznego kształtu strategii i doboru mediów, 3. Świadczenie kompleksowej obsługi ATL (reklama kierowana do szerokiej grupy docelowej, np. reklama w telewizji, outdoor), BTL (reklama kierowana do klienta zindywidualizowanego) oraz Digital (marketing internetowy). Przez pojęcie kompleksowej obsługi (wyróżnione w zdaniu powyżej) Zamawiający rozumie co najmniej: 1) Tworzenie tekstów reklamowych przez copywritera, korektę i redakcję tekstów, tworzenie projektów graficznych reklam prasowych i outdoorowych (zewnętrznych), tworzenie tekstów reklam radiowych i pomysłów na oprawę muzyczną reklam oraz tworzenie scenariuszy reklam telewizyjnych (storyboardy), billboardów sponsorskich, animacji i wizualizacji, rysunków do animatów, prezentacji, w tym wymagających zaangażowania przez Wykonawcę: pracownika działu obsługi klienta, artysty grafika (art director), autora tekstów reklamowych (copywritera), dyrektora kreatywnego, wraz z produkcją i dostarczeniem tych materiałów reklamowych przeznaczonych do emisji wg. specyfikacji podanej przez dom mediowy obsługujący klienta lub przez klienta do dysponentów mediów. 2) Projektowanie, tworzenie i opracowywanie projektów materiałów reklamowych i promocyjnych BTL, obejmujących w szczególności: tworzenie tekstów i grafik przez autorów (copywritera oraz art directora), tworzenie projektów graficznych tych materiałów, opracowanie plakatów, broszur, kompleksową obsługę procesu kreacji wydawnictw promocyjnych klienta, opracowywanie projektów innych materiałów kreatywnych towarzyszących kampanii reklamowej. 3) Usługi z zakresu Digital: obejmujące projektowanie, tworzenie, opracowywanie i produkcję materiałów przeznaczonych do prezentowania w Internecie i innych mediach cyfrowych, w szczególności tworzenie tekstów i grafik reklamowych przez autorów (copywritera oraz art directora) oraz tworzenie projektów graficznych i niestandardowych oraz innowacyjnych form tych materiałów wraz z produkcją tych materiałów wg specyfikacji podanej przez dom mediowy obsługujący klienta, przygotowywanie projektów strategii kreatywnych dla potrzeb kampanii reklamowych realizowanych z liderami opinii (influencerami) oraz tych prowadzonych w Internecie wraz z projektami materiałów reklamowych, poprzez przystosowanie wcześniej stworzonych strategii kreatywnych kampanii reklamowych ATL i materiałów reklamowych ATL do celów reklamy internetowej. 4) Zakup zdjęć i ich obróbka na potrzeby projektów graficznych promujących klienta; 5) Opracowywanie mechanizmów akcji promocyjnych i ich komunikacja; 6) Produkcja i postprodukcja w ramach wewnętrznych kompetencji Wykonawcy lub nadzór i koordynacja procesu produkcji przez Wykonawcę u podwykonawców, w tym pełny zakres usług DTP: skład i przygotowanie materiałów do druku, korekta tekstowa, korekta kolorystyczna, zaawansowany retusz i montaż zdjęć, adaptacja i templatyzacja materiałów, rendery 3D (trójwymiarowe, fotorealistyczne wizualizacje), produkcja proof'ów cyfrowych z certyfikacją ISO, montaż oraz remontaż spotów, online materiałów filmowych i postprodukcja obrazu, online materiałów filmowych i postprodukcja dźwięku; 7) Kompleksowa organizacja sesji zdjęciowych: castingi, stylizacje, budowa planu, scenografia, hale zdjęciowe, dedykowane lokacje, packshot service (wysokiej jakości zdjęcia o charakterze katalogowym wraz z kompleksową obsługą logistyczną); 4. Uczestnictwo w badaniach rynkowych i marketingowych oraz ich analizę; 5. Współpracę w przygotowaniu strategii komunikacji z punktowym uwzględnieniem liderów opinii - influencerów; 6. Reprezentowanie klienta przy negocjacjach z „celebrytami” i influencerami. W przypadku, gdy przedmiotem zamówienia są świadczenia powtarzające się lub ciągłe, Zamawiający dopuszcza nie tylko zamówienia wykonane (tj. zakończone), ale również wykonywane. W takim przypadku część zamówienia już faktycznie wykonana to terminu składania ofert musi spełniać wymogi określone przez Zamawiającego w warunku dla

zamówień zakończonych. W przypadku, gdy wartość zamówienia została wyrażona w walucie innej niż PLN, Wykonawca zobowiązany jest do jej przeliczenia na PLN przyjmując jako podstawę średni kurs danej waluty opublikowany przez NBP (wg tabeli A kursów średnich walut obcych) w dniu publikacji ogłoszenia o niniejszym zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Jeśli publikacja ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej nastąpi w dniu, kiedy NBP nie publikuje tabeli kursów średnich, należy przyjąć kurs z tabeli kursów średnich, opublikowany w dniu najbliższym po dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Wykazu zamówień wykonanych, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których zamówienia zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te zamówienia zostały wykonane lub są wykonywane należycie (...) szczegóły w rozdz. VII ust. 3 pkt 6) SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: warunek dotyczący dysponowania odpowiednim potencjałem kadrowym

Opis kryterium selekcji: Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że dysponuje: I.- co najmniej jedną osobą legitymującą się odpowiednimi kwalifikacjami zawodowymi, wykształceniem i doświadczeniem i którą Wykonawca zatrudnia na podstawie umowy o pracę, umowy o pracę na czas oznaczony lub nieoznaczony lub umowę o pracę na pełny etat lub część etatu tj.: Kierownika zespołu – Opiekuna klienta – Account Manager spełniającą wskazane poniżej warunki: - pełniącą funkcję kierownika zespołu w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert, zarządzającą kompleksową obsługą realizowanych projektów promocyjnych, utrzymującą relacje pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą przez cały okres trwania umowy, - która posiada minimum dwa (2) lata doświadczenia w kierowaniu, co najmniej trzema (3) ogólnopolskimi kampaniami, z których każda była kampanią o co najmniej jednym z wymienionych charakterów, tj. ogólnopolską kampanią reklamową wizerunkową, informacyjną, lub sprzedażową, obejmującą co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet, prasa, radio, TV i jednocześnie każda kosztowała min. 1 000 000,00 zł brutto (słownie: jeden milion złotych) - wartość kampanii nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów . II. osobami zdolnymi do realizacji zamówienia, tj. zespołem osób legitymujących się odpowiednimi kwalifikacjami zawodowymi, wykształceniem i doświadczeniem w skład którego wchodzi: 1) Dyrektor strategiczny, jedna (1) osoba spełniająca łącznie wskazane poniżej warunki: - w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert tworzył i opracował strategię co najmniej trzech (3) kampanii reklamowych o wartości co najmniej 100 000,00 zł brutto każda (słownie: milion złotych) na rynku ogólnopolskim obejmującej stworzenie koncepcji strategicznej kampanii, która została zrealizowana m.in. w Internecie z wykorzystaniem social media i influencerów, do której wyprodukowano spot telewizyjny; - posiada co najmniej cztery (4) lata doświadczenia na stanowisku dyrektora strategicznego lub równorzędnym obejmującym tworzenie i opracowanie strategii reklamowych na rynku usług z branży finansowej (bankowej lub ubezpieczeniowej lub telekomunikacyjnej); - posiada doświadczenie w tworzeniu strategii oraz kreowaniu idei komunikacyjnych w oparciu o zasady marketingu holistycznego; 2) Strategic Planner, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - posiada minimum trzy (3) lata doświadczenia w pracy w dziale strategii agencji reklamowej, w przygotowywaniu analiz obecności marek międzynarodowych na rynkach oraz analiz komunikacji i trendów

rynkowych a także w poszukiwaniu insightów (przykładowe insighty 2 realizowanych kampanii); 3) Social Media Strategic Planner, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - ma minimum trzy (3) lata doświadczenia w pracy w dziale mediów społecznościowych agencji reklamowej, w analizie charakteru i sposobów komunikacji marek w sieciach społecznościowych; - może się wykazać wiedzą i doświadczeniem na temat planowania strategii social media oraz udziałem w kampaniach tego typu (co najmniej trzech), planowaniem i weryfikacją obecności w social mediach, umiejętnością weryfikacji skuteczności komunikacji w social mediach; 4) Dyrektor kreatywny – Executive Creative Director, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert tworzył i nadzorował realizację co najmniej trzech (3) kampanii reklamowych na rynku ogólnopolskim wraz z realizacją o wartości co najmniej 1 000 000,00 zł brutto każda (słownie: jeden milion złotych) - wartość nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów - obejmującą stworzenie koncepcji kreatywnej kampanii (w tym key visual) oraz elementy jej realizacji zawierające m.in. przygotowanie i realizacja kampanii w Internecie z użyciem social mediów i influencerów, przygotowanie materiałów graficznych do Internetu (w tym social media) i prasy, przygotowanie scenariusza i nadzór nad produkcją spotu telewizyjnego i radiowego, - posiada co najmniej cztery (4) lata doświadczenia na stanowisku dyrektora kreatywnego lub równorzędnym obejmującym tworzenie i koordynację projektów reklamowych; 5) Zespół kreatywny – co najmniej dwie (2) osoby pełniące funkcję członka zespołu ds. kreacji, ekspertów spełniający poniższe warunki: - minimum trzy (3) lata doświadczenia w tworzeniu tekstów, haseł reklamowych, pisaniu scenariuszy spotów radiowych i telewizyjnych (copy writer), - biegła znajomość programów / narzędzi graficznych (grafik), - brała udział w realizacji, co najmniej trzech (3) ogólnopolskich kampanii reklamowych wizerunkowych, informacyjnych lub sprzedażowych, obejmujących co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet (social media i influencerzy), prasa, telewizja (copy writer i grafik); 6) Członkowie zespołu ds. obsługi klienta – co najmniej jedna (1) osoba pełniąca funkcję członka zespołu ds. obsługi klienta, spełniająca poniższe warunki: - minimum dwa (2) lata doświadczenia w realizacji ogólnopolskich kampanii, z których każda była kampanią, o co najmniej jednym z wymienionych charakterów, tj. ogólnopolską kampanią reklamową wizerunkową, informacyjną, lub sprzedażową, obejmującą co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet (social media i influencerzy), prasa i jednocześnie każda kosztowała min. 1 000 000,00 zł brutto (słownie: jeden milion złotych) (wartość kampanii nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów). Ciąg dalszy zapisów przedmiotowego warunku poniżej.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: c.d warunku dotyczącego dysponowania odpowiednim potencjałem kadrowym

Opis kryterium selekcji: Uwaga: 1) w przypadku Dyrektora strategicznego i Dyrektora kreatywnego opisane wyżej wymaganie zostanie uznany za spełnione także w przypadku wskazania tej samej osoby w obu funkcjach i spełnienia przez tę osobę wszystkich warunków wyżej wymaganych dla obu funkcji; 2) w przypadku pozostałych osób dla każdej z funkcji musi zostać wykazana jedna osoba tj. nie dopuszcza się łączenia funkcji. Zamawiający nie dopuszcza także łączenia funkcji opiekuna klienta, copywritera lub grafika reklamowego z funkcją dyrektora strategicznego lub dyrektora kreatywnego. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Wykazu osób (potencjał kadrowy), skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych i doświadczenia niezbędnych dla wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, wraz z

informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wzór wykazu stanowi załącznik nr 12 do SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

5.1.10. Kryteria udzielenia zamówienia

Kryterium:

Rodzaj: Koszt

Opis: Kryterium nr I - Koszt realizacji zamówienia

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 40

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr II – Dodatkowe doświadczenie w zespole Wykonawcy

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 4

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr III – Strategia działań marketingowych oraz koncepcja kreatywna

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 46

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr IV – Czas obsługi Zamawiającego

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

5.1.11. Dokumenty zamówienia

Języki, w których dokumenty zamówienia są oficjalnie dostępne: polski

Adres dokumentów zamówienia: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

5.1.12. Warunki udzielenia zamówienia

Warunki zgłoszenia:

Zgłoszenie elektroniczne: Wymagane

Adres na potrzeby zgłoszenia: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

Języki, w których można składać oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału: polski

Katalog elektroniczny: Niedozwolone

Wymagane jest użycie zaawansowanego lub kwalifikowanego podpisu elektronicznego lub pieczęci elektronicznej (zgodnie z definicją w rozporządzeniu (UE) nr 910/2014)

Termin składania ofert: 17/05/2024 12:00:00 (UTC+02:00) czas wschodnioeuropejski, czas środkowoeuropejski letni

Okres, przez który oferta musi pozostać ważna: 90 Dni

Informacje na temat publicznego otwarcia:

Data otwarcia: 17/05/2024 12:30:00 (UTC+02:00) czas wschodnioeuropejski, czas środkowoeuropejski letni

Warunki zamówienia:

Wykonanie zamówienia musi odbywać się w ramach programów zatrudnienia chronionego: Nie

Fakturowanie elektroniczne: Dozwolone

Stosowane będą zlecenia elektroniczne: tak

Stosowane będą płatności elektroniczne: tak

5.1.15. Techniki

Umowa ramowa:

Umowa ramowa, bez ponownego poddania zamówienia procedurze konkurencyjnej

Informacje o dynamicznym systemie zakupów:

Brak dynamicznego systemu zakupów

5.1.16. Dalsze informacje, mediacja i odwołanie

Organ odwoławczy: Krajowa Izba Odwoławcza

Informacje o terminach odwołania: Zgodnie z Działem IX ustawy Pzp (10 dni)

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia: Bank Gospodarstwa Krajowego

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych: Krajowa Izba Odwoławcza

Organizacja przyjmująca wnioski o dopuszczenie do udziału: Bank Gospodarstwa Krajowego

Organizacja rozpatrująca oferty: Bank Gospodarstwa Krajowego

5.1. Część zamówienia: LOT-0002

Tytuł: Zawarcie umowy ramowej na wybór agencji reklamowej do obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026- cz. B

Opis: Przedmiot zamówienia został podzielony na dwie Części: Część A – Przedmiot zamówienia obejmuje obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026, w tym przygotowanie Koncepcji kreatywnej i Strategii działań marketingowych dla kampanii produktowej dotyczącej unijnych pożyczek regionalnych na efektywność energetyczną. Część B – Przedmiot zamówienia obejmuje obsługi działań promocyjno-reklamowych banku na lata 2024-2026, w tym przygotowanie Koncepcji kreatywnej i Strategii działań komunikacyjnych kampanii online #CyberAkademia BGK" wraz z uzasadnieniem. Część B – Przedmiotem zamówienia jest zawarcie umowy ramowej – określenie zasad zlecenia i świadczenia usług dostosowanych do aktualnie prowadzonych przez Zamawiającego działań reklamowych, obejmujących: 1) Świadczenie kompleksowej obsługi przy tworzeniu strategii reklamowych offline i online dla Banku Gospodarstwa Krajowego, zwanego dalej „bankiem” oraz poszczególnych programów i projektów finansowanych ze środków unijnych i krajowych, o charakterze pro-sprzedażowym, wizerunkowym, informacyjnym, edukacyjnym; 2) Współpraca z agencją eventową; 3) Świadczenie kompleksowej obsługi ATL (reklama kierowana do szerokiej grupy docelowej, np. reklama w telewizji, outdoor), BTL (reklama kierowana do klienta zindywidualizowanego) oraz Digital (marketing internetowy); 4) Inne działania wspierające Zamawiającego. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia określony zostały w Opisie Przedmiotu Zamówienia (dalej: „OPZ”) wspólnym dla każdej z części i stanowiącym załącznik nr 1 do SWZ oraz w Briefie projektowym odrębnym dla każdej z części zamówienia stanowiącym odpowiednio załączniki nr 1A oraz 1B do SWZ oraz PPU. Szczegóły w SWZ. Wewnętrzny identyfikator: DZZK/16/DMKZ/2024- cz.B

5.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 79341200 Usługi zarządzania reklamą, 79341100 Doradcze usługi reklamowe, 79342000 Usługi marketingowe, 79341000 Usługi reklamowe, 79342200 Usługi w zakresie promocji, 79822500 Usługi projektów graficznych, 92111210 Produkcja filmów reklamowych

5.1.2. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

5.1.3. Szacowany okres obowiązywania

Okres obowiązywania: 36 Miesiące

5.1.5. Wartość

Maksymalna wartość umowy ramowej: 8 130 081,30 PLN

5.1.6. Informacje ogólne

Zastrzeżony udział:

Udział nie jest zastrzeżony.

Projekt zamówienia w pełni lub częściowo finansowany z funduszy UE

Informacje o funduszach Unii Europejskiej:

Identyfikator funduszy UE: FENG.04.01-IP.06-0004/23

Więcej informacji na temat funduszy UE: Przedmiot zamówienia jest współfinansowany z środków z budżetu Państwa i Unii Europejskiej ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego . W kolejnych latach (2024-2027) realizacji Umowy, Zamówienie będzie realizowane w ramach programu operacyjnego Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021-2027 (FENG), nr wniosku: FENG.04.01-IP.06-0004/23

Zamówienie jest objęte zakresem Porozumienia w sprawie zamówień rządowych (GPA): nie
Przedmiotowe zamówienie jest odpowiednie również dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP): tak

5.1.9. Kryteria kwalifikacji

Kryterium:

Rodzaj: Sytuacja ekonomiczna i finansowa

Nazwa: Sytuacja ekonomiczna

Opis kryterium selekcji: Zamawiający wymaga, żeby Wykonawca zapewnił stabilność ekonomiczną oraz potencjał finansowy realizacji zamówienia poprzez spełnienie następującego warunku: Wykonawca wykaże, że przestrzega powszechnie obowiązujących przepisów prawa oraz regulacji i wytycznych w tym przepisów krajowego i międzynarodowego prawa podatkowego oraz odpowiednich przepisów w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz zapewnia zgodność z wymaganiami Komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie wymogów dot. unikania opodatkowania w prawodawstwie UE, regulującego w szczególności operacje finansowe i inwestycje C(2018) 1756, wraz z wszelkimi aktualizacjami. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Oświadczenia Wykonawcy odnośnie przestrzegania przepisów prawa powszechnie obowiązującego oraz regulacji i wytycznych, w tym przepisów krajowego i międzynarodowego prawa podatkowego oraz odpowiednich przepisów w zakresie przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowania terroryzmu a także zgodności z wymaganiami Komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie nowych wymogów dotyczących unikania opodatkowania w prawodawstwie UE, regulującego w szczególności operacje finansowania inwestycji C(2018) 1756, C(2018) 175, wraz z wszelkimi jego aktualizacjami – wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 10 do SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: warunek dotyczący doświadczenia

Opis kryterium selekcji: Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, iż w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał należycie: - co najmniej 2 (dwa) zamówienia o łącznej wartości nie mniejszej niż 3 000 000 (trzy miliony) zł brutto, przy czym

co najmniej 2 (dwa) z za mówień o wartości nie mniejszej niż 800 000,00,00 (osiemset tysięcy) zł brutto każde. Wykazywane przez Wykonawcę zamówienia spełniające powyższy warunek powinny sumarycznie uwzględniać wszystkie poniższe punkty: 1. Współpracę przy tworzeniu strategii i kampanii produktowych, programowych i wizerunkowych, 2. Współpracę z domem mediowym obsługującym klienta w zakresie ostatecznego kształtu strategii i doboru mediów, 3. Świadczenie kompleksowej obsługi ATL (reklama kierowana do szerokiej grupy docelowej, np. reklama w telewizji, outdoor), BTL (reklama kierowana do klienta zindywidualizowanego) oraz Digital (marketing internetowy). Przez pojęcie kompleksowej obsługi (wyróżnione w zdaniu powyżej) Zamawiający rozumie co najmniej: 1) Tworzenie tekstów reklamowych przez copywritera, korektę i redakcję tekstów, tworzenie projektów graficznych reklam prasowych i outdoorowych (zewnętrznych), tworzenie tekstów reklam radiowych i pomysłów na oprawę muzyczną reklam oraz tworzenie scenariuszy reklam telewizyjnych (storyboardy), billboardów sponsorskich, animacji i wizualizacji, rysunków do animatorów, prezentacji, w tym wymagających zaangażowania przez Wykonawcę: pracownika działu obsługi klienta, artysty grafika (art director), autora tekstów reklamowych (copywritera), dyrektora kreatywnego, wraz z produkcją i dostarczeniem tych materiałów reklamowych przeznaczonych do emisji wg. specyfikacji podanej przez dom mediowy obsługujący klienta lub przez klienta do dysponentów mediów. 2) Projektowanie, tworzenie i opracowywanie projektów materiałów reklamowych i promocyjnych BTL, obejmujących w szczególności: tworzenie tekstów i grafik przez autorów (copywritera oraz art directora), tworzenie projektów graficznych tych materiałów, opracowanie plakatów, broszur, kompleksową obsługę procesu kreacji wydawnictw promocyjnych klienta, opracowywanie projektów innych materiałów kreatywnych towarzyszących kampanii reklamowej. 3) Usługi z zakresu Digital: obejmujące projektowanie, tworzenie, opracowywanie i produkcję materiałów przeznaczonych do prezentowania w Internecie i innych mediach cyfrowych, w szczególności tworzenie tekstów i grafik reklamowych przez autorów (copywritera oraz art directora) oraz tworzenie projektów graficznych i niestandardowych oraz innowacyjnych form tych materiałów wraz z produkcją tych materiałów wg specyfikacji podanej przez dom mediowy obsługujący klienta, przygotowywanie projektów strategii kreatywnych dla potrzeb kampanii reklamowych realizowanych z liderami opinii (influencerami) oraz tych prowadzonych w Internecie wraz z projektami materiałów reklamowych, poprzez przystosowanie wcześniej stworzonych strategii kreatywnych kampanii reklamowych ATL i materiałów reklamowych ATL do celów reklamy internetowej. 4) Zakup zdjęć i ich obróbka na potrzeby projektów graficznych promujących klienta; 5) Opracowywanie mechanizmów akcji promocyjnych i ich komunikacja; 6) Produkcja i postprodukcja w ramach wewnętrznych kompetencji Wykonawcy lub nadzór i koordynacja procesu produkcji przez Wykonawcę u podwykonawców, w tym pełny zakres usług DTP: skład i przygotowanie materiałów do druku, korekta tekstowa, korekta kolorystyczna, zaawansowany retusz i montaż zdjęć, adaptacja i templatyzacja materiałów, rendery 3D (trójwymiarowe, fotorealistyczne wizualizacje), produkcja proof'ów cyfrowych z certyfikacją ISO, montaż oraz remont spotów, online materiałów filmowych i postprodukcja obrazu, online materiałów filmowych i postprodukcja dźwięku; 7) Kompleksowa organizacja sesji zdjęciowych: castingi, stylizacje, budowa planu, scenografia, hale zdjęciowe, dedykowane lokacje, packshot service (wysokiej jakości zdjęcia o charakterze katalogowym wraz z kompleksową obsługą logistyczną); 4. Uczestnictwo w badaniach rynkowych i marketingowych oraz ich analizę; 5. Współpracę w przygotowaniu strategii komunikacji z punktowym uwzględnieniem liderów opinii - influencerów; 6. Reprezentowanie klienta przy negocjacjach z „celebrytami” i influencerami. W przypadku, gdy przedmiotem zamówienia są świadczenia powtarzające się lub ciągłe, Zamawiający dopuszcza nie tylko zamówienia wykonane (tj. zakończone), ale również wykonywane. W takim przypadku część zamówienia już faktycznie wykonana to terminu składania ofert musi spełniać wymogi określone przez Zamawiającego w warunku dla

zamówień zakończonych. W przypadku, gdy wartość zamówienia została wyrażona w walucie innej niż PLN, Wykonawca zobowiązany jest do jej przeliczenia na PLN przyjmując jako podstawę średni kurs danej waluty opublikowany przez NBP (wg tabeli A kursów średnich walut obcych) w dniu publikacji ogłoszenia o niniejszym zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Jeśli publikacja ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej nastąpi w dniu, kiedy NBP nie publikuje tabeli kursów średnich, należy przyjąć kurs z tabeli kursów średnich, opublikowany w dniu najbliższym po dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Wykazu zamówień wykonanych, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których zamówienia zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te zamówienia zostały wykonane lub są wykonywane należycie (...) szczegóły w rozdz. VII ust. 3 pkt 6) SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: warunek dotyczący dysponowania odpowiednim potencjałem kadrowym

Opis kryterium selekcji: Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że dysponuje: I.- co najmniej jedną osobą legitymującą się odpowiednimi kwalifikacjami zawodowymi, wykształceniem i doświadczeniem i którą Wykonawca zatrudnia na podstawie umowy o pracę, umowy o pracę na czas oznaczony lub nieoznaczony lub umowę o pracę na pełny etat lub część etatu tj.: Kierownika zespołu – Opiekuna klienta – Account Manager spełniająca wskazane poniżej warunki: - pełniąc funkcję kierownika zespołu w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert, zarządzająca kompleksową obsługą realizowanych projektów promocyjnych, utrzymując relacje pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą przez cały okres trwania umowy, - która posiada minimum dwa (2) lata doświadczenia w kierowaniu, co najmniej trzema (3) ogólnopolskimi kampaniami, z których każda była kampanią o co najmniej jednym z wymienionych charakterów, tj. ogólnopolską kampanią reklamową wizerunkową, informacyjną, lub sprzedażową, obejmującą co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet, prasa, radio, TV i jednocześnie każda kosztowała min. 1 000 000,00 zł brutto (słownie: jeden milion złotych) - wartość kampanii nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów . II. osobami zdolnymi do realizacji zamówienia, tj. zespołem osób legitymujących się odpowiednimi kwalifikacjami zawodowymi, wykształceniem i doświadczeniem w skład którego wchodzi: 1) Dyrektor strategiczny, jedna (1) osoba spełniająca łącznie wskazane poniżej warunki: - w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert tworzył i opracował strategię co najmniej trzech (3) kampanii reklamowych o wartości co najmniej 100 000,00 zł brutto każda (słownie: milion złotych) na rynku ogólnopolskim obejmującej stworzenie koncepcji strategicznej kampanii, która została zrealizowana m.in. w Internecie z wykorzystaniem social media i influencerów, do której wyprodukowano spot telewizyjny; - posiada co najmniej cztery (4) lata doświadczenia na stanowisku dyrektora strategicznego lub równorzędnym obejmującym tworzenie i opracowanie strategii reklamowych na rynku usług z branży finansowej (bankowej lub ubezpieczeniowej lub telekomunikacyjnej); - posiada doświadczenie w tworzeniu strategii oraz kreowaniu idei komunikacyjnych w oparciu o zasady marketingu holistycznego; 2) Strategic Planner, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - posiada minimum trzy (3) lata doświadczenia w pracy w dziale strategii agencji reklamowej, w przygotowywaniu analiz obecności marek międzynarodowych na rynkach oraz analiz komunikacji i trendów

rynkowych a także w poszukiwaniu insightów (przykładowe insighty 2 realizowanych kampanii); 3) Social Media Strategic Planner, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - ma minimum trzy (3) lata doświadczenia w pracy w dziale mediów społecznościowych agencji reklamowej, w analizie charakteru i sposobów komunikacji marek w sieciach społecznościowych; - może się wykazać wiedzą i doświadczeniem na temat planowania strategii social media oraz udziałem w kampaniach tego typu (co najmniej trzech), planowaniem i weryfikacją obecności w social mediach, umiejętnością weryfikacji skuteczności komunikacji w social mediach; 4) Dyrektor kreatywny – Executive Creative Director, jedna (1) osoba spełniająca wskazane poniżej warunki: - w ciągu ostatnich dwunastu (12) miesięcy przed upływem terminu składania ofert tworzył i nadzorował realizację co najmniej trzech (3) kampanii reklamowych na rynku ogólnopolskim wraz z realizacją o wartości co najmniej 1 000 000,00 zł brutto każda (słownie: jeden milion złotych) - wartość nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów - obejmującą stworzenie koncepcji kreatywnej kampanii (w tym key visual) oraz elementy jej realizacji zawierające m.in. przygotowanie i realizacja kampanii w Internecie z użyciem social mediów i influencerów, przygotowanie materiałów graficznych do Internetu (w tym social media) i prasy, przygotowanie scenariusza i nadzór nad produkcją spotu telewizyjnego i radiowego, - posiada co najmniej cztery (4) lata doświadczenia na stanowisku dyrektora kreatywnego lub równorzędnym obejmującym tworzenie i koordynację projektów reklamowych; 5) Zespół kreatywny – co najmniej dwie (2) osoby pełniące funkcję członka zespołu ds. kreacji, ekspertów spełniający poniższe warunki: - minimum trzy (3) lata doświadczenia w tworzeniu tekstów, haseł reklamowych, pisaniu scenariuszy spotów radiowych i telewizyjnych (copy writer), - biegła znajomość programów / narzędzi graficznych (grafik), - brała udział w realizacji, co najmniej trzech (3) ogólnopolskich kampanii reklamowych wizerunkowych, informacyjnych lub sprzedażowych, obejmujących co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet (social media i influencerzy), prasa, telewizja (copy writer i grafik); 6) Członkowie zespołu ds. obsługi klienta – co najmniej jedna (1) osoba pełniąca funkcję członka zespołu ds. obsługi klienta, spełniająca poniższe warunki: - minimum dwa (2) lata doświadczenia w realizacji ogólnopolskich kampanii, z których każda była kampanią, o co najmniej jednym z wymienionych charakterów, tj. ogólnopolską kampanią reklamową wizerunkową, informacyjną, lub sprzedażową, obejmującą co najmniej następujące nośniki przekazu: Internet (social media i influencerzy), prasa i jednocześnie każda kosztowała min. 1 000 000,00 zł brutto (słownie: jeden milion złotych) (wartość kampanii nie obejmuje kosztów związanych z zakupem mediów). Ciąg dalszy zapisów przedmiotowego warunku poniżej.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

Kryterium:

Rodzaj: Zdolność techniczna i zawodowa

Nazwa: c.d warunku dotyczącego dysponowania odpowiednim potencjałem kadrowym

Opis kryterium selekcji: Uwaga: 1) w przypadku Dyrektora strategicznego i Dyrektora kreatywnego opisane wyżej wymaganie zostanie uznany za spełnione także w przypadku wskazania tej samej osoby w obu funkcjach i spełnienia przez tę osobę wszystkich warunków wyżej wymaganych dla obu funkcji; 2) w przypadku pozostałych osób dla każdej z funkcji musi zostać wykazana jedna osoba tj. nie dopuszcza się łączenia funkcji. Zamawiający nie dopuszcza także łączenia funkcji opiekuna klienta, copywritera lub grafika reklamowego z funkcją dyrektora strategicznego lub dyrektora kreatywnego. Ocena spełniania ww. warunku nastąpi na podstawie: Wykazu osób (potencjał kadrowy), skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych i doświadczenia niezbędnych dla wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, wraz z

informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wzór wykazu stanowi załącznik nr 12 do SWZ.

Wykorzystanie tego kryterium: Stosowane

5.1.10. Kryteria udzielenia zamówienia

Kryterium:

Rodzaj: Koszt

Opis: Kryterium nr I - Koszt realizacji zamówienia

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 40

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr II – Dodatkowe doświadczenie w zespole Wykonawcy

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 4

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr III – Strategia działań marketingowych oraz koncepcja kreatywna

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 46

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: Kryterium nr IV – Czas obsługi Zamawiającego

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość punktowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

5.1.11. Dokumenty zamówienia

Języki, w których dokumenty zamówienia są oficjalnie dostępne: polski

Adres dokumentów zamówienia: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

5.1.12. Warunki udzielenia zamówienia

Warunki zgłoszenia:

Zgłoszenie elektroniczne: Wymagane

Adres na potrzeby zgłoszenia: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

Języki, w których można składać oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału: polski

Katalog elektroniczny: Niedozwolone

Wymagane jest użycie zaawansowanego lub kwalifikowanego podpisu elektronicznego lub pieczęci elektronicznej (zgodnie z definicją w rozporządzeniu (UE) nr 910/2014)

Termin składania ofert: 17/05/2024 12:00:00 (UTC+02:00) czas wschodnioeuropejski, czas środkowoeuropejski letni

Okres, przez który oferta musi pozostać ważna: 90 Dni

Informacje na temat publicznego otwarcia:

Data otwarcia: 17/05/2024 12:30:00 (UTC+02:00) czas wschodnioeuropejski, czas środkowoeuropejski letni

Warunki zamówienia:

Wykonanie zamówienia musi odbywać się w ramach programów zatrudnienia chronionego: Nie

Fakturowanie elektroniczne: Dozwolone

Stosowane będą zlecenia elektroniczne: tak

Stosowane będą płatności elektroniczne: tak

5.1.15. Techniki

Umowa ramowa:

Umowa ramowa, bez ponownego poddania zamówienia procedurze konkurencyjnej

Informacje o dynamicznym systemie zakupów:

Brak dynamicznego systemu zakupów

5.1.16. Dalsze informacje, mediacja i odwołanie

Organ odwoławczy: Krajowa Izba Odwoławcza

Informacje o terminach odwołania: Zgodnie z Działem IX ustawy Pzp (10 dni)

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia: Bank Gospodarstwa Krajowego

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych: Krajowa Izba Odwoławcza

Organizacja przyjmująca wnioski o dopuszczenie do udziału: Bank Gospodarstwa Krajowego

Organizacja rozpatrująca oferty: Bank Gospodarstwa Krajowego

8. Organizacje

8.1. ORG-0001

Oficjalna nazwa: Bank Gospodarstwa Krajowego

Numer rejestracyjny: 000017319

Departament: Departament Zarządzania Zakupami i Kontraktami

Adres pocztowy: Al. Jerozolimskie 7 Tymczasowy adres do korespondencji: ul. Chmielna 73, 00-801 Warszawa

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 00-955

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

Punkt kontaktowy: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

E-mail: sekretariatDZZK@bgk.pl

Telefon: +48224758048

Adres strony internetowej: www.bgk.pl

Adres na potrzeby wymiany informacji (URL): <https://bgk.eb2b.com.pl/>

Profil nabywcy: <https://bgk.eb2b.com.pl/>

Role tej organizacji:

Nabywca

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia

Organizacja przyjmująca wnioski o dopuszczenie do udziału

Organizacja rozpatrująca oferty

8.1. ORG-0002

Oficjalna nazwa: Krajowa Izba Odwoławcza

Numer rejestracyjny: 5262239325

Adres pocztowy: ul. Postępu 17a

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 02-676

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

Punkt kontaktowy: www.uzp.gov.pl

E-mail: odwolania@uzp.gov.pl

Telefon: +48224587801

Adres strony internetowej: www.uzp.gov.pl

Adres na potrzeby wymiany informacji (URL): <https://www.uzp.gov.pl/kio/kontakt>

Role tej organizacji:

Organ odwoławczy

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych

Informacje o ogłoszeniu

Identyfikator/wersja ogłoszenia: f7ac0b7a-cc63-4333-8e82-a5a094968ea4 - 01

Typ formularza: Procedura konkurencyjna

Rodzaj ogłoszenia: Ogłoszenie o zamówieniu lub ogłoszenie o koncesji – tryb standardowy

Podrodzaj ogłoszenia: 16

Ogłoszenie – data wysłania: 16/04/2024 13:31:53 (UTC+00:00) czas zachodnioeuropejski, GMT

Języki, w których przedmiotowe ogłoszenie jest oficjalnie dostępne: polski

Numer publikacji ogłoszenia: 230273-2024

Numer wydania Dz.U. S: 77/2024

Data publikacji: 18/04/2024