

HELSINGIN KAUPUNKI
Kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala
Helsingin taidemuseo, HAM

N2 Albino Oy
Miltton Oy
Oy Kultainen Sherpa

18.1.2019

TARJOUSPYYNTÖ – Helsinki Biennaalin markkinointiviestinnän minikilpailutus

Kulttuuri- ja vapaa-ajan toimialaan kuuluva Helsingin taidemuseo avaa markkinointiviestintäpalveluiden minikilpailutuksen koskien Helsinki Biennaali -hanketta lähettämällä tarjouspyynnön kolmelle puitesopimuksen sopimustoimittajalle: **Miltton Oy, N2 Albino Oy ja Oy Kultainen Sherpa.**

1. HANKINTAYKSIKÖN PERUSTIEDOT

Kulttuuri- ja vapaa-ajan toimiala, Helsingin kaupunki
Y-tunnus: 0201256-6

Jonna Hurskainen, viestintä- ja markkinointivastaava.
Helsinki Biennaali, Helsingin taidemuseo, HAM
jonna.hurskainen@hel.fi
09 310 22817, 040 128 6070
PL 10416, 00099 Helsingin kaupunki
HAM (Tennispalatsi), Fredrikinkatu 65 A, 3 krs.

Tarjoukset lähetettävä 1.2.2019 klo 16 mennessä:
sähköpostitse jonna.hurskainen@hel.fi

2. TARJOUSPYYNNÖN NIMI:

Helsinki Biennaalin markkinointiviestintäpalvelut jaksolle 2/2019-10/2020.

3. HANKINNAN KOHDE

3.1 Projektin lyhyt kuvaus.

Haemme yhteistyökumppania Helsinki Biennaalin markkinointiviestintään. **Tarkempi kuvaus liitteessä: HelsinkiBiennaali_minikilpailutus_180119 (pdf).**

Helsinki Biennaalin kuvaus:

Helsinki Biennaali on joka toinen vuosi järjestettävä korkeatasoinen nykytaiteen suurtapahtuma, joka järjestetään ensimmäisen kerran kesällä 2020 Vallisaarella. HAM vastaa Helsinki Biennaalin sisällön suunnittelusta, kuratoinnista ja tuotannosta. Helsinki Biennaali on osa Helsingin kaupungin kaupunkistrategiaa sekä kaupungin merellistä strategiaa. Biennaali avataan 12.6.2020. Näyttelyn lanseerataan toukokuussa 2019. Näyttelysisältö ja oheisohjelma julkistetaan maaliskuussa 2020. Ensimmäisen biennaalin kävijätavoite on 300 000.

Helsinki Biennaalin kohderyhmät:

Kaikki kaupunkilaiset

Kulttuurin ja taiteen rakastajat (kansainväliset ja kotimaiset)

Matkailijat (kansainväliset ja kotimaiset)

Helsinki Biennaalin markkinointiviestinnän tavoitteet:

- a. Ensimmäisen Helsinki Biennaalin lanseeraus ja tunnettuuden kasvattaminen
- b. Helsingin tunnettuuden kasvattaminen korkeatasoisena kuvataide- ja kulttuurikaupunkia.
- c. Helsingin taidemuseo, HAM:n, tunnettuuden vahvistaminen
- d. Merellisen Helsingin esiin tuominen ja kaupunkilaisten aktivointi merellisten palveluiden käyttäjiksi.
- e. Ekologisten arvojen ja vastuullisuuden tuominen keskusteluun (taiteen ja taidetapahtuman kautta)
- f. Helsinki Biennaalin kävijätavoitteen saavuttaminen

3.2. HANKITTAVAN PALVELUN SISÄLTÖ

Alla määritellään tarjouspyynnön sisältämän hankinnan palvelut. Alla olevat osa-alueet pitävät sisällään suunnittelun, mutta ei osa-alueiden tuotantokustannuksia.

3.2.1 Helsinki Biennaalin brändihierarkian määrittely

- Brändihierarkiassa tulee ottaa huomioon Helsinki Biennaali, HAM ja Helsingin kaupunki
- Yritysyhteistyökumppaneiden huomioiminen

3.2.2 Helsinki Biennaali 2020 visuaalinen identiteetti

- Identiteetti huomioi tulevat biennaalit

3.2.3 Markkinointiviestintäkampanjan konsepti

- Sisältää tone of voice -määrittelyn ja viestinnälliset kärjet

3.2.4 Alustava Helsinki Biennaalin viestintä- ja kampanjasuunnitelma (mediavalinnat) (Lopullinen tehdään tilaajan kanssa yhdessä)

- Sisältää rohkeita ja innostavia ulostuloja sekä jalkautuksia.
- Kävijöiden ja kaupunkilaisten aktivointi

3.2.5 Yritysyhteistyön taustakartointu. Kartointu potentiaalisista, Helsinki Biennaalin arvoihin sopivista yritysyhteistyökumppaneista

- Sisältää varainhankinnan ja yritysyhteistyön ”myyntipresentaation” valmistamisen yhdessä tilaajan kanssa.

4. HANKINTALAJI JA -MENETTELY

Palvelut / Minikilpailutus

Hankintamenettely:

Mini-kilpailutus, 3 Helsingin kaupungin puitesopimuksen sopimustoimijaa.

5. TARJOUSPYYNNÖN KRITEERIT JA VERTAILU

5.1 Tiimin osaaminen ja vastuut.

Esitellä lyhyesti tiiminne, vastuualueet ja osaaminen. Kuvaile myös varajäsenet.
Arvioimme palvelun sisältöön kohdistettavaa osaamista ja kokemusta sekä aikatauluista johtuen myös varamiesjärjestelmää.

5.2 Toimintatapakuvaus.

Kuvaile, kuinka työ käynnistyisi ja miten yhteistyö etenisi tilaajan kanssa. (Max 1 sivu/A4).

Arvioimme aikatauluehdotusta, työskentelykäytäntöjä sekä etenemisen prioriteettien ja steppien selkeyttä.

5.3 Referenssit. Pyydämme esittämään referenssejä seuraaviin osa-alueisiin liittyen

5.3.1 Brändihierarkian rakentaminen – max 3 esimerkkiä.

5.3.2 Visuaalisen identiteetin luominen – max 3 esimerkkiä.

5.3.3 Esimerkki markkinointikonseptin jalkautuksesta – max 2 esimerkkiä

Arvioimme osaamisvahvuuksia ja näyttöjä, mukaan lukien muut toimialat ja taide- ja kulttuuri.

5.4 Hintavertailutekijät:

Pyydämme esittämään suunnittelutyön hinnat hankittavan palvelun osa-alueelle.

Pyydämme myös arvioita työtunneista jokaiselle osa-alueelle erikseen.

Hankittavan palvelun osa-alueet:

Helsinki Biennaalin brändihierarkian määrittely

Helsinki Biennaali 2020 visuaalinen identiteetti

Markkinointiviestintäkampanjan konsepti

Alustava Helsinki Biennaalin viestintä- ja kampanjasuunnitelma

Yritysyhteistyön taustakartoitus.

Hinnat ilmoitetaan seuraavasti:

Osa-alue / arvioi työtunneista /EUR (Hinnat esitetään alv 0%)

(esim: Helsinki Biennaalin brändihierarkian määrittely / 70 h / 10 000€ + alv.)

Arvioimme kustannuksia tehtävälueittain ja suhteessa kokonaisuuteen

Kaikki aineistot tulee sisältää kaikki käyttö- ja soveltumisoikeudet. Kaikki aineistot tulee tallentaa ja toimittaa tilaajalle arkistoitavaksi ja käytettäväksi jatkotoimenpiteitä varten (taittopohjat, kuvat ja templatet). Palaveriaika ja matka palaveriin tilaajan tiloihin tulee sisältyä hintoihin.

Kaikkien hintojen tulee sisältää **kaksi kokonaista iterointikierrosta (kommentointi ja korjaukset)**.

Ilmoita hinta lisätyölle € /h. (alv 0€)

Kohdat pisteytetään seuraavasti: vastaa tilaajan tavoitetilaa 1 heikosti, 3 hyvin, 5 erinomaisesti.

6. TARJOUKSEN VERTAILU JA PÄÄTÖKSENTEON PERUSTELUT

Päätöksenteon peruste on **kokonaistaloudellinen edullisuus**. Parhaan tarjouksen valintaperusteena on laadukkaita ja näkemyksellisiä ehdotuksia. **Vertailussa tullaan käyttämään pisteytystä ja päätös tehdään 60 % laadullisin ja 40% hinnan perusteella.**

Kohdat pisteytetään seuraavasti: vastaa tilaajan tavoitetilaa 1 heikosti, 3 hyvin, 5 erinomaisesti.

Varaamme mahdollisuuden valita tarvittaessa kaksi eri palveluntuottajaa, jos se on hankinnan toteuttamisen suhteen tarpeellista.

7. TARJOUKSEN VOIMASSAOLO

Tarjouksen tuntihintojen on oltava voimassa 31.10.2020 saakka.

8. HYLKÄÄMISPERUSTEET

Tarjoaja suljetaan pois tarjouskilpailusta, jos häntä tai hänen alihankkijaansa koskee jokin hankintalain 80§:n pakollinen poissulkemisperuste

Hankintayksikkö on velvollinen hylkäämään tarjouksen tarjouspyynnön vastaisena, jos tarjouksessa on sellainen virhe ja puute, joka estää tarjouksen tasapuolisen vertailun muiden tarjouspyynnön mukaisten tarjousten kanssa.

9. SOPIMUSMENETTELY

Tarjousvertailun perusteella hankinnasta tehdään kirjallinen hankintasopimus Helsingin kaupungin kulttuuri ja vapaa-alan toimialaan kuuluvan Helsingin taidemuseon (HAM) ja valitun toimittajan kesken. Valitun toimittajan ja Helsingin taidemuseon välille syntyy sopimus vasta, kun molemmat osapuolet ovat allekirjoittaneet sopimuksen.

10. TARJOUSASIAKIRJOJEN JULKISUUS

Hankintapäätös ja sen liitteet ovat julkisia päätöksen allekirjoituksen jälkeen. Muut hankinta-asiakirjat ovat julkisia sopimuksen tekemisen jälkeen. Tarjoajalla on oikeus saada tieto hankinta-asiakirjasta päätöksen allekirjoituksen jälkeen.

Tarjoajan on ilmoitettava liikesalaisuuksinaan pitämänsä tarjouksen tiedot erillisellä liitteellä. Kaupunki harkitsee, ovatko liikesalaisuuksiksi esitetyt asiat lain mukaan salassa pidettäviä.

Tarjouksen vertailussa käytettävää hintatietoa ei pidetä liikesalaisuutena. Jos tarjoaja ei ilmoita liikesalaisuuksiaan edellä vaaditulla tavalla, kaupungilla on oikeus pitää tarjoajan tarjousta kokonaisuudessaan julkisena.

11. ERIMIELISYYKSIEN RATKAISU

Hankintasopimusta koskevat asiat sovitaan ensisijaisesti keskinäisin neuvotteluin. Jos kiistakysymys ei ratkea neuvotteluin, erimielisyydet jätetään Helsingin käräjäoikeuden ratkaiseviksi.

12. MUUT ASIAT

Tarjoajalla tulee olla hankinnan laatuun ja laajuuteen nähden riittävät edellytykset hankinnan suorittamiseen.

Jättämällä tarjouksen tähän tarjouspyyntöön, tarjoaja hyväksyy tarjouspyynnössä ja sen liitteenä olevissa asiakirjoissa olevat ehdot.

Tarjoajalla ei ole oikeutta saada korvausta tekemästään tarjouksesta.

13. LISÄTIEDOT

Lisätietokysymykset on lähetettävä viimeistään 23.1.2019 klo 16.00 mennessä sähköpostilla osoitteeseen jonna.hurskainen@hel.fi. Kaikille sopimustoimijoille lähetetään vastaukset kaikkiin kysymyksiin 25.1.2019 klo 16.00 mennessä.

14. TARJOUKSEN LÄHETTÄMINEN

Tarjous on toimitettava viimeistään 1.2.2019 klo 16:00.

Tarjous liitteineen on lähetettävä sähköpostilla osoitteeseen: jonna.hurskainen@hel.fi.

15. ALLEKIRJOITTAJA

Jonna Hurskainen

Markkinointi- ja viestintävastaava, Helsinki Biennaali

Helsingin taidemuseo HAM

Kulttuuri ja vapaa-aika, Helsingin kaupunki

jonna.hurskainen@hel.fi

09 310 22187, 040 128 6070