

# Zapytanie ofertowe

Opracowanie merytoryczne i druk dodatku o wzornictwie i programie „Zaprojektuj Swój Zysk”

## 1. Informacje o Zamawiającym

**Instytut Wzornictwa Przemysłowego** Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Świętojska 5/7 (zwany dalej IWP) ma 50-letnie doświadczenie w obszarze upowszechniania wzornictwa i rozwoju nowego produktu. Jest ekspertem i strategicznym doradcą dla przedsiębiorstw, projektantów wzornictwa oraz administracji publicznej w zakresie budowania przewagi konkurencyjnej opartej na wzornictwie przemysłowym. Prowadzi działalność na rzecz stymulowania – poprzez wzornictwo – innowacyjności i konkurencyjności polskich produktów, oraz świadczy usługi o charakterze proinnowacyjnym (doradcze, informacyjne, szkoleniowe i sieciowe) dla przedsiębiorstw, instytucji i samorządów.

Są to m. in. projekty badawcze w zakresie wzornictwa i ergonomii, doradztwo w zakresie przygotowania i wdrożenia nowych produktów, szkolenia dla przedsiębiorców, studia podypłomowe dla kadry zarządzającej, konkursy na wyłonienie dostawców usług projektowych, promocja innowacyjnych produktów i dobrych praktyk w postaci wystaw i konkursów.

## 2. Informacja o projekcie

IWP realizuje kluczowy projekt „Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wzornictwo (innowacja procesowa i produktowa, marketingowa)”, którego skrócona nazwa brzmi „Zaprojektuj Swój Zysk” (ZSZ). Program jest realizowany w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013.

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, (PO IG) to jeden z 6 programów krajowych Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, który finansowany jest ze środków europejskich. Jest to program skierowany przede wszystkim do przedsiębiorców, którzy zamierzają realizować innowacyjne projekty, związane z badaniami i rozwojem, nowoczesnymi technologiami, inwestycjami o dużym znaczeniu dla gospodarki lub wdrażaniem i stosowaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

Program „Zaprojektuj Swój Zysk” jest programem trzyletnim (01/09/2008 - 30/12/2011). Realizowany jest zgodnie z osią priorytetową 5 – Dyfuzja innowacji, zgodnie z działaniem 5.2., mającym na celu wspieranie instytucji otoczenia biznesu (IWP) świadczącej usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym.

### 2.1. Składowe projektu

**Warsztaty dla przedsiębiorców** - 2-dniowy cykl w wybranych miastach Polski, w siedzibach organizacji i instytucji będących partnerami projektu. Z zakresu metodologii i zarządzania procesem wprowadzania nowych produktów wzorniczych na rynek, w tym współpracy z projektantami. Dla kadry zarządzającej przedsiębiorstw i specjalistów odpowiedzialnych za rozwój nowych produktów

**Warsztaty dla projektantów** - 5-dniowy cykl w wybranych miastach Polski, w siedzibach organizacji i instytucji będących partnerami projektu. Z zakresu metodologii zarządzania pro-

cesem wprowadzania nowych produktów wzorniczych na rynek, umiejętności marketingowych, standardów opracowania rynkowych produktów wzorniczych.

Dla studiów projektowych, projektantów zatrudnionych w przedsiębiorstwach i freelancerów. Warsztaty prowadzone będą w dwóch cyklach dla początkujących i zaawansowanych.

**Warsztaty łączone dla przedsiębiorców i projektantów** - 3-dniowy cykl realizowany w wybranych miastach Polski, w siedzibach organizacji i instytucji będących partnerami projektu. Z zakresu metodyki współpracy i zarządzania wprowadzaniem nowych produktów wzorniczych na rynek w zespołach interdyscyplinarnych oraz praktyki współpracy projektanta i przedsiębiorstwa.

**E-learning** - Kurs 20 szkoleń e-learningowych na platformie internetowej ZSZ. Z zakresu praktyki działań, etapów procesów wdrażania nowych produktów wzorniczych, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji potrzebnych menedżerom, a także specjalistom odpowiedzialnym za różne zadania związane z rozwojem nowych produktów w firmie. Dla przedsiębiorców i projektantów.

**Portal internetowy ZSZ** - Portal poświęcony wzornictwu będzie główną platformą komunikacji, edukacji i promocji wzornictwa, pod adresem [www.zsz.com.pl](http://www.zsz.com.pl)

**Wystawy dobrych praktyk wzorniczych** – ponad 20 wystaw - przykładów dobrych praktyk wzorniczych w kraju i za granicą w trzech kategoriach: dobrych praktyk, światowego wzornictwa oraz dobrych praktyk wdrożonych przez przedsiębiorstwa. Będą one promować design i wzornictwo jako narzędzia rozwoju przedsiębiorstw i marek, a także procesy i modele biznesowe związane z wdrażaniem nowych produktów, zarówno po stronie projektanta jak i przedsiębiorcy, dobrze zaprojektowane produkty i usługi będące wzorami do naśladowania, innowacyjne rozwiązania, materiały i nowe technologie w zakresie istniejących w Polsce gałęzi przemysłu.

**Podręcznik ZSZ** – metodologia zarządzania procesem wprowadzania nowych produktów wzorniczych na rynek, tematyka: proces przygotowania, rozwoju i życia produktu wzorniczego (począwszy od badania rynku, poprzez przygotowanie zamówienia projektowego – brief, projekt koncepcyjny, opracowanie dokumentacji konstrukcyjnej i techniczno-technologicznej, wykonanie modelu i prototypu, wykonanie partii testowej, przygotowanie projektu ostatecznego, aż po osadzenie nowego produktu na rynku). Podręcznik może pełnić funkcję manuala dla zespołów projektowych w przedsiębiorstwach i projektantów.

## 2.2 Ramy czasowe projektu

Realizacja działań promocyjnych w ramach projektu „Zaprojektuj Swój Zysk” trwa od marca 2010 roku do grudnia 2011.

### 2.3. Cele projektu

Projekt dostarczy specjalistycznej wiedzy, metodologii i praktycznych rozwiązań, dzięki którym przedsiębiorstwa i projektanci dowiedzą się, jak skutecznie tworzyć innowacyjne wzorniczo produkty i zarządzać wprowadzeniem ich na rynek. Projekt zbuduje sieć współpracy z ośrodkami i instytucjami gospodarczymi, akademickimi, inkubatorami przedsiębiorczości, ośrodkami transferu technologii, parkami naukowo-technologicznymi oraz organizacjami międzynarodowymi, dzięki której powstanie trwałe otoczenie biznesowe wspierające innowacje w przedsiębiorstwach poprzez wzornictwo. Partnerami zostaną instytucje.

Podstawowe cele projektu to:

- Budowa świadomości i korzyści projektu w Grupach Docelowych
- Stworzenie otoczenia biznesowego wzornictwa umożliwiającego przedsiębiorcom i projektantom współpracę w obszarze aplikacji wzornictwa przemysłowego
- Osiągnięcie celów mierzalnych projektu
- W dłuższej perspektywie stworzenie podstawy do długofalowych relacji lojalnościowych z uczestnikami programu.

### 2.4. Grupy docelowe w projekcie

#### Przedsiębiorstwa

Uczestnikami projektu są przedsiębiorstwa małe oraz w szczególności średnie i duże - przygotowane do aplikacji wzornictwa przemysłowego, działające na rynku dóbr konsumpcyjnych, ale także produktów i usług adresowanych do biznesu.

Szczególnym celem są firmy innowacyjne, nastawione na konkurowanie wzornictwem i rozwój własnych produktów. Forma własności i właściciel (krajowy lub zagraniczny) nie stanowi wyróżnika.

Branże: narzędzia, maszyny, środki transportu, urządzenia precyzyjne, tworzywa sztuczne, elektronika, ceramika i szkło, sprzęt gospodarstwa domowego, meble i wyposażenie wnętrz, wyroby inwestycyjne (maszyny, urządzenia), tkaniny, ubiór, obuwie, akcesoria, zabawki, sprzęt medyczny i rehabilitacyjny, poligrafia, opakowania, fashion, nowe technologie oraz usługi finansowe, marketingowe, informatyczne, multimedialne, społeczne, informacyjne oraz kulturalne

Stanowiska: kadra zarządzająca przedsiębiorstwami (właściciele, członkowie rad nadzorczych, prezesi i zarządy firm, dyrektorzy marketingu, sprzedaży, rozwoju, kierownicy marketingu, rozwoju produktów, kierownicy zespołów projektowych), w szczególności średnimi i dużymi, w sektorze produkcyjnym, dystrybucji, oraz usługach.

Poziom wiedzy grupy celowej:

- a) grupa o wąskim zakresie wiedzy (podstawowy z zarządzania projektami i design management)
- b) grupa o zaawansowanym poziomie wiedzy (zaawansowany z zarządzania projektami, podstawowy z design management)

### **Projektanci wzornictwa przemysłowego**

Projekt skierowany jest do aktywnych zawodowo projektantów wzornictwa, zarówno zatrudnionych w firmach, jak i prowadzących lub zatrudnionych w studiach projektowych, mający na koncie co najmniej jedno wdrożenie produktu na rynku

Poziom wiedzy grupy celowej:

- a) jedna grupa o tym samym poziomie wiedzy (podstawowy z zakresu zarządzania i marketingu)

### **Partnerzy projektu ZSZ**

Współpraca z partnerami projektu to w szczególności wspólne przedsięwzięcia o charakterze edukacyjnym i doradczym przyczyniające się do łatwiejszego transferu i dyfuzji (rozprzestrzeniania) wiedzy oraz innowacji pomiędzy współpracującymi podmiotami.

Celem współpracy jest m.in. wzmocnienie sieci instytucji otoczenia biznesu o znaczeniu ponadregionalnym oraz instytucji o zasięgu ogólnokrajowym, które świadczą usługi innowacyjne i z zakresu innowacyjności na rzecz przedsiębiorstw.

W ramach tworzenia korzystnych warunków prowadzenia działalności innowacyjnej przedsiębiorstw wsparciem objęte zostały kompleksowe przedsięwzięcia wyspecjalizowanych ośrodków innowacyjności, w szczególności parków technologicznych zlokalizowanych na obszarach o wysokim potencjale rozwojowym.

Wsparcie tych instytucji wzmacnia powiązania pomiędzy przedsiębiorcami oraz przedsiębiorcami i jednostkami naukowymi, poprzez udostępnianie odpowiedniej infrastruktury, usług oraz wiedzy niezbędnej do prowadzenia działalności gospodarczej z wykorzystaniem nowoczesnych rozwiązań.

Pozyskiwanie partnerów projektów, tworzenie umów partnerskich leży po stronie IWP.

### **Inni uczestnicy projektu**

Media ekonomiczne

Media lifestylowe

Patroni medialni

Inni: odbiorcy komunikatów marketingowych, użytkownicy portalu ZSZ poszukujący wiedzy, odwiedzający wystawy

## **2.5. Strategia realizacji celów projektu**

Strategia realizacji celów projektu opiera się na:

1. Budowaniu świadomości projektu i wzornictwa jako narzędzia konkurencyjności
  - 1.1. Kampania reklamowo – informacyjna: patroni medialni oraz kampania internetowa
  - 1.2. Działania PR: budowanie świadomości projektu w mediach opiniotwórczych, organizacja i prowadzenie warsztatów edukacyjno-informacyjnych dla mediów, obsługa patronów medialnych, współpraca z partnerami projektu, realizowana za pomocą PR IWP
  - 1.3. Portal [www.zsz.com.pl](http://www.zsz.com.pl) jako źródło wiedzy i miejsce rejestracji uczestników warsztatów. Portal realizowany z wytypowanym dostawcą usługi.
2. Zapewnieniu uczestnictwa wytypowanych grup docelowych w projekcie i osiągnięciu celów mierzalnych projektu (uczestnicy warsztatów stacjonarnych i e-learningów), realizowane z wytypowanym dostawcą usługi telemarketingowej
3. Promocji portalu projektu jako platformy edukacyjno-informacyjnej dla poszczególnych grup uczestników projektu w tym e-learningów, realizowanej za pomocą kampanii internetowej.

## **2.6. Obszary promocji projektu „Zaprojektuj Swój Zysk”**

### **Obszary promocji:**

1. Promocja sprzedaży – zapewnienie uczestnictwa przedsiębiorców i projektantów w warsztatach stacjonarnych oraz e-learningowych wg założonych wskaźników.
2. Promocja projektu i wzornictwa jako narzędzia osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku – budowania wizerunku projektu ZSZ
3. Promocja wystaw i wydarzeń w ramach projektu z uwzględnieniem odbiorców projektu i odbiorcy masowego
4. Promocja wartości dodanych w projekcie – podręcznika ZSZ, ankiety samoświadomości przedsiębiorstw na temat zdolności do aplikacji wzornictwa, badań roli wzornictwa w procesie rozwoju firmy (tzw. case studies), promocji poszczególnej zawartości czy funkcjonalności portalu ZSZ
5. Promocja portalu ZSZ [www.zsz.com](http://www.zsz.com)
6. Promocja partnerów projektu ZSZ

### Kanały promocji:

1. Internet w tym portale biznesowe, szkoleniowe, instytucjonalne i inne
2. Patroni medialni – prasa, radio, telewizja, Internet
3. Partnerzy projektu (30 instytucji i organizacji)
4. Media ekonomiczne – prasa, radio, telewizja, Internet
5. Media branżowe – prasa, radio, telewizja Internet
6. Media lifestylowe – prasa, radio, telewizja Interent
7. Instytucje i organizacje biznesowe ogólnopolskie i regionalne
8. Portale: [www.zsz.com.pl](http://www.zsz.com.pl), [www.iwp.com.pl](http://www.iwp.com.pl)
9. Direct Marketing, materiały drukowane przeznaczone do wysyłki
10. Infolinia
11. Materiały drukowane dostępne na wystawach i wydarzeniach ZSZ

Z uwagi na ograniczenia budżetowe, które nie pozwalają zaplanować regularnej kampanii reklamowej w mediach, skutecznie budującej odpowiedni zasięg kampanii i dotarcie do grupy docelowej przedsiębiorców i liderów opinii, działania informacyjno - reklamowe zostaną opartą głównie na współpracy z patronami medialnymi, działaniach PR oraz na kampanii internetowej.

### 2.7. Rola portali [www.zsz.com.pl](http://www.zsz.com.pl) i [www.iwp.com.pl](http://www.iwp.com.pl) w komunikacji

Promocja warsztatów, rejestracja uczestników

- warsztaty dla przedsiębiorców
- warsztaty dla projektantów
- warsztaty wspólne
- wystawy
- e-learningi
- materiał dla dziennikarzy w pressroomie

Promocja portalu jako źródła wiedzy – Interaktywne Centrum promocji Wzornictwa, Cyfrowa Biblioteka, Słownik Projektantów Polskich

- case studies – przykłady zastosowań wzornictwa w firmach
- dobre praktyki -wystawy polskiego i światowego wzornictwa oraz wystawy praktyk przedsiębiorstwa ZSZ
- merytoryczne analizy zastosowań wzornictwa – systemowe, indywidualne
- wiedza traktowana jest jako narzędzie tworzenia narzędzi promocyjnych i

wykorzystania ich w planach promocji projektu

Promocja wartości dodanych projektu

- ankieta dla przedsiębiorstw,
- podręcznik, filmy np. Wartość Dodana,
- katalogi wystaw ,
- forum,
- program lojalnościowy
- inne

Promocja projektu

Promocja parterów projektu

#### 4. Przemiot zapytania ofertowego

Przedmiotem zapytania ofertowego jest opracowanie merytoryczne i redakcyjne oraz druk 2 wydawnictw drukowanych magazynu o wzornictwie i programie „Zaprojektuj swój zysk” wraz z wersjami elektronicznymi:

4.1. Opracowanie formuły merytorycznej i redakcyjnej spójnej merytorycznie i graficznie z pierwszą publikacją IWP Think Tank Design wydaną w marcu 2010:

- zaprojektowanie i wykonanie projektu graficznego okładki, strony tytułowej i wnętrza (tj. spisu treści, stron tekstowych, tekstu i stron z uwzględnieniem grafiki tabelarycznej oraz ilustracji, w tym wyróżnień barwnych i graficznych)

- skład w tym graficzne opracowanie ilustracji, tabel i wykresów;

- korekta techniczna;

4.2. Druk i oprawa;

4.3. Przygotowanie wersji elektronicznej, w formacie PDF

4.4. Dystrybucja każdego z 3 wydawnictw w ilości min 4500 egzemplarzy drukowanych oraz wersji elektronicznej, propozycja kanałów dystrybucji.

4.5. Dostarczenie do siedziby IWP 1000 egzemplarzy w wersji papierowej;

#### 5. Wymogi techniczne:

5.1. Nakład: 5500 egzemplarzy,

5.2. Parametry techniczne:

a) objętość: 32 strony

b) format: 205 x 265 mm, druk barwny 4+4

c) format wersji elektronicznej: zabezpieczony PDF z licencją czasową na wykorzystanie.

## 6. Wymogi formalne

6.1 Dla potrzeb realizacji niniejszego zamówienia Wykonawca wydeleguje jedną osobę do kontaktu, która posiadać będzie odpowiednie upoważnienia do prowadzenia negocjacji oraz ustaleń w zakresie objętym przedmiotem zamówienia i umowy.

6.2 Zebrane podczas badania dane są własnością IWP.

6.3 Oferta powinna zawierać:

- nazwę i adres oferenta, oryginał odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego
- kosztorys wykonania usługi (netto i brutto z uwzględnieniem odrębnej wyceny każdego elementu oferty)
- termin realizacji z uwzględnieniem każdego elementu wyceny
- oświadczenie wykonawcy, iż spełnia następujące warunki:
  - 1) posiada uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień;
  - 2) posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie konieczne do wykonania zamówienia
  - 3) znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia
- przykłady realizacji podobnych zamówień

6.4 Oferta powinna zostać sporządzona na papierze firmowym oferenta lub opatrzona pieczęcią firmową, mieć datę sporządzenia i podpis oferenta oraz dane kontaktowe.

6.5 Oferta powinna być dostarczona pocztą, kurierem lub bezpośrednio do siedziby IWP Sp. z o.o. Wcześniej może zostać dostarczona pocztą internetową na adres wskazany poniżej.

6.6 Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych jednak zastrzega sobie możliwość (w przypadku ofert niezgodnych z wytycznymi lub niegwarantujących w sposób kompleksowy zapewnienia najwyższej jakości usługi) wyboru tylko niektórych elementów usługi.

6.7 Zamawiający zastrzega sobie prawo do:

- zmiany lub uzupełnienia treści zapytania,
- unieważnienia postępowania na każdym etapie bez podania przyczyn. Z tytułu unieważnienia postępowania wykonawcom nie przysługuje żadne roszczenie w stosunku do zamawiającego,
- wezwania Wykonawcy, w przypadku stwierdzenia uchybień formalnych w ofercie, do złożenia w określonym terminie, stosownych oświadczeń, wyjaśnień lub dokumentów,
- poprawy omyłek rachunkowych w obliczeniu ceny (za zgodą wykonawcy), o czym poinformowani zostaną wszyscy wykonawcy składający oferty
- poprawy oczywistych omyłek pisarskich.

6.8 W przypadkach uzasadnionych specyfiką przedmiotu zamówienia, dopuszcza się przeprowadzenie dialogu z Wykonawcą który złożył najkorzystniejszą ofertę.

6.9 Przystępując do postępowania przetargowego Wykonawca akceptuje warunki opisane w zapytaniu ofertowym oraz zobowiązuje się do podpisania w podanym terminie umowy z Zamawiającym.

## 7. Terminy

Termin składania ofert upływa 17 czerwca 2010

Termin wyboru oferty: Zamawiający ogłosi wybór Wykonawcy na stronie internetowej Instytutu [www.iwp.com.pl](http://www.iwp.com.pl) oraz umieści informację na tablicy informacyjnej w siedzibie Instytutu do dnia 24 czerwca 2010.

## 8. Kryteria wyboru oferty

Zamawiający udzieli zamówienia wykonawcy, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą według kryteriów podanych poniżej.

---

### Kryteria wyboru

---

Kryterium	Waga
Wartość merytoryczna usługi	50%
Cena	50%

## 9. Liczba wykonawców zaproszonych do składania ofert: nieograniczona.

### 10. Kontakt

10.1 Każdy Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego drogą elektroniczną o wyjaśnienia związane z przedmiotem zapytania ofertowego.

10.2 Zamawiający z Wykonawcami będzie porozumiewać się telefonicznie lub drogą elektroniczną.

Odpowiedzi na zapytanie ofertowe należy nadsyłać na adres:

Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o. o.  
Ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa

Agata Wiśniewska  
Tel. 022 860 03 61  
[agata\\_wisniewska@iwp.com.pl](mailto:agata_wisniewska@iwp.com.pl)

## 11. Załączniki

Załącznik stanowi 1 numer magazynu ThinkTank DESIGN, dostępny pod adresem:  
[www.zsz.com.pl](http://www.zsz.com.pl) lub do wglądu w siedzibie IWP