

---

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka - Priorytet III - Kapitał dla innowacji, Działanie 3.3 - Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP, Poddziałanie 3.3.1 - Wsparcie dla Instytucji Otoczenia Biznesu, Projekt „Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu w Polsce”.

---

## ZAPYTANIE OFERTOWE

Zamawiający: PKPP Lewiatan  
Data: 07 lipca 2010r.

### Osoba upoważniona do kontaktów z Oferentami:

Kuba Giedrojc, PKPP Lewiatan

e- mail: [kgiedrojc@pkpplewiatan.pl](mailto:kgiedrojc@pkpplewiatan.pl)

tel. (22) 565-18-23

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, w ramach projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego , Priorytet 3 - Kapitał dla innowacji, Działanie 3.3 - Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP, Poddziałanie 3.3.1 - Wsparcie dla Instytucji Otoczenia Biznesu, Projekt pt.: „Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku Aniołów Biznesu w Polsce”, przesyła zapytanie ofertowe w związku z poszukiwaniem Oferenta, który podejmie się wykonania usługi polegającej na opracowaniu strategii obsługi promocyjnej projektu, promującej ideę Aniołów Biznesu oraz jej wykonaniu.

### 1. Postanowienia ogólne

1. Niniejsze postępowanie nie podlega przepisom ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 późn. zm.).
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania do upływu terminu składania ofert. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert. Dokonane zmiany przekazuje się niezwłocznie wszystkim Oferentom i są one dla nich wiążące. O dokonanych zmianach informuje się także na stronie internetowej, na której zostało zamieszczone ogłoszenie o zamówieniu.
3. W niniejszym postępowaniu Oferenci składają ofertę i ewentualne uzupełnienia do oferty drogą elektroniczną lub w wersji pisemnej. Inne informacje Zamawiający i Oferenci przekazują drogą elektroniczną.
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości złożenia oferty częściowej i wariantowej.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do: unieważnienia procesu wyboru oferty cenowej realizacji usługi, nie wybrania żadnej z przedstawionych ofert, pozostawienia bez rozpatrzenia oferty cenowej niezgodnej z opisem niniejszego zapytania, bez podawania

przyczyny.

6. Każdy z Oferentów otrzyma informację o rozstrzygnięciu, wstrzymaniu lub odstąpieniu od projektu.

## 2. Opis przedmiotu zamówienia i wymagania dotyczące Oferenta

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan poszukuje Oferenta, który podejmie się wykonania usługi promocji idei Aniołów Biznesu w ramach Projektu pt.: „Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku Aniołów Biznesu w Polsce” w okresie od 01 sierpnia 2010 do 31 grudnia 2011 roku.

### 2.1 Cel działań

Podstawowym celem działań Oferenta będzie prowadzenie działań promocyjnych skierowanych na maksymalne upowszechnienie wiedzy na temat idei Aniołów Biznesu i zasad finansowania inwestycji w tym modelu.

### 2.2 Opis zadań

Usługa będzie realizowana w trzech grupach zadań:

- A) obsługa bieżąca w ramach zadań stałych
- B) obsługa promocyjna i medialna wydarzeń w projekcie
- C) działania promocyjne o charakterze projektowym

ad. A) obsługa bieżąca w ramach zadań stałych

Bieżąca obsługa obejmuje:

- stałą aktualizację i rozbudowę profili LBA na portalach społecznościowych m.in. Facebook, Goldenline, Twitter
- stałą aktualizację i rozbudowę kontentu na stronie [www.lba.pl](http://www.lba.pl)
- utrzymywanie i rozwijanie bieżących kontaktów z mediami oraz przygotowywanie na ich potrzeby materiałów prasowych
- analiza monitoringu mediów
- gotowość w sytuacjach kryzysowych.

ad. B) obsługa promocyjna i medialna wydarzeń w projekcie

Obsługa wydarzeń w projekcie (seminaria, warsztaty) obejmuje:

- przygotowanie materiałów prasowych dotyczących danego wydarzenia
- przygotowanie i stałą aktualizację baz mediów oraz wysyłkę materiałów
- w miarę potrzeb follow-up oraz indywidualne ustalenia z dziennikarzami, dotyczące relacjonowania tych wydarzeń
- przygotowanie promocyjne wybranych wydarzeń – zapewnienie materiałów wizerunkowych, wsparcie rekrutacji.

Szacunkowa, roczna liczba wydarzeń w projekcie wynosi 50, z czego część odbywa się poza Warszawą. Nie wszystkie wydarzenia – ze względu na swój charakter oraz powtarzalność tematów – podlegają obsłudze promocyjnej.

ad. C) działania promocyjne o charakterze projektowym

Większość działań promocyjnych w ramach projektu powinna mieć charakter projektowy i być zdarzeniami wykreowanymi, które pozwolą – głównie metodami public relations – realizować cel promocyjny.

Działania te powinny mieć charakter działania strategicznego, ułożonego w sposób sekwencyjny, wzajemnie się uzupełniającego. Przykładowymi działaniami tego typu mogą być: konferencje prasowe, raporty, konkursy, projekty redakcyjne, współprace patronackie, nagrody itd.

### 2.3 Sposób wynagrodzenia

Wynagrodzenie będzie miało charakter łączony i składać się będzie z dwóch składników:

- wynagrodzenie ryczałtowe miesięczne, płatne przez cały okres trwania umowy, za zadania opisane w lit. A) i B) (obsługa bieżąca w ramach zadań stałych, obsługa promocyjna i medialna wydarzeń w projekcie)
- wynagrodzenia ryczałtowe za zrealizowanie poszczególnych działań opisanych w lit C) (działania promocyjne o charakterze projektowym).

### 3. Opis projektu

„Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu w Polsce”.

Projekt jest realizowany w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Priorytet 3 - Kapitał dla innowacji, Działanie 3.3 - Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP, Poddziałanie 3.3.1 - Wsparcie dla Instytucji Otoczenia Biznesu, współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

**Głównym celem projektu jest:** aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu (Business Angels) w Polsce.

Projekt PKPP Lewiatan i przewidziane w nim inicjatywy umożliwią nie tylko realizację zamierzonego celu głównego, ale również wpłyną w szerszej perspektywie na stworzenie dogodnych warunków inicjujących współpracę pomiędzy inwestorami prywatnymi a pomysłodawcami poszukującymi źródeł finansowania - na nowe, innowacyjne pomysły z różnych branż.

Cel główny projektu będzie realizowany poprzez cele szczegółowe takie jak:

- aktywizacja rynku Business Angels,
- przygotowanie przedsiębiorców i inwestorów do transakcji kapitałowych o charakterze udziałowym,
- wymianę doświadczeń inwestorów oraz implementację na rynku polskim światowych wzorców w zakresie funkcjonowania sieci aniołów biznesu.

Więcej informacji na stronie internetowej [www.lba.pl](http://www.lba.pl).

#### 4. Przebieg postępowania, konstrukcja oferty i kryteria wyboru.

Postępowanie konkursowe będzie składało się z trzech etapów.

##### 4.1 Etap pierwszy – ocena potencjału i doświadczenia Oferenta.

Specyfika działań promocyjnych w ramach projektu obejmuje głównie działania związane z obsługą medialną, komunikacją marketingową, projektowaniem i produkcją poligraficzną oraz zadaniami eventowymi, dlatego poszukujemy Oferenta typu full service. Warunkiem jest zatem aby Oferent oferował, w ramach jednego zespołu, następujące usługi:

- kompleksowe działania public relations, ze szczególnym uwzględnieniem media relations,
- kreacja – posiadanie własnego zespołu kreatywnego,
- copyright – posiadanie własnego zaplecza copywriterskiego
- projektowanie i DTP – posiadanie własnego zespołu projektowania graficznego oraz przygotowania DTP
- zaplecze eventowe – posiadanie doświadczenia w przygotowaniu eventów o charakterze seminariów, warsztatów i konferencji szkoleniowych oraz własne zaplecze organizacyjne w tym zakresie
- potencjał organizacyjny – posiadanie stosownego zaplecza organizacyjnego do realizacji zadań opisanych w Zapytaniu.

Warunkiem koniecznym jest dedykowanie do realizacji zadań na rzecz Zamawiającego Account Managera, posiadającego doświadczenie w obsłudze działań typu full service, dla którego Zamawiający będzie głównym Klientem, którego będzie obsługiwał. Warunkiem jest aby Account Manager posiadał doświadczenie w realizowaniu projektów Oferenta przez min. 1 rok.

Zdecydowanie preferowani będą Oferenci posiadający doświadczenie w obsłudze podmiotów rynku kapitałowego działających w obszarze podwyższonego ryzyka (sieci Aniołów Biznesu, inkubatory, fundusze typu seed). Warunkiem koniecznym jest posiadanie takiego doświadczenia przez Account Managera.

##### 4.1.1 Konstrukcja oferty.

Oferta złożona przez Oferenta powinna składać się z następujących informacji:

- A. identyfikacja Oferenta (nazwa, adres, numer KRS, NIP)
- B. data sporządzenia oferty
- C. osoba upoważniona do reprezentowania Oferenta
- D. opis potencjału Oferenta zawierający: opis usług oferowanych przez Oferenta, opis posiadanego zespołu, zaplecza i doświadczenia w zakresie działań PR, kreacji, copywritingu, projektowania graficznego i DTP, działań eventowych. Warunkiem jest aby Oferent oferował wykonanie opisanych usług w oparciu o zespół własny. Nie dopuszczone jest występowanie konsorcjów.
- E. opis doświadczenia Oferenta zawierający:
  - E.1 opis doświadczenia Oferenta w pracy na rzecz klientów z rynku kapitałowego, operujących w obszarze podwyższonego ryzyka, szczególnie Aniołów Biznesu, uwzględniający szczególnie zakres wykonywanych usług, czas oraz rezultaty
  - E.2 opis doświadczenia zespołu dedykowanego do obsługi Zamawiającego, uwzględniający

szczególnie opis doświadczenia Account Managera z uwzględnieniem realizacji projektów na rzecz podmiotów rynku kapitałowego operujących w obszarze podwyższonego ryzyka w ciągu ostatnich 3 lat.

F. opis głównych klientów i projektów zrealizowanych przez Oferenta w ciągu ostatnich 3 lat.

#### 4.1.2 Kryteria oceny.

Oferta złożona na etapie pierwszym będzie oceniana w sposób punktowy w oparciu o następujące kryteria:

1. Dane opisane w lit. A), B), C) są warunkami formalnymi złożenia oferty, ich niespełnienie powoduje odrzucenie oferty ze względów formalnych
2. Kategoria: potencjał Oferenta (lit. D) – maks. 3 pkt
3. Kategoria: doświadczenie Oferenta w zakresie obsługi klientów z rynku kapitałowego (lit. E.1) – maks. 5 pkt
4. Kategoria: doświadczenie zespołu dedykowanego (lit. E.2) – maks. 5 pkt.
5. Kategoria: opis doświadczenia Oferenta (lit. F) – maks. 2 pkt.

Na etapie pierwszym oceny dokonuje Komisja Konkursowa. Kończącą oceną każdej oferty jest suma ocen wystawionych przez każdego członka Komisji Konkursowej. Dopuszczalne jest przyznawanie wartości ułamkowych. Do etapu drugiego zostają zaproszeni trzej Oferenci, którzy uzyskali najwyższą liczbę punktów. Warunkiem koniecznym do przejścia do kolejnego etapu jest uzyskanie min. 70% łącznej wartości punktów uzyskanych w każdej kategorii. W przypadku gdy żaden z Oferentów nie uzyskała wymaganej liczby punktów postępowanie pozostanie nierozstrzygnięte.

#### 4.2 Etap drugi – ocena strategii działań promocyjnych

Każdy Oferent zakwalifikowany do etapu drugiego zostanie zaproszony na indywidualne spotkanie, podczas którego zostanie zaprezentowana szczegółowa specyfikacja zakresu potrzeb Zamawiającego, wydarzeń planowanych w projekcie, dotychczasowych rezultatów działalności promocyjnej, dostępnego zakresu danych oraz strategia komunikacyjna Zamawiającego. W oparciu o informacje uzyskane podczas spotkania oraz materiały dotyczące projektu i specyfikację potrzeb promocyjnych Zamawiającego, każdy Oferent przedstawi kompletną strategię działań promocyjnych, wraz z ich opisem i harmonogramem.

Komisja Konkursowa będzie oceniała otrzymane oferty według następujących kryteriów:

1. zgodność zaproponowanych założeń strategicznych i działań ze strategią komunikacyjną Zamawiającego
2. znajomość problematyki działań Aniołów Biznesu, szczególnie realiów rynku polskiego
3. znajomość specyfiki działań promocyjnych Aniołów Biznesu
4. strategiczne podejście do planowanych działań, pokazujące ich sekwencyjność i logiczną zależność
5. wyczerpujące uzasadnienie zaproponowanej strategii promocyjnej
6. nowatorstwo zaplanowanych działań, rozumiane jako opracowanie conceptów działań, które nie były dotychczas szeroko wykorzystywane w działaniach promocyjnych Aniołów Biznesu.

Na etapie drugim oceny dokonuje Komisja Konkursowa. Za każde kryterium Oferent może uzyskać maks. 3 punkty, za całą Ofertę maks. 18 pkt. Oferty, które uzyskają min. 12 pkt oraz min. 1 punkt za

każde kryterium, przechodzą do etapu trzeciego.

#### 4.3 Etap trzeci – wybór oferty

Oferenci, którzy zakwalifikują się do etapu trzeciego zostaną poproszeni o przedstawienie kosztorysu wykonania działań zaproponowanych w strategii promocyjnej oraz wysokości ryczałtu za działania w ramach pierwszego składnika wynagrodzenia. Oferent jest zobowiązany podsumować całość tak wyliczonego wynagrodzenia za cały okres trwania umowy i przedstawić jedną kwotę końcową.

Na etapie trzecim jedynym kryterium oceny jest kryterium ceny. Wygrywa oferta, w ramach której wynagrodzenie (wyliczone w opisany powyżej sposób) będzie najniższe.

#### 5 Informacje dodatkowe

- Termin ważności ofert składanych w ramach zapytania ofertowego powinien wynosić co najmniej 30 dni, licząc od dnia złożenia oferty.
- Na podstawie niniejszego postępowania Zamawiający planuje zawrzeć umowę na okres maksymalnie 24 miesięcy.
- W toku dokonywania oceny złożonych ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert.
- Zaproszenie do negocjacji nie oznacza przyjęcia przez Zamawianego oferty Oferenta.
- Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności kosztów związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, negocjacji, przygotowaniem do zawarcia umowy.

#### 6 Terminy i składanie ofert

Oferty należy składać drogą elektroniczną na adres: [kgiedroj@pkpplewiatan.pl](mailto:kgiedroj@pkpplewiatan.pl)

lub pocztą na adres:                   Kuba Giedrojc  
  PKPP Lewiatan  
  ul. Flory 9/4  
  00-586 Warszawa

Termin składania ofert w pierwszym etapie upływa w dniu 14 lipca 2010 r.

Etap drugi:

- wybór Oferentów i spotkania z wybranymi Oferentami zaplanowano w okresie 15-16 lipca 2010 roku
- przedstawienie Oferty (strategia promocyjna) do dnia 27 lipca 2010 roku

Etap trzeci:

- wybór Oferentów i zaproszenie do przedstawienia wynagrodzenia do 28 lipca 2010 r.
- termin przedstawienia wysokości wynagrodzenia i kosztorysu do dnia 30 lipca 2010 r.

- wybór Oferenta 30 lipca 2010 roku.