

ZAPYTANIE OFERTOWE z dnia 20.06.2013 r.

Konfederacja Lewiatan („Zamawiający”), w ramach innowacyjnego projektu „Diversity Index” („Projekt”), współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie umowy nr UDA-POKL.02.01.02-00-036/10, przesyła zapytanie o przygotowanie filmu promocyjnego projektu Diversity Index.

1. Postanowienia ogólne

- 1.1. Niniejsze postępowanie nie podlega przepisom ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 z późn. zm.).
- 1.2. Zapytanie ofertowe zostanie przekazane wybranym podmiotom oraz zamieszczone na stronie internetowej Zamawiającego.
- 1.3. 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. Informacje o zmianach zostaną przekazane niezwłocznie wszystkim podmiotom, do których zostało wystosowane zaproszenie ofertowe. Informacje o zmianach zostaną zamieszczone także na stronie internetowej oraz tablicy ogłoszeń Zamawiającego.
- 1.4. Zapytanie ofertowe, oferty oraz inne informacje dotyczące niniejszego postępowania Zamawiający oraz podmioty składające oferty („Oferenci”) przekazują drogą elektroniczną. Dopuszcza się złożenie oferty w formie papierowej na adres podany w pkt. 3.2 .
- 1.5. Po wyborze Oferenta Zamawiający podejmie uzgodnienia w celu odpowiedniego uszczegółowienia sposobu wykonania zamówienia.
- 1.6. Zamawiający nie dopuszcza złożenia oferty częściowej.

2. Opis przedmiotu zamówienia

- 2.1 Głównym celem projektu „Diversity Index” jest wypracowanie, przetestowanie i upowszechnienie kompleksowego narzędzia analizy zarządzania różnorodnością w przedsiębiorstwie dostosowanego do warunków działania polskich firm, tzw. wskaźnika Diversity Index (główny produkt projektu). Jednym z istotnych celów szczegółowych jest podniesienie zainteresowania pracodawców tematem i narzędziami zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Projekt jest skierowany do przedsiębiorców/pracodawców. Projekt realizowany jest w partnerstwie przez Polską Konfederację Pracodawców



Prywatnych Lewiatan oraz Agencję Rozwoju Innowacji S.A. W załączeniu do zapytania znajduje się skrócona wersja strategii wdrażania projektu „Diversity Index”.

2.2. Przedmiotem zamówienia jest produkcja filmu promującego tematykę projektu Diversity Index.

SZCZEGÓŁY:

1. Podstawowe dane filmu promocyjnego

- cele realizacji filmu i grupy docelowe odbiorców
- pola eksploatacji
- czas trwania spotu

2. Opis i objaśnienia

3. Scenariusz – część I filmu

4. Scenariusz – część II filmu

5. Estetyka

6. Terminy realizacji

PODSTAWOWE DANE FILMU PROMOCYJNEGO

CELE REALIZACJI FILMU I GRUPY DOCELOWE:

- promocja idei Diversity Index pod hasłem „Różnorodność procentuje”;
- przekonanie pracodawców do zatrudniania osób należących do mniejszościowych grup społecznych, których pozycja na rynku pracy jest słabsza ze względu na to, jak są one postrzegane przez społeczeństwo i pracodawców;
- przekazanie idei: różnorodność w zatrudnieniu przekłada się na zwiększoną wydajność i efektywność pracującego zespołu;
- grupy reprezentowane w filmie: osoby z niepełnosprawnością, LGBT, wyznawcy religii mniejszościowych w Polsce, osoby 50+, kobiety, matki z dziećmi, mniejszości etniczne/kulturowe;
- odbiorcy: pracodawcy w Polsce, zwłaszcza z sektora małych i średnich przedsiębiorstw (99% firm w Polsce, główny sektor gospodarki);

POLA EKSPLOATACJI:

- Internet; ekrany LCD w przestrzeni publicznej

DŁUGOŚĆ FILMU:

- część I – ok. 1 min.; część II – ok. 1 min. 30 sekund; całość ok. 2 min. 30 sekund.

OPIS I OBJAŚNIENIA:



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



agencja
rozwoju
innowacji



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

- Film składać się będzie z dwóch części. Oba fragmenty rozdzielone będą przez wypowiedź lektora informującego o skali problemu na polskim rynku pracy.
- Pierwsza część filmu to wypowiedzi osób bezrobotnych. Zadaniem tego fragmentu jest wskazanie problemu społecznego, grup, które on dotyczy i wzbudzenie emocji u odbiorcy. Chcemy w ten sposób dotrzeć do widza/potencjalnego pracodawcy i zachęcić go do zastanowienia się nad problemem bezrobocia wśród reprezentowanych w spocie grup społecznych.
- Pierwsza część będzie sygnałem kampanii „Różnorodność procentuje”. Odbiorca na koniec zostanie odesłany do strony internetowej Diversity Index, ale jeszcze nie będzie wiedział wszystkiego.
- Część druga pokazuje hipotetyczne, ale realne „scenariusze”; to, jak może wyglądać różnorodność w zatrudnieniu oraz dlaczego przynosi korzyści firmie. Celem tego fragmentu jest obalenie stereotypu reprezentowanych grup społecznych i przekonanie pracodawców, że różnorodność jest tym, co przyniesie rozwiązanie problemów związanych z HRM, którego częścią jest zarządzanie różnorodnością.
- Film ma mieć charakter informacyjny, ale ma też oddziaływać na emocje, by pracodawca poczuł z jednej strony odpowiedzialność społeczną i zrozumiał wpływ swoich działań na otoczenie, z drugiej zaś zobaczył, że różnorodność nie jest problemem, lecz korzyścią i sposobem na rozwiązanie wielu problemów, jakie dotyczą jego firmy.
- W wersji emisyjnej na ekrany LCD w przestrzeni publicznej forma przekazu musi być uproszczona i przystosowana do wymogów technicznych i warunków odbioru.
- W związku z tym wypowiedzi zastąpią napisy pojawiające się w trakcie projekcji. Niektóre ujęcia zostaną zamienione na „ruchome slajdy”, na tle których pojawi się tekst, w formie skróconej wobec dźwiękowej wersji internetowej.

SCENARIUSZ:

Scena I/ Plac przy stacji Metra Centrum/ Wiosna/ Dzień

W planie ogólnym, statyczne. Tłum ludzi wychodzących ze stacji metra, drobni sprzedawcy, ludzie spieszący się do pracy itp.

W przyśpieszonym tempie.

W tle miejski gwar.

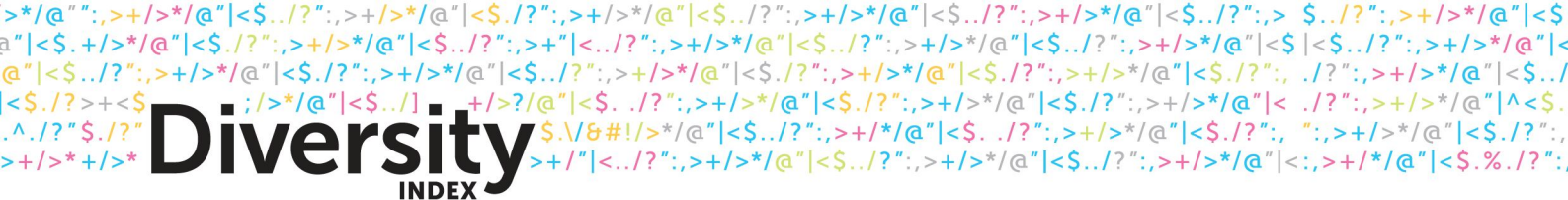
Scena II/ Miejska ulica/ Wiosna/ Dzień

Widzimy kolejno sześć osób: AFRYKANINA, PANIĄ 50+, MATKĘ z DZIECKIEM, PANA 60+, OSOBE z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ, NAUCZYCIELKĘ.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI





OSOBA Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ chwali firmę za to, że zdecydowała się na różnorodność w zatrudnieniu. Mówi o tym, jakim są zgranym zespołem.

Równocześnie OSOBA Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ zaczyna jechać wzdłuż wielkich półek magazynu, a kamera równa się z nią tempem.

Scena VII/ Biuro agencji kreatywnej/ Wiosna/ Dzień

Widzimy cały zespół przy pracy. Biuro ma charakter „open space’u”, z boku widać duże okna. Oprócz STATYSTÓW widać MATKĘ, PANA 60+, AFRYKANINA i MUZUŁMANKĘ. Ludzie zachowują się swobodnie, ubrani są każdy w swoim guście.

Po chwili jedna z osób – młoda kobieta (MATKA) wstaje od biurka. Wychodzi z kadru.

Kamera pokazuje MATKĘ doglądającą swoje dziecko w „kąciku malucha” zorganizowanym w jednym z pomieszczeń biura.

Równocześnie kobieta mówi o tym, że różnorodność to motto i motor działania ich firmy.

Scena VIII/ Plac/ Wiosna/ Dzień

Plan ogólny. Wszyscy, którzy wystąpili w filmie, stoją razem na placu.

Lektor: Chcesz sprawdzić, czy twoja firma jest różnorodna?

W tym momencie wyciągają i pokazują do kamery dużą planszę z adresem strony internetowej Diversity Index.

Lektor: Wejdź na www.diversityindex.pl i dowiedz się więcej o korzyściach, jakie daje różnorodność w zatrudnieniu.

Po tych słowach bohaterowie wyciągają plansze z literami DIVERSITY INDEX i pokazują je do kamery.

ESTETYKA

Postaci mają być ubrane i ucharakteryzowane stosownie do wykonywanego zawodu. Należy szczególną uwagę zwrócić na zgodność z przepisami BHP.

Unikamy stereotypizacji postaci. Jednym z wymogów kampanii jest, by osoby postrzegane jako odmienne wobec ogółu społeczeństwa nie były pokazane poprzez powszechne stereotypy.

Postaci tego samego typu nie powinny być grane przez tych samych aktorów.

Warstwa wizualna powinna reprezentować przestrzeń, w jakiej dzieje się akcja każdej ze scen, w sposób charakterystyczny dla danego obiektu. Stawiamy na realizm sytuacji, scenografii i estetyki obrazu.

TERMINY

Harmonogram realizacji filmu:

1. Realizacja filmu –20 lipca – 14 sierpnia 2013
2. Kolaudacja: 19 sierpnia 2013 roku
3. Wersja emisyjna: 26 sierpnia 2013 roku



Diversity

INDEX

Kod CPV przedmiotu zamówienia: 793

3. Termin i miejsce złożenia oferty:

- 3.1 Termin złożenia oferty (bez względu na sposób dostarczenia): 4 lipca 2013 r., do godz. 17:00;
- 3.2 Ofertę można przesłać mailem lub dostarczyć w formie papierowej na adres:

Justyna Kryczka, Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3, 00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 941, fax +48 22 55 99 910
e-mail: jkryczka@konfederacjalewiatan.pl

4. Oferta

Oferta powinna zawierać:

- 4.1. Cenę brutto za wykonanie całego przedmiotu zamówienia zgodnie z pkt 2.2 niniejszego zapytania. Podana cena musi obejmować wszystkie koszty Wykonawcy;
- 4.2. Treatment reżyserski wraz ze wstępną propozycją lokalizacji i propozycjami realizacyjnymi.
- 4.3. Deklarację realizacji filmu wg powyższego harmonogramu.
- 4.4. Portfolio, w tym przykłady 2 zrealizowanych filmów promocyjnych.
- 4.5 Do oferty Oferent zobowiązany jest dołączyć oświadczenie o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym o następującej treści:

miejsce, data

OŚWIADCZENIE

W związku z przedłożeniem oferty na realizację zadania w ramach projektu „Diversity Index” w PO Kapitał Ludzki niniejszym oświadczam, że w stosunku do Konfederacji Lewiatan lub osób upoważnionych do zaciągania w jej imieniu zobowiązań, lub osób wykonujących w jej imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy nie zachodzą powiązania osobowe lub kapitałowe, w szczególności poprzez:

- uczestnictwo w spółce jako wspólnik spółki akcyjnej lub spółki osobowej
- posiadanie udziałów lub co najmniej 10% akcji
- pełnienie funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika
- pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

Podpis osoby (osób) upoważnionej(ych) do reprezentacji

5. Kryteria oceny oferty

- 5.1. Warunkiem rozpatrzenia oferty jest jej formalna zgodność z pkt 3 i 4 oraz zgodność oferowanej usługi z opisem przedmiotu zamówienia (pkt 2). Niespełnienie przez Oferenta któregokolwiek z powyższych warunków powoduje odrzucenie złożonej oferty.
- 5.2. Oferty dopuszczone do rozpatrzenia zostaną ocenione wg punktacji w skali od 1 do 100 w sposób następujący:
 - a. Treatment reżyserski - waga 20%,
 - b. Cena - waga 70 %, przy czym najwyższą liczbę punktów otrzyma oferta zawierająca najniższą cenę brutto, a każda następna zgodnie ze wzorem:

Cena oferty najniższej skalkulowanej

Cena oferty ocenianej $\times 100 \times 70\%$ = liczba punktów danej oferty

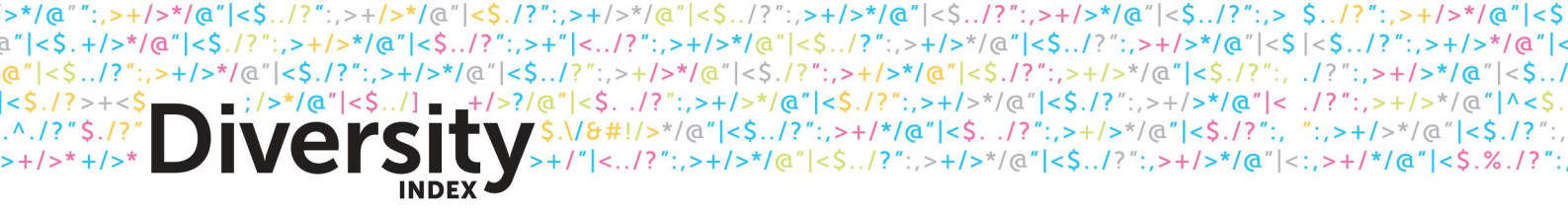
- c. Portfolio –waga 10%

6. Istotne informacje dotyczące przebiegu postępowania.

- 6.1. Termin ważności ofert składanych w ramach zapytania ofertowego powinien wynosić co najmniej 30 dni, licząc od dnia złożenia oferty
- 6.2. W toku dokonywania oceny złożonych ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert.
- 6.3. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, negocjacji, przygotowaniem do zawarcia umowy.
- 6.4. Zamawiający nie jest zobowiązany do uzasadnienia swojej decyzji w przypadku odrzucenia oferty.

7. Osoba upoważniona do kontaktu z Oferentami:

Justyna Kryczka
Konfederacja Lewiatan



ul. Zbyszka Cybulskiego 3; 00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 941; fax +48 22 55 99 910
e-mail: jkryczka@konfederacijalewiatan.pl

