

MUZEUM SZTUKI NOWOCZESNEJ W WARSZAWIE ZWRACA SIĘ Z ZAPYTANIEM OFERTOWYM NA USŁUGI Z ZAKRESU DZIAŁALNOŚCI KULTURALNEJ: WSPÓŁPRACA BARTEROWA Z ZAKRESU PATRONATÓW MEDIALNYCH

DANE PODSTAWOWE

1. Oznaczenie postępowania: MSN/21/WzU/2024
2. Podmiot prowadzący zapytanie: Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, ul. Pańska 3, 00-124 Warszawa, NIP 525-234-18-32
3. Strona internetowa w sprawie zamówienia: <https://artmuseum.ezamawiajacy.pl> oraz <https://bip.artmuseum.pl/>
4. Sposób komunikacji: strona postępowania na platformie zakupowej zamawiającego
5. Link do platformy zakupowej:
<https://artmuseum.ezamawiajacy.pl/pn/ARTMUSEUM/demand/166647/notice/public/details>
6. Podstawa prawna udzielenia zamówienia: Art. 11 ust. 5 pkt 2 ustawy z 11 września 2019 – Prawo zamówień publicznych – dostawa / usługa z zakresu działalności kulturalnej z kategorii:
**wystawy, koncerty, konkursy, festiwale, widowiska,
spektakle teatralne**
przedsięwzięcia z zakresu edukacji kulturalnej
gromadzenie zbiorów bibliotecznych
gromadzenie muzealiów

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Współpraca barterowa z zakresu patronatów medialnych.
2. Opis przedmiotu zamówienia stanowi załącznik nr 1 do zapytania .

WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. Zdolności do występowania w obrocie gospodarczym: Zamawiający nie określa warunku w powyższym zakresie.
2. Uprawnienia do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów: Zamawiający nie określa warunku w powyższym zakresie.
3. Sytuacja ekonomiczna lub finansowa: Zamawiający nie określa warunku w powyższym zakresie.
4. Zdolność techniczna lub zawodowej: Zamawiający określa warunki w powyższym zakresie. Warunek zostanie spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że

- a. w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności był krótszy - w tym okresie, wykonał należycie (a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonuje) co najmniej 2 usługi polegającą na objęciu usługą patronatu medialnego wydarzenia kulturalnego o wartości 40 000,00 złotych netto
- b. dysponuje osobami zdolnymi do wykonania zamówienia i skierowanymi do realizacji zamówienia, tj. co najmniej:
 - i. jedną osobą pełniącą funkcję redaktora w sekcji kultura lub lifestyle posiadającymi doświadczenie w zakresie koordynacji prac nad cyklem autorskich tekstów tematycznych w formie artykułów lub wywiadów oraz doświadczenie w zakresie koordynacji prac redakcyjnych nad dodatkiem tematycznym o objętości od 5 do 10 stron.

TERMIN ORAZ MIEJSCE REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Termin oraz miejsce realizacji zamówienia: 16 miesięcy od daty podpisania umowy

TERMIN I MIEJSCE ZŁOŻENIA OFERTY

1. Oferty wstępne należy składać za pośrednictwem strony postępowania na platformie zakupowej
2. Termin złożenia oferty wstępnej: 09.08.2024 g. 12:00
3. Termin otwarcia ofert wstępnych: 09.08.2024 g. 12:10
4. Po upływie terminu składania Ofert wstępnych Komisja dokonuje otwarcia ofert - otwarcie nie jest jawne. Informacja z otwarcia ofert zostanie niezwłocznie zamieszczona na Platformie.
5. Komisja dokonuje oceny formalnej Ofert wstępnych i sporządza listę Oferentów spełniających kryteria formalne Konkursu i na tej podstawie przystępuje do oceny ich Ofert oraz zaproszenia 3 oferentów do negocjacji (dla każdego obszaru oddzielnie). W przypadku mniejszej liczby ofert zaproszeni zostaną oferenci, których oferty nie podlegają odrzuceniu.
6. Negocjacje toczone są w trybie online lub stacjonarnie i zakończone zostaną protokołem podpisanym przez strony oraz złożeniem oferty ostatecznej. Negocjacje będą dotyczyły uszczegółowienia oferty, w tym zakresu świadczeń oraz szczegółowych warunków umowy.

KRYTERIA OCENY OFERT I SPOSÓB OCENY OFERT.

1. Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:
Koncepcja realizacji zamówienia 100%
2. W ramach kryterium Koncepcja realizacji zamówienia (K) Zamawiający będzie oceniał, sporządzone przez Wykonawcę i załączone do oferty pisemne opracowanie

przedstawiające Koncepcję zgodnie z którą, Wykonawca zamierza realizować Zamówienie w szczególnie istotnych dla Zamawiającego obszarach związanych z zapewnieniem prawidłowego świadczenia obsługi. Zamawiający następnie - według ustalonej punktacji – oceni opracowaną przez Wykonawcę Koncepcję. Koncepcja obejmować ma obszary:

a. Obszar nr 1 - związany ze współpracą z SERWISAMI INTERNETOWYMI obejmujący działania komunikacyjne i reklamowe publikowane w ramach w ramach co najmniej jednego z następujących mediów:

- i. serwis internetowy o ogólnopolskim zasięgu (powyżej 1 mln realnych użytkowników w miesiącu), profilu informacyjnym i ogólnotematycznym, dedykowany osobom w wieku 20-60 lat, posiadający odrębną redakcję kultury i realizujący autorskie osobne formaty (audio, wideo) w ramach serwisu tematycznego poświęconego kulturze
- ii. serwis internetowy o ogólnopolskim zasięgu (powyżej 1 mln realnych użytkowników w miesiącu), profilu społeczno-kulturalno-edukacyjnym, dedykowanym osobom w wieku 18-40 lat. Redakcja realizuje materiały w różnych formatach: teksty, wideo oraz aktywnie prowadzi media społecznościowe.
- iii. serwis internetowy poświęcony sztuce współczesnej, obecny na polskim rynku medialnym od co najmniej roku. Redakcja posiada znajomość polskiego rynku sztuki oraz działających w jego ramach instytucji. Posiada doświadczenie w realizacji różnych form materiałów, zarówno wydawanych w druku, jak i formatów wideo i podcastów.

b. Obszar nr 2 - związany ze współpracą z MEDIAMI DRUKOWANYMI obejmujący działania komunikacyjne i reklamowe publikowane w ramach co najmniej jednego z następujących mediów:

- i. tygodnik opinii o społeczno politycznym charakterze z odrębną witryną internetową, który posiada własną redakcję realizującą materiały poświęcone kulturze. Tygodnik powinien posiadać możliwość oraz doświadczenie w realizowaniu (redakcja, skład) dodatków oraz "wkładek tematycznych" poświęconych wydarzeniom kulturalnym.
- ii. dwumiesięcznik o profilu biznesowym skierowanym do kobiet z odrębną witryną internetową.
- iii. dziennik o zasięgu ogólnopolskim, skierowany zarówno do kobiet jak i mężczyzn, od 18 do 70 lat, obecny na polskim rynku prasowym od co najmniej 10 lat, profilu informacyjnym i społecznym. Dziennik posiada odrębną redakcję realizującą materiały poświęcone kulturze. Oprócz wydania drukowanego dziennik powinien posiadać wydanie internetowe. Redakcja realizuje materiały w różnych formatach: artykułów, materiałów wideo i podcastów. Dziennik, oprócz grzbietu głównego, posiada również swoje wydania lokalne oraz dodatki dedykowane wydarzeniom kulturalnym.
- iv. tygodnik o profilu społecznym i kulturalnym, zasięgu ogólnopolskim, obecny na polskim rynku od co najmniej 20 lat, którego średnia sprzedaż przekracza 5 000 egzemplarzy. Tygodnik powinien posiadać odrębny dział i redakcję realizującą materiały poświęcone tematyce kulturalnej.

Tygodnik powinien posiadać możliwość oraz doświadczenie w realizowaniu (redakcja, skład) dodatków oraz "wkładek tematycznych" poświęconych wydarzeniom kulturalnym.

- v. miesięcznik o profilu lifestylowym, skierowany do kobiet i mężczyzn, zasięgu ogólnopolskim, obecny na polskim rynku prasowym od co najmniej 5 lat, który posiada swoją międzynarodową odsłonę na świecie. Miesięcznik powinien posiadać odrębny dział kultury, w którym materiały ukazują się zarówno w druku jak i w wydaniu internetowym. Miesięcznik powinien realizować także dodatkowe formaty w ramach realizacji materiałów, jak podcasty dedykowane tematowi kultury.
- vi. miesięcznik o profilu lifestylowym skierowanym do kobiet, o zasięgu ogólnopolskim, obecny na polskim rynku prasy od co najmniej 15 lat, którego średni nakład przekracza 5 000. Posiada odrębny dział informacyjny poświęcony kulturze i sztuce, zarówno w wydaniu papierowym jak i internetowym. Miesięcznik powinien realizować także dodatkowe formaty w ramach realizacji materiałów kulturalnych, jak wideo i podcasty.
- vii. dwumiesięcznik o profilu architektonicznym i designerskim, zasięgu ogólnopolskim, który posiada swoją międzynarodową odsłonę. Posiada odrębny dział informacyjny poświęcony kulturze i sztuce, zarówno w wydaniu papierowym jak i internetowym.

3. W ramach Obszaru nr 1, Koncepcja może uzyskać max. 30 punktów,

4. W ramach Obszaru nr 2, Koncepcja może uzyskać max. 30 punktów

5. Liczba punktów uzyskanych przez Wykonawcę w poszczególnych Obszarach, będzie średnią arytmetyczną (wyliczoną z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku) liczby punktów przyznanych danej ofercie przez każdego z członków komisji przetargowej, wyznaczonych do przeprowadzenia oceny ofert zgodnie z poniższymi zasadami:

a. Ocena Obszaru nr 1: ocenie podlegać będą następujące Elementy Obszaru:

Dla oceny tego podkryterium Oferent zobowiązany jest dołączyć opis proponowanych działań promocyjno-informacyjnych w obszarze internetu wraz z opisem ich przewidywanych zasięgów: ilości unikalnych użytkowników, ilości wyświetleń, średniego czasu trwania sesji. Sposobu dotarcia do grup docelowych określonych misją Muzeum ze szczególnym uwzględnieniem odbiorców zainteresowanych sztuką i varsavianistów. Szczególnie ważne będzie przedstawienie różnych form zaprezentowania materiałów reklamowych: banery w różnych formatach oraz wymiarach, zamieszczone w różnych miejscach serwisu - decyduje widoczność, kafelki, reklamy pełnoekranowe itp oraz różnorodności formy publikowanych treści: artykuły, wywiady, relacje itp. W podkryterium można uzyskać maksymalnie.

- i. Zasięg działań (max 10 pkt):

1. powyżej 6 mln realnych użytkowników w miesiącu - 10 punktów
 2. od 3 mln do 6 mln realnych użytkowników w miesiącu - 5 pkt
 3. od 1 mln do 3 mln realnych użytkowników w miesiącu - 3 pkt
 4. poniżej 1 mln realnych użytkowników w miesiącu - 0 pkt
- ii. Formy digitalowej reklamy (max 10 pkt):
1. uwzględniono wszystkie digitalowe formy reklamowe dostępne w ramach działań serwisu - 10 punktów
 2. uwzględniono część digitalowych formy reklamowych dostępnych w ramach działań serwisu - 5 pkt
 3. uwzględniono tylko wybrane digitalowych formy reklamowych dostępnych w ramach działań serwisu - 3 pkt
 4. nie uwzględniono żadnych digitalowych formy reklamowych dostępnych w ramach działań serwisu - 0 pkt
- iii. Publikowane treści (max 10 pkt):
1. uwzględniono materiały tekstowe, foto, audio i wideo - 10 punktów
 2. uwzględniono materiały tekstowe i wideo - 5 pkt
 3. uwzględniono materiały tekstowe - 3 pkt
 4. nie uwzględniono żadnych autorskich treści - 0 pkt

b. Ocena Obszaru nr 2: ocenie podlegać będą następujące Elementy Obszaru:

Dla oceny tego podkryterium Oferent zobowiązany jest dołączyć do opisu charakterystykę swoich odbiorców, płeć, wiek oraz przedstawić obszary dystrybucji. Przedstawić zasięgi portalu internetowego medium (jeśli taki posiada) oraz mediów społecznościowych (jeśli takie prowadzi). Przedstawić formy publikowanych treści: artykuły, wywiady, relacje, recenzje oraz formaty reklamowe: cała strona, pół strony, pasek boczny, artykuł sponsorowany, wkładka itp. W podkryterium można uzyskać maksymalnie 30 punktów:

- i. Ilość zaproponowanych autorskich publikacji i/lub materiałów reklamowych (max 10 pkt):
 1. powyżej 10 - 10 punktów
 2. 8 - 10 - 5 pkt
 3. 5 - 8 - 3 pkt
 4. poniżej 5 - 0 pkt
- ii. Nakład (max 10 pkt):
 1. powyżej 50 tysięcy - 10 punktów
 2. 20 - 50 tysięcy - 5 pkt
 3. 5 - 20 tysięcy - 3 pkt
 4. poniżej 5 tysięcy - 0 punktów

iii. Publikowane treści z wykorzystaniem różnych mediów (max 10 pkt):

1. uwzględniono materiały tekstowe, foto, audio i wideo - 10 punktów
2. uwzględniono materiały tekstowe i wideo - 5 pkt
3. uwzględniono materiały tekstowe - 3 pkt
4. nie uwzględniono żadnych autorskich treści - 0 pkt

6. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert oraz wezwać oferentów do uzupełnienia niekompletnych ofert, a w przypadku ich nieuzupełnienia w wyznaczonym terminie ma prawo ofertę odrzucić.

7. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych - obejmujących tylko jeden ze wskazanych powyżej obszarów. Zamawiający może wybrać dla poszczególnych obszarów tego samego lub różnych wykonawców w zależności od liczby uzyskanych przez Wykonawców punktów.

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY:

1. Ofertę należy sporządzić w formie pisemnej lub elektronicznej (forma lub postać elektroniczna, lub skan podpisanych oświadczeń) w języku polskim.
2. Oferta powinna zostać przesłana za pośrednictwem platformy zakupowej.
3. Oferta musi być podpisana przez osobę właściwie umocowaną do reprezentacji wykonawcy.
4. Zamawiający zastrzega sobie możliwość dokonania zmian lub odwołania warunków zawartych w niniejszym Zapytaniu ofertowym. W przypadku wprowadzenia zmian Zamawiający przekaze informację o zmianach wszystkim oferentom zaproszonym do złożenia oferty. Każda zmiana staje się wiążąca od chwili przekazania informacji o jej dokonaniu.
5. Zamawiający na każdym etapie prowadzonego postępowania zastrzega sobie prawo do zamknięcia postępowania bez podania przyczyny. Z tytułu zamknięcia postępowania lub zmiany warunków postępowania oferentowi nie przysługuje żadne roszczenie w stosunku do Zamawiającego.

KLAUZULA INFORMACYJNA

Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych.

1. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

2. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie.
3. Kontakt z Inspektorem Ochrony Danych – iod@artmuseum.pl.
4. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w celu prowadzenia przedmiotowego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego oraz zawarcia i realizacji umowy, a podstawą prawną ich przetwarzania jest obowiązek prawny stosowania sformalizowanych procedur udzielania zamówień publicznych spoczywających na Muzeum jako jednostce sektora finansów publicznych.
5. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane przez okres prowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, zawarcia i realizacji umowy oraz po jego zakończeniu zgodnie z przepisami dotyczącymi archiwizacji.
6. Przetwarzane dane osobowe obejmują w szczególności imię i nazwisko, adres, NIP, REGON, numer CEIDG, numer KRS oraz inne dane osobowe podane przez osobę składającą ofertę i inną korespondencję wpływającą do MSN w celu udziału w postępowaniu.
7. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych mogą być organy publiczne i urzędy państwowe lub inne podmioty upoważnione na podstawie przepisów prawa, lub wykonujące zadania realizowane w interesie publicznym, lub w ramach sprawowania władzy publicznej, w szczególności podmioty prowadzące działalność kontrolną wobec Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie.
8. W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosownie do art. 22 RODO.
9. Posiada Pani/Pan:
 - a. na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących,
 - b. na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych¹,
 - c. na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO²,
 - d. prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO,
 - e. wniesienie sprzeciwu.
10. Nie przysługuje Pani/Panu:
 - a. w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych,

¹ Wyjaśnienie: skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

² Wyjaśnienie: prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.

- b. prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO.

11. Jednocześnie zwracamy uwagę na ciążącym na Pani/Panu obowiązku informacyjnym wynikającym z art. 14 RODO względem osób fizycznych, których dane zostaną przekazane Zamawiającemu w związku z prowadzonym postępowaniem i które Zamawiający pośrednio pozyska od wykonawcy biorącego udział w postępowaniu, chyba że ma zastosowanie co najmniej jedno z wyłączeń, o których mowa w art. 14 ust. 5 RODO.
12. W celu potwierdzenia wypełnienia przez wykonawcę obowiązków informacyjnych przewidzianych w art. 13 lub art. 14 RODO wykonawca złoży oświadczenie zgodnie z załącznikiem nr do Zapytania ofertowego.

* wpisać właściwe dane

ZAŁĄCZNIKI:

1. Formularz ofertowy
2. Wykaz zrealizowanych dostaw/usług
3. Oświadczenie RODO
4. ...

ZAŁĄCZNIK NR 1 OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Na czym polega współpraca:

Współpraca barterowa polegająca na przygotowaniu koncepcji współpracy w ramach działań medialnych. Koncepcja współpracy obejmuje stworzenie i realizację planu komunikacji, który uwzględni samodzielne przygotowanie materiałów prasowych przez wykonawcę: wywiadów, artykułów, zapowiedzi, wzmianek, relacji z wydarzeń oraz artykułów sponsorowanych. Publikację zdjęć, grafik lub infografik w formie reklamy, banerów reklamowych, reklamy odsłonowej, materiałów wideo, materiałów audio, zarówno w prasie jak i portalach internetowych i mediach społecznościowych wykonawcy. Materiały będą poświęcone działaniom Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie w okresie październik 2024 - grudzień 2025 i dotyczyć będą:

1. Kampania otwarcia budynku. 25 października Muzeum Sztuki Nowoczesnej otworzy swoją nową siedzibę na placu Defilad. Przywitanie z budynkiem, czyli otwarty dla wszystkich program wydarzeń, potrwa trzy tygodnie i będzie zapowiedzią przyszłych działań Muzeum. Oprócz pokazu wybranych prac z kolekcji MSN-u, składać się będzie z akcji performatywnych, społecznych i edukacyjnych, koncertów, wykładów i kolejnej edycji festiwalu WARSZAWA W BUDOWIE. Swoje propozycje przygotuje muzealne wydawnictwo oraz otwarte po raz pierwszy kino, równolegle będzie też realizowany bogaty program publiczny.
2. Wystawy kolekcji MSN-u 21 lutego 2025 i wydarzeń jej towarzyszących

Co my oferujemy w ramach barteru:

Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, zgodnie ze swoją misją, jest instytucją publiczną, która kolekcjonuje dzieła sztuki oraz bada i upowszechnia materialne i niematerialne dziedzictwo kultury współczesnej. MSN współpracuje z różnorodnymi grupami i społecznościami, a także instytucjami w Polsce i na świecie. Jest przestrzenią dialogu i wspólnego kształtowania wrażliwości poznawczej i estetycznej. Rozwija się wraz z Warszawą, reaguje na rzeczywistość, rozbudza ciekawość. Codziennemu funkcjonowaniu Muzeum towarzyszy starania, by działać etycznie i profesjonalnie oraz z troską o środowisko i relacje społeczne.

Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie po niemal 20 latach intensywnych działań w kilku lokalizacjach przenosi się do nowej siedziby. Budynek autorstwa nowojorskiego architekta Thomasa Phifera otworzy się 25 października 2024 roku na placu Defilad, w samym „sercu miasta”, jednocześnie inaugurując nowe centrum stolicy. Otwarcie dla

publiczności siedziby Muzeum będzie jednym z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w Polsce w roku 2024. Międzynarodowy program działań dedykowanych otwarciu obejmuje również rok 2025, kiedy w Muzeum po raz pierwszy zaprezentowana zostanie, budowana od 20 lat, kolekcja własna, a także pierwsze wystawy polskich i światowych artystek i artystów. Działaniom galeryjnym towarzyszyć będzie różnorodny program wydarzeń publicznych.

Usytuowane w samym sercu, u stóp Pałacu Kultury i Nauki, na przecięciu głównych arterii miasta, dwóch linii metra i dwóch ulic: Marszałkowskiej i Świętokrzyskiej (z ich skrzyżowania korzysta średnio 1000 os/1h) w odległości 5 minut od centralnego dworca kolejowego, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie będzie jedną z najbardziej dostępnych i widocznych przestrzeni kultury w mieście.

Przeszklony parter Muzeum z przestronnym holem, monumentalną klatką schodową, dostępną galerią A, audytorium, salami edukacyjnymi, księgarnią oraz kawiarnią będzie spletał się z życiem ulicy i zachęcał do wejścia. Będzie to niebiletowana, otwarta dla publiczności, najczęściej odwiedzana przestrzeń, współtworzona przez zespół programowy, społeczną radę MSN oraz partnerskie instytucje. Na parterze siedziby MSN-u realizowany będzie program publiczny, tj. cykl ponad 300 wydarzeń rocznie: debat, spotkań, warsztatów, performanseów, koncertów czy premier książkowych.

Wspomniane działania realizowane w siedzibie MSN-u zapewniają partnerowi medialnemu bardzo dużą widoczność i wiele możliwości na eksponowanie swojego udziału. Frekwencyjnie przewidujemy w najbliższym roku obecność 400 000 uczestniczek i uczestników zarówno wystaw jak i wydarzeń dodatkowych.

Oferowane przez Muzeum świadczenia i ich wartość:

Nr świadczenia	Opis świadczenia	Szacowana wartość świadczenia netto
1.	Ekspozycja logotypów wykonawcy w przestrzeni budynku (ekrany recepcyjne: plansza partnerska prezentowana w pętli 30 minut, ekspozycja każdego dnia otwarcia Muzeum w trakcie obowiązywania umowy. Tekst naścienny przed wejściem na wystawę: stała ekspozycja na nośniku wewnątrz budynku w pasku partnerskim widoczna na minimum jednym nośniku w Muzeum przez cały czas obowiązywania umowy). Wartość świadczenia	20 000 złotych
2.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w materiałach prasowych i	20 000 złotych

	promocyjnych: - informacje prasowe (min 10 w trakcie obowiązywania umowy) - ulotki (minimum 20 000 w trakcie obowiązywania umowy, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum), broszury (minimum nakład 40 000 w trakcie obowiązywania umowy, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum) i katalogi towarzyszące wystawom (druk polski i angielski, nakład minimum 5500), informator o Muzeum (nakład minimum 20 000 w języku polskim i angielskim, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum), zaproszenia (nie mniej niż jedna wysyłka do bazy co najmniej 500 osób) i e-zaproszenia (łącznie co najmniej trzy wysyłki drogą elektroniczną do bazy nie mniej niż 10 000).	
3.	Ekspozycja logotypu wykonawcy na stronie internetowej Muzeum (strony wystaw/projektów oraz zakładka "Partnerzy") Strona Muzeum w 2024 roku: 1 500 000 odsłon / 600 000 unikatowych użytkowników. (Premiera nowej strony Muzeum odbędzie się we wrześniu 2025 rok). Wymienianie w newsletterze i portalach społecznościowych Muzeum przy głównych informacjach o zapowiedziach i wernisażach wystaw (Facebook 101 K, Instagram 50 K, Twitter/X: 8,2 K, TikTok, newslettery kierowanie do 15 000 odbiorców.)	10 000 złotych
4.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w publikacjach Wydawnictwa Muzeum - wykonawca otrzyma po 2 egzemplarze publikacji, w której znajduje się jego logotyp.	10 000 złotych
5.	Podziękowanie wykonawcy za współpracę podczas otwarcia Muzeum i kluczowych wydarzeń towarzyszących (przynajmniej 5) oraz podczas wernisaży wystaw	1 500 złotych
6.	Zorganizowanie 2 oprowadzań dla odbiorców/zespołu/redakcji w trakcie obowiązywania umowy	10 000 złotych
7.	Przekazanie 20 biletów wstępu w skali roku	500 złotych
8.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii outdoorowa, Warszawa, słupy reklamowe.(W trakcie trwania umowy, nie mniej niż cztery kampanie, po minimum 15 dni, każda po minimum 20 nośników - 60 plakatów)	20 000 złotych

9.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii video nośniki w komunikacji miejskiej: autobusy, tramwaje, metro - nie mniej niż 4 kampanie spotowe, każda nie mniej niż 2 tygodnie, spot 15-20 sekund z planszą sponsorską na koniec	20 000 złotych
10.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii na wiatkach przystanków w Warszawie: w trakcie trwania umowy nie mniej niż 2 kampanie po min, 15 dni każda, obejmujące nie mniej niż 20 nośników każda	20 000 złotych
11.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii digitalowa online, social media (FB, IG, Tik Tok, YT), umieszczenie tablicy partnerskiej przy realizacji materiałów reklamowych w formie video (co najmniej dwa materiały) w trakcie trwania umowy	10 000 złotych
12.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach reklamy na stronach www i portalach streamingowych o zasięgu ogólnokrajowym oraz na rynku międzynarodowym	10 000 złotych
13.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach reklamy w ramach spotu reklamowego w kinach: w trakcie trwania umowy min. 1 kampania w kinach w Warszawie i woj. mazowieckim	10 000 złotych
14.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach materiałów reklamowych kolportaż materiałów w kawiarniach, pubach, restauracjach, instytucjach kultury (w trakcie trwania umowy nie mniej niż 3 edycje kolportażu materiałów z logotypem partnera, z uwzględnieniem nie mniej niż 100 miejsc)	18 000 złotych
15.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii outdoor i online łącznie 20 mln (outdoor outreach > 15 000 000)	20 000 złotych
	SUMA	200 000 złotych

Czego oczekujemy w ramach barteru:

Działań medialnych spójnych z dotychczasowym profilem działania zamawiającego.

Działań medialnych, które pozwolą zrealizować misję instytucji oraz cele związane z polską i międzynarodową kampanią otwarcia nowej siedziby Muzeum Sztuki

Nowoczesnej w Warszawie: dotarcia do nowych grup docelowych, zmiany

stereotypowego myślenia o niedostępności sztuki nowoczesnej, zaprezentowania

społecznej misji Muzeum jako otwartego na różne grupy społeczne, pokazania Muzeum

jako ważnego miejsca na mapie kulturalnej Warszawy zarówno dla mieszkańców jak i turystów.

Oczekujemy świadczeń merytorycznych - redakcyjnych oraz reklamowych, które utrzymają lub wzmocnią obecną świadomość marki Muzeum, jak i również pozwolą dotrzeć do nowych grup odbiorców docelowych z obszaru Polski oraz do wybranych grup odbiorców zagranicznych. Oczekujemy wspólnej strategii działań redakcyjnych i reklamowych adekwatnych do planu wydarzeń obejmującego otwarcie nowej siedziby Muzeum w dniu 25 października oraz kolejnych wydarzeń wystawienniczych zaplanowanych na rok 2025: wystawy kolekcji MSN-u 21 lutego 2025 i wydarzeń jej towarzyszących, wystawy Kiev Biennale i wydarzeń jej towarzyszących, wystawy Kwestia Kobieta i wydarzeń jej towarzyszących oraz wystawa Refugees Welcome.

Świadczeń w różnorodnych formach, z uwzględnieniem form audio i wideo oraz tradycyjnych form: autorskich artykułów, artykułów sponsorowanych, wywiadów z osobami związanymi z pracą Muzeum i prezentującymi działania Muzeum - możliwości bezpłatnego udostępnienia tekstów dla odbiorców. Form dodatkowych: wkładek, insertów i innych. Nowych pomysłów na dobrą i efektywną współpracę merytoryczną. Gotowości do planowania wspólnych działań i dostosowania w zależności od bieżących potrzeb i możliwości Muzeum.

ZAŁĄCZNIK NR 2 - WZÓR FORMULARZA OFERTOWEGO

FORMULARZ OFERTOWY

DANE WYKONAWCY:

Nazwa wykonawcy: _____

Adres wykonawcy: _____

NIP _____

REGON _____ (jeśli dotyczy)

KRS _____ (jeśli dotyczy)

Telefon: _____

e-mail: _____

Numer rachunku bankowego _____

OFERTA:

Nazwa zamówienia: Barterowa z zakresu patronatów medialnych

Numer postępowania: MSN/21/WzU/2024

W odpowiedzi na zapytanie oferuję wykonanie przedmiotu zamówienia:

Dla obszaru 1:

.	Oczekiwane świadczenia ze strony Muzeum (proszę wskazać numery świadczenia)	Opis równoważnych świadczenia ze strony oferenta	Wartość współpracy barterowej w polskich złotych netto
Kampani otwarcia budynku		Zgodnie z załączoną koncepcją	
Wystawy kolekcji MSN-u 21 lutego 2025 i wydarzeń jej towarzyszących		Zgodnie z załączoną koncepcją	

Dla obszaru 2:

.	Oczekiwane	Opis równoważnych	Wartość
---	------------	-------------------	---------

	świadczenia ze strony Muzeum (proszę wskazać numery świadczenia)	świadczenia ze strony oferenta	współpracy barterowej w polskich złotych netto
Kampani otwarcia budynku		Zgodnie z załączoną koncepcją	
Wystawy kolekcji MSN-u 21 lutego 2025 i wydarzeń jej towarzyszących		Zgodnie z załączoną koncepcją	

Sumaryczna wartość współpracy barterowej netto: _____ złotych

Stawka VAT: _____%

Wartość VAT : _____ złotych

Sumaryczna wartość współpracy barterowej brutto: _____ złotych

Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu tzn posiadamy wymagany personel oraz załączyć do oferty wykaz 2 usług polegających na objęciu usługą patronatu medialnego wydarzenia kulturalnego o wartości 40 000,00 złotych netto zrealizowanych w przeciągu trzech ostatnich lat.

Oświadczam, że zapoznałem/am się z opisem przedmiotu zamówienia oraz treścią zapytania ofertowego i nie wnoszę do nich zastrzeżeń. Oferuję wykonanie przedmiotu Zamówienia zgodnie z warunkami ujętymi w treści zapytania ofertowego.

Oświadczam, że wypełniłem/am obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem/am w celu ubiegania się o udzielenie niniejszego zamówienia.

Do oferty załączam następujące dokumenty:

1. Lista zrealizowanych usług patronatów medialnych
2. Koncepcja realizacji zamówienia
3. ...

Dnia _____

Podpis wykonawcy lub osoby upoważnionej: _____

poświadczenie złożenia podpisów i pieczęci elektronicznych

Certyfikat dla dokumentu o Autenti ID: 5871989f-f3b8-4d34-b557-eca2d65cc051
utworzonego: 2024-07-26 16:00 (GMT+02:00)