



WWF Polska  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa  
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33  
Fax: +48 22 660 44 32  
www.wwf.pl

Warszawa, dnia 06.03.2023 r.

## Wykonawcy

Dotyczy: **przedstawienie oferty cenowej w związku z nawiązaniem współpracy z agencją zajmującą się działaniami związanymi z zaproszeniem dziennikarzy na warsztaty dla dziennikarzy\_rek nt. "Wiedza o zrównoważonym rolnictwie".**

Zapytanie ofertowe z dnia 01.03.2023 r.

Poniżej Zamawiający przedstawia pytania Wykonawców wraz z odpowiedziami:

### **Pytanie nr 1:**

*Przygotowanie listy mediów wraz z kontaktami - ok. 150 adresów;*

*Z czego wynika podana przez Państwa liczba około 150 adresów i czemu nie jest to liczba większa? Z naszej bazy mediów wynika, że potencjał liczby dziennikarzy, którzy w sposób bezpośredni lub pośredni zajmują się szeroko rozumianą tematyką rolniczą i ochrony środowiska jest kilkakrotnie większy.*

### **Odpowiedź nr 1:**

Podczas organizowania podobnego wydarzenia w 2022 r. pozyskaliśmy bazę ok. 70 dziennikarzy\_rek, którzy byli zainteresowani wzięciem udziału w warsztatach dot. praktyk rolnych przyjaznych środowisku, tym samym założyliśmy, że są to osoby żywo zainteresowane tematem wpływu rolnictwa na środowisko, gotowe do dalszego podejmowania tego tematu w swojej pracy. Założyliśmy, że przy współpracy Agencji powinniśmy przynajmniej podwoić tę liczbę, stąd w Zapytaniu ofertowym mowa o przygotowaniu listy kontaktowej zawierającej ok. 150 adresów dziennikarzy\_rek mediów ogólnoinformacyjnych i branżowych związanych z ochroną środowiska lub rolnictwem. Zależy nam przede wszystkim na pozyskaniu kontaktów do osób zajmujących się bezpośrednio tą tematyką.

### **Pytanie nr 2:**

*Przygotowanie zaproszenia na warsztaty uwzględniającego informacje logistyczne dot. wyjazdu na miejsce do Grzybowa;*

*Czy zadaniem agencji jest przygotowanie tylko zaproszenia mailowego? Czy oczekują Państwo także przygotowania zaproszenia graficznego? Chcemy wiedzieć czy oferta ma zakładać także dodatkowy koszt pracy grafika.*

### **Odpowiedź nr 2:**

Zadaniem Agencji jest przygotowanie tylko zaproszenia mailowego. Oferta nie powinna zakładać dodatkowego kosztu pracy grafika. Część graficzną do wklejenia do treści zaproszenia mailowego dostarczy Zamawiający.



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa  
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33  
Fax: +48 22 660 44 32  
www.wwf.pl

**Pytanie nr 3:**

*Kontakt telefoniczny z kluczowymi osobami w celu zachęcania do uczestnictwa w warsztatach;*

*Czy kluczowe osoby w tym zapytaniu rozumieją Państwo jako osoby z listy adresów o którym mowa w pkt.1 czyli chodzi tu tylko o media/dziennikarzy, czy o jeszcze jakieś inne grupy odbiorców?*

**Odpowiedź nr 3:**

Tak, są to media/dziennikarze z listy adresów, o których mowa w pkt. 1 ("Przygotowanie listy mediów wraz z kontaktami - ok. 150 adresów"), nie chodzi tu o żadną inną grupę odbiorców.

Kontakt telefoniczny ma zachęcić do uczestnictwa w warsztatach ok. 20 dziennikarek\_rzy z minimum 4 redakcji ogólnoinformacyjnych i branżowych związanych z ochroną środowiska lub/i rolnictwem, z zachowaniem zasady równowagi płci (maksymalnie połowa mężczyzn).

**Pytanie nr 4:**

*Obecność do 2 osób z Agencji na miejscu (dojazd oraz posiłki zapewnia Zamawiający) - pomoc techniczna w obsłudze warsztatów, pilnowanie harmonogramu, opieka nad dziennikarzami\_kami;*

- a) *Prosimy o szczegółowe doprecyzowanie zadań, które miałyby realizować te dwie osoby z agencji będące na miejscu. Czyli jakie dokładnie zadania kryją się pod pojęciem „pomoc techniczna w obsłudze warsztatów”?*

**Odpowiedź nr 4 a):**

Zadaniem Agencji byłaby przede wszystkim pomoc Zamawiającemu w sprawnym przeprowadzeniu wydarzenia, tj. pilnowanie harmonogramu warsztatów, odpowiadanie na ewentualne pytania dziennikarzy dot. organizacji wydarzenia, zebranie podpisów uczestników\_czek na liście obecności, opieka na miejscu nad dziennikarzami (hospitality, zapewnienie komfortu uczestników\_czek, podtrzymywanie konwersacji). Do zadań Agencji na miejscu będzie również należeć pomoc w dopilnowaniu wypełnienia przez jak największą liczbę uczestników\_czek ankiety ewaluacyjnej (przygotowanej oraz rozdystrybuowanej na miejscu przez Zamawiającego).

Zamawiający wraz z prelegentami będzie odpowiedzialny m.in. za otwarcie spotkania, przedstawienie agendy, moderowanie dyskusji, prowadzenie sesji szkoleniowo-dyskusyjnych, obsługę prezentacji – te zadania nie należą do Agencji.

- b) *Z czego wynika potrzeba dwóch osób z agencji na miejscu? Z naszego doświadczenia wynika, że do obsługi tak niewielkiej grupy dziennikarzy wystarczyć by mogła jedna osoba, stąd chcemy wiedzieć z czego wynika potrzeba dwóch osób, ze względu na fakt, że druga osoba zwiększy koszty realizacji zamówienia – pytanie więc do Państwa czy ten dodatkowy koszt na pewno jest dla Państwa zasadny?*

**Odpowiedź nr 4 b):**

Zamawiający założył, że dwie osoby z Agencji na miejscu zapewnią większy komfort (hospitality) uczestnikom warsztatów.

Jeśli Wykonawca uważa, że przy takim wydarzeniu wystarczy tylko jedna osoba z Agencji, to prosimy o zaznaczenie takiej informacji w ofercie.

**Pytanie nr 5:**

*Przekazanie Zamawiającemu listy mediów wraz z kontaktami*



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa  
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33  
Fax: +48 22 660 44 32  
www.wwf.pl

*Rozumiem, że chodzi tu o przekazanie Zamawiającemu kontaktów tylko do tych 20 dziennikarzy, którzy będą obecni na warsztatach, a nie kontaktów do wszystkich dziennikarzy z punktu 1 i punktu 3 (150 lub więcej kontaktów), do których będą dystrybuowane zaproszenia?*

**Odpowiedź nr 5:**

Chodzi o przekazanie listu mediów wraz z kontaktami, tj. ok. 150 adresów ("Zadania dla Agencji, pkt. 1").

**Pytanie nr 6:**

*Przygotowanie informacji prasowej nt. warsztatów oraz wysłanie IP do ok. 150 adresów (pozyskanych w ramach pkt. 1).*

*Doprecyzowanie tego punktu ma bardzo duże znaczenie w kontekście rozpiętości kosztów jego realizacji, stąd chcemy dopytać i upewnić się czy:*

- a) *W tym punkcie zadaniem agencji jest jedynie przygotowanie informacji prasowej i sama jej dystrybucja do dziennikarzy (150 adresów z punktu 1 – lub kilkakrotnie więcej adresów, jeśli uznacie Państwo tak jak my, że potencjał bazy dziennikarzy z tej tematyki jest kilkakrotnie większy) i na tym praca agencji ma się zakończyć? Czy...*

**Odpowiedź nr 6 a):**

Tak, zadaniem Agencji jest jedynie przygotowanie informacji prasowej i rozesłanie jej do dziennikarzy\_rek (ok. 150 adresów).

- b) *W tym punkcie celem tych działań jest pozyskanie jak największej liczby publikacji w mediach, czyli zrealizowanie przez agencję kompleksowej kampanii medialnej, w ramach której agencja ma przygotować nie tylko informację prasową, ale pakiet prasowy, umożliwiający zwiększanie efektywnego dotarcia do dziennikarzy z różnych segmentów z dopasowaniem materiałów prasowych do tych segmentów właśnie oraz uzupełnienie samej dystrybucji do mediów (która sama w sobie jest mało efektywna i nie przynosi wielu publikacji w mediach) o bardzo szeroki follow up w ramach tej kampanii medialnej oraz inne działania media relations, których celem ma być pozyskiwanie większej liczby publikacji medialnych oraz budowanie potencjału na dodatkowe publikacje medialne w przyszłości w kontekście dystrybuowanej informacji prasowej (pakietu prasowego)?*

**Odpowiedź nr 6 b):**

Nie. Zadaniem Agencji jest jedynie przygotowanie informacji prasowej i rozesłanie jej do dziennikarzy\_rek (ok. 150 adresów).

**Pytanie nr 7:**

*Prosimy o przedstawienie oferty cenowej podając proponowaną wycenę Państwa pracy (wynagrodzenie za całość plus wynagrodzenie za poszczególne działania) brutto wraz z informacjami pomocnymi do wyboru najkorzystniejszej oferty potwierdzającymi Państwa doświadczenie.*

- a) *Które poszczególne działania chcieliby Państwo poznać jako cząstkowe? Prosimy o dokładne wskazanie ze względu na fakt, że część działań opisanych w punktach w Państwa ogłoszeniu wzajemnie się ze sobą przenikają i nie ma możliwości wycenić ich oddzielnie*



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa  
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33  
Fax: +48 22 660 44 32  
www.wwf.pl

**Odpowiedź nr 7 a):**

Prosimy o podanie wynagrodzenia brutto za całość pracy, a także rozbiecie wyceny brutto na poszczególne punkty należące do Zadań Agencji, tj.:

- 1) Przygotowanie listy mediów wraz z kontaktami - ok. 150 adresów;
- 2) Przygotowanie zaproszenia na warsztaty uwzględniającego informacje logistyczne dot. wyjazdu na miejsce do Grzybowa;
- 3) Dystrybucja zaproszeń do ustalonej i zatwierdzonej przez Zamawiającego grupy mediów;
- 4) Kontakt telefoniczny z kluczowymi osobami w celu zachęcania do uczestnictwa w warsztatach;
- 5) Prowadzenie listy akredytacyjnej i raportowanie do Zamawiającego postępów;
- 6) Zapewnienie udziału ok. 20 dziennikarek\_rzy z minimum 4 redakcji ogólnoinformacyjnych i branżowych związanych z ochroną środowiska lub/i rolnictwem, z zachowaniem zasady równowagi płci (maksymalnie połowa mężczyzn);
- 7) Obecność do 2 osób z Agencji na miejscu (dojazd oraz posiłki zapewnia Zamawiający) - pomoc techniczna w obsłudze warsztatów, pilnowanie harmonogramu, opieka nad dziennikarzami\_kami;
- 8) Przygotowanie raportu z działań Agencji;
- 9) Przekazanie Zamawiającemu listy mediów wraz z kontaktami;
- 10) Przygotowanie informacji prasowej nt. warsztatów oraz wysłanie IP do ok. 150 adresów (pozyskanych w ramach pkt. 1).

*b) Jakie dokładnie informacje będziecie Państwo uznawać za pomocne do wyboru najkorzystniejszej oferty?*

**Odpowiedź nr 7b):**

Pomocne przy wyborze oferty będą informacje dot. doświadczenia Wykonawcy, np. od kiedy dana Agencja działa na rynku; czy w okresie ostatnich 3 lat dana Agencja zajmowała się obsługą podobnych wydarzeń (konferencje, warsztaty, debaty o tematyce rolniczej/środowiskowej); przykłady 2-3 informacji prasowych z ww. wydarzenia.

**Pytanie nr 8:**

*Zamawiający zastrzega sobie możliwość niedokonania wyboru oraz możliwość negocjowania przedstawionej ceny wybranej oferty ze względu na sztywno skalkulowane koszty na realizację zamówienia.*

*a) Czy mogą w takim razie Państwo transparentnie powiedzieć jakie są dokładnie kryteria wyboru najlepszej dla Państwa oferty?*

**Odpowiedź nr 8 a):**

Zamawiający przy wyborze najkorzystniejszej oferty będzie się kierował przede wszystkim adekwatnością przedstawionej oferty co do przedmiotu zamówienia. Dodatkowo Zamawiający weźmie pod uwagę doświadczenie potencjalnego Wykonawcy.



WWF Polska

ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa  
Polska / Poland

Tel: +48 22 660 44 33  
Fax: +48 22 660 44 32  
www.wwf.pl

*b) Prosimy także o podanie dokładnego budżetu jaki chcecie przeznaczyć Państwo na realizację tego zamówienia. Umożliwi to niektórym potencjalnym kontrahentom rezygnację ze złożenia oferty (i oszczędność czasu agencjom, które poświęcą kilkanaście godzin na złożenie oferty, która i tak od razu zostanie odrzucona, jak i Państwa czasu przy ocenie takiej oferty), a pozostałym potencjalnym kontrahentom złożenie oferty, która będzie najbardziej optymalnie dopasowana do Państwa budżetu oraz potrzeb i celów w tym zamówieniu*

**Odpowiedź nr 8 b):**

Zamawiający przewiduje budżet w wysokości nie większy niż 13 000 zł brutto.

*c) Prosimy też o informację do ilu agencji wysłaliście Państwo to ogłoszenie?*

**Odpowiedź nr 8 c):**

Ogłoszenie zostało opublikowane na stronie <https://www.wwf.pl/o-nas/przetargi>, a bezpośrednio zapytanie zostało wysłane do 3 Agencji.