Nazwa komórki organizacyjnej: **Ministerstwo Finansów** **Biuro Komunikacji i Promocji**	

Zaproszenie do składania ofert

(dla zakupów o wartości nieprzekraczającej 130 000 zł)

Zamawiający – Minister Finansów zaprasza Wykonawców do składania ofert na obsługę działań informacyjno-promocyjnych w Internecie, w tym w social mediach.

I. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAKUPU:

Przedmiotem zamówienia jest obsługa działań informacyjno-promocyjnych w Internecie, w tym w social mediach zwana dalej Akcją. Akcja dotyczy zachęcania na wyrażenie zgody na e-Korespondencję w serwisie e-Urząd Skarbowy i załatwiania spraw z urzędem skarbowym on line poprzez serwis, także z wykorzystaniem aplikacji mobilnej. Szczegóły Akcji, w tym informacje dotyczące grupy docelowej, kanałów komunikacji, wytycznych budżetowych oraz innych istotnych aspektów działań, zawarte są w **Załączniku nr 1: "Wytyczne do Planu Akcji".**

II. WARUNKI FINANSOWE / ROZLICZENIA / PŁATNOŚCI/ TERMIN REALIZACJI:

Stosunki między Zamawiającym a Wykonawcą będzie określać zawarta przez strony umowa.

Płatność nastąpi w ciągu 21 dni od daty dostarczenia poprawnie wystawionej faktury do siedziby Zamawiającego. Faktura wystawiona po realizacji całego zamówienia po przedłożeniu przez Wykonawcę Zamawiającemu dokumentów potwierdzających wykonanie Akcji – protokołu odbioru.

Cena oferty:

1) Musi obejmować wszelkie wszystkie obciążenia związane z realizacją Akcji oraz wynikające z przepisów prawa, jak również wszystkie koszty, opłaty, wydatki Wykonawcy, a także podatki, w tym podatek od towarów i usług (VAT) – cena brutto.
2) Musi być wyrażona w złotych polskich.

Termin realizacji

Wykonawca zobowiązany jest wykonać usługi stanowiące przedmiot zamówienia w **terminie 45 dni kalendarzowych** od dnia wskazanego przez Zamawiającego.

III. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Do przygotowania oferty zaleca się wykorzystanie **Formularza Oferty**, którego wzór stanowi **Załącznik nr 2** do Zaproszenia.
2. Oferta musi obejmować następujące elementy:
   1) pełną nazwę Wykonawcy, adres siedziby Wykonawcy, wskazanie nr NIP, REGON, telefonu, adresu poczty elektronicznej,
   2) podanie nazwisk osób upoważnionych do kontaktowania się z Zamawiającym,
   3) cenę oferty (Cena oferty),
   4) **podpisany załącznik do Formularza Oferty – tj. Plan Akcji** - przygotowany zgodnie z Wytycznymi do Planu Akcji określonymi w Załączniku nr 1 do Zaproszenia oraz zawierający opis sposobu dotarcia do odbiorcy/grupy docelowej, podział budżetu na kanały komunikacji, koszt jednostkowy np. CPC, a także planowany do zrealizowania wskaźnik kliknięć/obejrzeń oraz estymowaną liczbę wyświetleń. Wykonawca wykluczy z planowanych działań materiały, treści, portale, serwisy, profile oraz grupy w kanałach komunikacyjnych o tematyce erotycznej, propagujące faszyzm, komunizm lub inną ideologię totalitarną, nienawiść, przemoc lub agresję, a także każdą treść godzącą w dobre imię Zamawiającego lub Rzeczpospolitej Polskiej.
   5) wykazanie się przez Wykonawcę doświadczeniem w postaci przedstawienia **5 referencji** z przeprowadzonych działań o podobnym zakresie z ostatnich dwóch lat, o wartości nie niższej niż 30 000 zł.
   6) podpisany **Załącznik nr 3**.

Wszystkie koszty cenowe powinny być odzwierciedlone w Formularzu Oferty. Nie dopuszcza się ponoszenia dodatkowych kosztów przez Zamawiającego na etapie realizacji zamówienia. Wykonawcy ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, niezależnie od wyniku postępowania.

IV. KRYTERIA OCENY OFERT

O wyborze najkorzystniejszej oferty decydować będą poniższe kryteria, przy spełnieniu wszystkich warunków przedstawionych w zaproszeniu do składania ofert.

Lp.	**Kryterium**	**Opis sposobu wyliczenia**	**Punktacja**
1	Plan Akcji	W ocenie kryterium będą brane pod uwagę: 1. Zgodność z Wytycznymi do Planu Akcji **(Max 4 punkty)**: • Brak zgodności z wytycznymi: Wykonawca nie uwzględnił żadnych wytycznych. **0 punktów** • Częściowa zgodność z wytycznymi: Wykonawca uwzględnił niektóre wytyczne, ale pominięto niektóre elementy. **1-2 punkty** • Pełna zgodność z wytycznymi: Wykonawca w pełni uwzględnił wszystkie wytyczne. **4 punkty** 2. Podział budżetu i dopasowanie do grupy docelowej **(Max 6 punktów):** • Podstawowy podział budżetu: Wykonawca przedstawił ogólny podział budżetu bez uwzględnienia charakterystyki grupy docelowej. **1-2 punkty** • Uzasadniony podział budżetu i dobra charakterystyka grupy docelowej: Wykonawca przedstawił podział budżetu z uwzględnieniem charakterystyki grupy docelowej, w tym zachowań i preferencji. **2-4 punkty** • Optymalny podział budżetu i wyczerpująca charakterystyka	Max. 10

		grupy docelowej: Wykonawca przedstawił optymalny podział budżetu, uwzględniający szczegółową charakterystykę grupy docelowej, jej zachowania i preferencje. Podział budżetu jest dobrze uzasadniony, biorąc pod uwagę potrzeby grupy docelowej oraz cele kampanii. ***6 punktów***	
2	Facebook – planowana liczba kliknięć, CPC Post z grafiką lub wideo widoczny na tablicach odbiorców, niewidoczny w profilu Zamawiającego. (dark post)	PP $= 40 * \frac{L\,oferty}{L\,max}$ gdzie: PP – liczba punktów, L oferty – liczba kliknięć zaproponowana w danej ofercie, L max – największa liczba kliknięć spośród wszystkich ofert.	Max. 40
3	YouTube – planowana liczba pełnych obejrzeń, CPV	PP $= 15 * \frac{L\,oferty}{L\,max}$ gdzie: PP – liczba punktów, L oferty – liczba pełnych obejrzeń zaproponowana w danej ofercie, L max – największa liczba pełnych obejrzeń spośród wszystkich ofert.	Max. 15
4	Google Search – planowana liczba kliknięć, CPC	PP $= 20 * \frac{L\,oferty}{L\,max}$ gdzie: PP – liczba punktów, L oferty – liczba kliknięć zaproponowana w danej ofercie, L max – największa liczba kliknięć spośród wszystkich ofert.	Max. 20
5	X – planowana liczba	PP $= 5 * \frac{L\,oferty}{L\,max}$	Max. 5

	kliknięć, CPC Post z grafiką lub wideo widoczny na tablicach odbiorców niewidoczny w profilu Zamawiającego. (dark post)	gdzie: PP – liczba punktów, L oferty – liczba kliknięć zaproponowana w danej ofercie, L max – największa liczba kliknięć spośród wszystkich ofert.	
6	Cena	$PP = 10 * \frac{Cena\ min}{Cena}$ gdzie: PP – liczba punktów, Cena min – najniższa zaoferowana cena spośród ofert podlegających ocenie, Cena - cena badanej oferty.	Max. 10

Sposób wyłonienia najkorzystniejszej oferty:

Punkty za kryterium nr 1 - max 10 zostaną przyznane przez minimum trzech członków komisji. Łączna liczba punktów przyznana przez dokonujących oceny członków komisji zostanie zsumowana i podzielona przez liczbę oceniających członków komisji.

Zamawiający jako najkorzystniejszą wybierze ofertę, która uzyska najwyższą sumę punktów wyliczonych zgodnie z powyższymi kryteriami ocen.

Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans kryteriów oceny ofert, Zamawiający wybiera spośród tych ofert ofertę, która otrzymała najwyższą ocenę w kryterium o najwyższej wadze.

V. DATA I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT

1. Ostateczny termin składania ofert upływa **4.03.2025 r. (do końca dnia).**
2. Ofertę należy przesłać w formie elektronicznej na adres email: lukasz.chmielinski@mf.gov.pl w terminie wskazanym powyżej (załączone pliki powinny być załączone w formacie umożliwiającym odczytanie, np. pdf).
3. Wpłynięcie oferty w formie elektronicznej potwierdzane zostanie poprzez wysłanie maila zwrotnego na adres nadawcy.
4. **Osoba do kontaktu:**

- Łukasz Chmieliński tel.: 534 404 691, email: lukasz.chmielinski@mf.gov.pl,
- Magdalena Sawa tel.: 532 085 749, email: madalena.sawa@mf.gov.pl

VI. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Niniejsze Zaproszenie do składania ofert nie stanowi zobowiązania Zamawiającego do dokonania zakupu.
2. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnienia treści złożonych ofert. Zamawiający poprawi w ofercie oczywiste omyłki pisarskie, oczywiste omyłki rachunkowe z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek oraz inne omyłki polegające na niezgodności oferty ze specyfikacją istotnych warunków zakupu, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty - niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
3. Zamawiający dokona wyboru oferty najkorzystniejszej na warunkach określonych w Zaproszeniu i przekaże oświadczenie o przyjęciu oferty wybranemu Wykonawcy zakupu.
4. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, uchyli się od podpisania umowy, Zamawiający wybierze kolejną ofertę, spośród ofert złożonych w postępowaniu i spełniających wymagania Zamawiającego.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postepowania bez podania przyczyn na każdym etapie prowadzenia procedury zakupu. Oferentom nie przysługuje z tego tytułu roszczenie o zwrot poniesionych kosztów, w szczególności związanych z przygotowaniem oferty.

Marcin Jaworski
Z-ca Dyrektora
Biura Komunikacji i Promocji
/podpisano elektronicznie/