

## **Zapytanie ofertowe nr 1 /2024**

### ***Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej Chat Bota***

#### **I. Zamawiający:**

**Fundacja Feminoteka**

**ul. Guderskiego 3 m 96**

**03-982 Warszawa**

**NIP 521 3369 915**

**tel. 692 487 524**

**e- mail: [annasz@feminoteka.pl](mailto:annasz@feminoteka.pl)**

#### **Osoby do kontaktu w sprawie zamówienia:**

Anna Szkiruc-Kostrzewa tel 692 487 524, e-mail: [annasz@feminoteka.pl](mailto:annasz@feminoteka.pl)

#### **II. Postanowienia ogólne**

1. Postępowanie jest prowadzone w związku z realizacją projektu realizowanego ze środków CARE Polska przez fundację Feminoteka na podstawie umowy zawartej w dniu 5 maja 2022 r.
2. Postępowanie jest prowadzone w toku realizacji projektów, których wartość przekracza 50 tys. PLN netto, tj. zgodnie z zasadą konkurencyjności.
3. Sposób upublicznienia zapytania ofertowego: zamieszczenie na stronie [www.feminoteka.pl](http://www.feminoteka.pl)
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych ani wariantowych.

#### **III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**Wspólny Słownik Zamówień CPV:**

**79342200-5 Usługi w zakresie promocji**

##### **1. Kim jesteśmy**

**Fundacja Feminoteka** pomaga kobietom doświadczającym przemocy od 18 lat. Jesteśmy jedyną organizacją w Polsce, która specjalizuje się w temacie przemocy seksualnej.

- a) Prowadzimy telefon przeciwprzemocowy, oferujemy bezpłatne wsparcie prawne, psychologiczne, terapeutyczne dla kobiet po doświadczeniu przemocy. Edukujemy, organizujemy akcje, piszemy petycje, zmieniamy prawo i społeczeństwo.

- b) Prowadzimy schronisko dla kobiet, które doświadczyły przemocy, będące w najtrudniejszej sytuacji. Od 2022 roku pomagamy kobietom, które straciły swój system wsparcia w Ukrainie w związku z wojną, które doświadczały przemocy w Ukrainie, a obecnie mieszkają w Polsce i tym, które doświadczyły przemocy w Polsce.
- c) W 2023 roku otworzyliśmy pierwszy w Polsce Punkt pomocy dla kobiet po gwałcie, gdzie oferujemy holistyczną pomoc pokrzywdzonym, łącznie z pomocą lekarską.
- d) Prowadzimy specjalny Fundusz dla kobiet po gwałcie, który pozwala szybko i bez zbędnych formalności pomagać kobietom, które doświadczyły gwałtu. Opłacamy leki, terapie, prawniczki i podstawowe opłaty.

Nasz zespół to doświadczone ekspertki przeciwprzemocowe, psycholożki, psychotraumatolożki, prawniczki, edukatorki, doradczynie socjalne.

Więcej informacji na temat fundacji: [www.feminoteka.pl](http://www.feminoteka.pl)

## **2. O przedmiocie zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej między innymi za pośrednictwem zarówno mediów społecznościowych, mediów polskich i ukraińskich (zarówno internetowych jak i tradycyjnych), konferencji prasowych oraz innych narzędzi umożliwiających szeroki zasięg oddziaływania.

W ramach partnerstwa z organizacją CARE, fundacja Feminoteka zbudowała czat bota w aplikacji WhatsApp, który dostarcza Polkom, jak i uchodźczyniom i uchodźcom w Polsce, informacji czym jest przemoc ze względu na płeć oraz jak uzyskać dostęp do usług wsparcia w ich okolicy w tym zakresie.

Zbudowanie i udostępnienie czat bota zapewnia nowoczesny, prywatny, natychmiastowy i dostęp do rzetelnych informacji o przemocy ze względu na płeć, w tym jak uzyskać dostęp do usług pomocowych. Czat bot umożliwia użytkownikom i użytkowniczkom otrzymywanie informacji, ułatwiając dostęp do istniejących mechanizmów pomocy, takich jak infolinie i bezpieczne przestrzenie.

Odbiorcami usług oferowanych poprzez Czat Bota są głównie kobiety po doświadczeniu przemocy lub poszukujące informacji na temat pomocy w przypadku doświadczenia lub bycia świadkiem przemocy ze względu na płeć, w tym uchodźczynie z Ukrainy przebywające w Polsce. Osoby, dla których dostęp do informacji poprzez aplikację Whatsapp będzie łatwiejszy niż poprzez inne kanały.

Whatsapp jest popularnym narzędziem komunikacji w Polsce, mamy więc nadzieję, że umożliwi dostęp do informacji osobom, które korzystają z tego narzędzia, a także które mieszkają w miejscowościach, w których poszukiwanie informacji na temat przemocy może być utrudnione w

kontakcie bezpośrednim (np. w mniejszym mieście, na wsi, kiedy pracownik opieki społecznej jest przyjaciółką/przyjacielem osoby stosującej przemoc).

Chat bot jest narzędziem służącym do uzyskania informacji. Z naszego rozeznania wynika, że jest takich narzędzi praktycznie nie ma. Istnieje aplikacja Twój Parasol (stworzona przy współpracy z polską policją). Jest to jednak narzędzie stworzone przy współpracy z policją, której wiele kobiet nie ufa (wynika to z niskiej świadomości nt. zjawiska przemocy, braku znajomości procedur policji dotyczących postępowania z osobą, która doświadczyła przemocy seksualnej, a co za tym idzie często prowadzi do wtórnej wiktymizacji lub np. w kontekście mniejszych miejscowości – lęku przed brakiem anonimowości). Ponadto jest to osobna aplikacja, którą trzeba pobrać na telefon, co może również budzić lęk – osoby stosujące przemoc często kontrolują telefony osób doświadczających przemocy).

Jesteśmy jedyną organizacją, która specjalizuje się w przemocy seksualnej wobec kobiet.. Działamy od 18 lat, a w naszym zespole pracują ekspertki. Pracujemy z międzynarodowymi organizacjami humanitarnymi (takimi jak CARE, Oxfam, International Rescue Committee a także UNHCR czy UNFPA).

### **3. Pozycjonowanie fundacji:**

**Kluczowe przekazy:** Fundacja powinna być postrzegana jako wiodąca organizacja walcząca z przemocą wobec kobiet, ze szczególnym naciskiem na przemoc seksualną. Zapewniamy holistyczną pomoc – od wsparcia terapeutycznego, przez doradztwo prawne, socjalne, asystę, wsparcie finansowe i inne. Dostosowujemy nasze działania do potrzeb kobiet. Ponadto edukujemy społeczeństwo oraz prowadzimy działania rzecznicze na rzecz zmian prawnych.

**Ton komunikacji:** Komunikacja powinna być empatyczna, bezpośrednia i oparta na faktach. Ważne jest, żeby przekazywać nadzieję i moc, jednocześnie nie unikając trudnych tematów. Opieramy się na siostrzeństwie, sile i wsparciu.

**Ogólny wizerunek Fundacji:** Fundacja powinna być postrzegana jako zaufany, kompetentny i zaangażowany adwokat praw kobiet. Wizerunek powinien odzwierciedlać profesjonalizm, determinację oraz otwartość na potrzeby osób, które doświadczyły przemocy.

#### **Wyzwania projektowe:**

1. Grupa docelowa to kobiety, w tym ukraińskiego pochodzenia przebywające w Polsce, często w mniejszych miejscowościach, gdzie dostęp do informacji i wsparcia w przypadku przemocy ze względu na płeć jest ograniczony.
2. Start kampanii zaplanowany jest na 8 marca (np. konferencja prasowa), co ma symboliczne znaczenie w kontekście promowania praw i ochrony kobiet. Dzień ten podkreśla potrzebę wsparcia i edukacji w zakresie przemocy ze względu na płeć, jednocześnie docierając do szerokiej i zróżnicowanej grupy potrzebujących wsparcia.
3. Ograniczony budżet na działania.

#### **Kryteria sukcesu kampanii:**

1. Jak największa liczba osób, które skorzystały z pomocy chat bota (nie mniej niż 10 000 interakcji z chat botem)
2. Jak największy zasięg kampanii: liczba osób, do których dotarła informacja o chatbocie (nie mniej niż 200 tys. osób)

Będziemy również informować o chat bocie podczas organizowanych przez fundację wydarzeń (warsztaty, rozmowy z ekspertkami itp.).

#### **IV Plan/harmonogram:**

1. Prezentacja propozycji Agencji - do 16 lutego
2. Przygotowanie kampanii – do 8 marca
3. 8 marca – start kampanii ( np. konferencja prasowa)
4. Czas realizacji – 3 tygodnie intensywnej kampanii,
5. Ocena efektów – maj 2024

#### **Koszty budżet:**

W proponowanym budżecie Wykonawca powinien uwzględnić następujące elementy:

- 1. Opracowanie spójnej koncepcji kampanii**
- 2. Dotarcie do mediów:** Koszty związane z dotarciem do mediów, w tym ukraińskojęzycznych oraz kanałów śledzonych przez osoby pochodzenia zarówno polskiego i ukraińskiego, takich jak m.in. grupy pomocowe na Facebooku.
- 3. Produkcja materiałów:** Wydatki na projektowanie i produkcję różnych materiałów promocyjnych, zarówno cyfrowych, jak i drukowanych.
- 4. Promocja:** Koszty promocji kampanii w mediach społecznościowych, reklam online i innych kanałach.
- 5. Raport końcowy** – opisane podjęte działania wraz z osiągniętymi efektami (według wzoru wspólnie opracowanego przez Zamawiającego i Wykonawcę stanowiącego załącznik do umowy)
- 6. Wynagrodzenie Agencji.**

**Koszty do pokrycia po stronie fundacji Feminoteka:** Koszty tłumaczenia treści kampanii na język ukraiński, w tym materiałów promocyjnych, treści w mediach społecznościowych, a także wsparcie merytoryczne w przygotowanych przez Agencję materiałach informacyjnych.

Fundacja Feminoteka zapewnia wsparcie merytoryczne w zakresie przemocy ze względu na płeć.

#### **IV. Warunki udziału w postępowaniu**

O udzielenie zamówienia może się ubiegać Wykonawca, który spełnia łącznie warunki

1. Deklaruje realizację usługi, będącej przedmiotem zamówienia.
2. Znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej umożliwiającej wykonanie zamówienia.
3. Dysponuje potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do realizacji przedmiotu zamówienia, posiadającymi zarówno wykształcenie jak i doświadczenie minimum 4 letnie w zakresie świadczenia usług public relations, reklamy, promocji w tym w serwisach społecznościowych
4. Posiada doświadczenie w realizacji usług tożsamych z przedmiotem zamówienia, przez co należy rozumieć, że wykonawca w ciągu ostatnich 3 lat należycie zrealizował przynajmniej 2 usługi polegające na prowadzeniu kampanii społecznych.
5. Nie jest powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego.

#### V. Sposób przygotowania oferty

1. Oferta powinna być przygotowana na załączonym formularzu
2. Kompletna oferta musi zawierać:
  - a) formularz ofertowy wypełniony i podpisany,
  - b) wypełnione i podpisane wszystkie oświadczenia stanowiące załączniki do niniejszego zapytania ofertowego.
3. Oferent w odpowiedzi na zapytanie ofertowe może złożyć tylko jedną ofertę.
4. Oferent ponosi wszystkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
5. Cena oferty wyrażona musi być w polskich złotych.

#### VI. Kryteria oceny ofert

1. Ocena ofert będzie złożona z dwóch etapów  
**Etap 1** Zamawiający dokona oceny formalnej pod względem spełnienia przez Oferentów warunków udziału w postępowaniu  
**Etap 2 ocena kryteriów**

KRYTERIUM cena - cena brutto za przygotowanie i realizację zadania – waga 40%

Przyznając punkty kolejnym ofertom Zamawiający będzie posługiwał się poniższym wzorem:

$C_{min}$

$C = \frac{C_{max} - C_{min}}{C_{max} - C_{min}} \times 40 \text{ punktów}$

$C_x$

gdzie:

$C$  = liczba punktów za kryterium CENA;

$C_{min}$  = najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

$C_{max}$  = cena oferty badanej.

Kryterium doświadczenie wykonawcy – 40 %

Da x

Da =  $\frac{\text{Da x}}{\text{Da max}} \times 40$  punktów

Da max

gdzie:

Da = liczba punktów za kryterium DOŚWIADCZENIE WYKONAWCY

Da x = liczba zrealizowanych usług wykazanych w badanej ofercie

Da max = liczba zrealizowanych usług z oferty, w której wykazano najwięcej usług

KRYTERIUM E – koncepcja kampanii – 20%, ocenie podlegać będzie ocena koncepcji kampanii uwzględniająca specyfikę narzędzia chat bota oraz działań organizacji 20 pkt

2. Ocena ofert zostanie przeprowadzona Ocena ofert zostanie przeprowadzona dla każdego kryterium osobno. Następnie, przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria oceny ofert, Zamawiający użyje następującego wzoru:

$$A = C + D + E$$

gdzie:

C = liczba punktów za kryterium nr 1 CENA

D = liczba punktów za kryterium nr 2 DOŚWIADCZENIE WYKONAWCY

E = liczba punktów za koncepcję kampanii

Maksymalna możliwa do uzyskania liczba punktów: 100

Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku

W przypadku, gdy więcej niż jeden Wykonawca składający ofertę, otrzyma taką samą najwyższą liczbę punktów, zostaną oni wezwani przez Zamawiającego do złożenia oferty dodatkowej, co pozwoli na zachowanie zasady równego traktowania Wykonawców i uczciwej konkurencji, a ponadto pozwoli na racjonalne i oszczędne gospodarowanie środkami.

3. Zamawiający nie przewiduje procedury odwoławczej
4. Przy wyborze wykonawcy, Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami:
5. Decyzja Zamawiającego o odrzuceniu oferty jest decyzją ostateczną i nie przysługuje od niej odwołanie

## VII Termin składnia ofert

Termin składania ofert 15.02.2024 do godz. 12.00

Prezentacja koncepcji 15.02.2024 – 16.02.2024

## VIII Załączniki do Zapytania Ofertowego

1. Formularz ofertowy
2. Wykaz doświadczeń osób, które zostaną zaangażowane w realizację zamówienia
3. Doświadczenie wykonawcy
4. Oświadczenie o braku powiązań