

BRIEF RFI

TYTUŁ PROJEKTU	Świadczenie usług dla ORLEN w obszarze media (01), public relations i public affairs (02) oraz sponsoringu i działań społecznych oraz dobroczynnych (03) na rynku polskim i zagranicznym
SZCZEGÓŁY PROJEKTU	
Informacje ogólne / Cel projektu Do czego ma służyć projekt/Jaki jest powód jego powstania?	<p>ORLEN działa w dynamicznym, konkurencyjnym otoczeniu realizując różnorodne, złożone projekty w kraju, jak również o zasięgu międzynarodowym. Są one przedmiotem zainteresowania różnych grup interesariuszy i wymagają wyspecjalizowanej formy komunikacji. Oczekujemy wsparcia prowadzonych przez nas działań w zakresie współpracy z mediami, instytucjami i siecią ekspertów w Polsce i za granicą. Nasze oczekiwania dotyczą zarówno obszarów o potencjale kryzysowym, jak również komunikacji strategicznej. Przykłady to m.in. strategiczne decyzje inwestycyjne i dezinwestycyjne, zaangażowanie w energię jądrową, prowadzenie działalności offshore i onshore, działalność wydobywcza na Norweskim Szelfie Kontynentalnym, dialog z UE, działalność w obszarze OZE, paliw alternatywnych i elektromobilności, rebranding zagranicznych marek Grupy ORLEN i ewentualna dalsza ekspansja na zagranicznych rynkach. ORLEN prowadzi także liczne projekty sponsoringowe (sport, kultura) oraz działania społeczne i dobroczynne. Organizuje szereg wydarzeń w tych obszarach z udziałem sportowców (zawodowców i amatorów), związków i organizacji sportowych, instytucji kulturalnych i naukowych oraz fundacji czy organizacji społecznych. Przedmiotem postępowania jest wybór Dostawcy, który zapewni ORLEN wsparcie w realizacji działań z zakresu media, public relations i public affairs oraz sponsoring sportowy, sponsoring kulturalny i sponsoring społeczny na rynku polskim i rynkach zagranicznych.</p>
Grupa docelowa	<ul style="list-style-type: none"> • Przedstawiciele mediów ogólnopolskich, zagranicznych i branżowych • Decydenci (administracja rządowa, KE, itp.) • Inwestorzy, partnerzy biznesowi • Eksperti szeroko rozumianej branży paliwowo-energetycznej, mediowej • Sportowcy zawodowi i sportowcy amatorzy • Związki i organizacje sportowe • Instytucje kulturalne i naukowe oraz fundacje • Społeczności lokalne
Cel komunikacyjny	<ul style="list-style-type: none"> • Zapewnienie spójnego przekazu na zewnątrz w zakresie działalności biznesowej ORLEN • Identyfikacja i odpowiedź na oczekiwania organów regulacyjnych • Identyfikacja potrzeb i oczekiwań społeczności lokalnych, z uwzględnieniem zagranicznych rynków, na których obecny jest ORLEN

	<ul style="list-style-type: none"> • Identyfikacja i angażowanie przedstawicieli mediów wokół tematów biznesowych ORLEN, w tym przedstawicieli mediów zagranicznych • Wsparcie w zarządzaniu i komunikacji w sytuacjach kryzysowych • Wsparcie w przygotowaniu strategii komunikacji międzynarodowej • Identyfikacja i propozycje odpowiedzi na oczekiwania związane z działalnością sponsoringową i charytatywną • Wsparcie w zarządzaniu i komunikacji w sytuacjach kryzysowych związanych z działalnością sponsoringową i dobroczynną
Elementy obowiązkowe występujące projekcie/ofercie	<p>Portfolio firmy (Oferenta), w którym przedstawione zostaną:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Doświadczenie w zakresie media i public relations na rynku polskim u klienta korporacyjnego: <ul style="list-style-type: none"> • doświadczenie w komunikacji zewnętrznej, współpraca z mediami ogólnopolskimi i lokalnymi, ekspertami rynkowymi, branżowymi i instytucjami, zwłaszcza w obszarach o potencjale kryzysowym, szczególnie z branży paliwowo-energetycznej, znajomość rynków lokalnych (np. Płock, Pomorze), udokumentowane poprzez przykłady konferencji prasowych, konferencji merytorycznych, śniadań prasowych i innych wydarzeń skierowanych do mediów, ekspertów rynkowych w tym: scenariusz, merytoryczny pakiet informacji dla dziennikarzy (w tym informacja prasowa), dobór zapraszanych redakcji, dobór ekspertów do paneli konferencyjnych, opracowanie tez dla prelegentów. 2. Doświadczenie w zakresie sponsoringu sportu, kultury, sztuki i działań dobroczynnych na rynku polskim lub zagranicznym u klienta korporacyjnego udokumentowane poprzez zaprezentowanie: <ul style="list-style-type: none"> • 3 (trzech) case studies potwierdzających obsługę klientów realizujących działania sportowe, kulturalne, dobroczynne i/lub naukowe. Case'y z zakresu obsługi mediów społecznościowych, zarządzania sytuacją kryzysową, działań i/lub akcji PR • Przedstawienie zespołu dedykowanego obsłudze ORLEN w zakresie działalności sponsoringowej i dobroczynnej wraz z doświadczeniem 3. Doświadczenie na rynkach zagranicznych u klienta korporacyjnego w zakresie public relations i public affairs: <ul style="list-style-type: none"> • doświadczenie w komunikacji międzynarodowej na rynkach zagranicznych (szczególnie Norwegia, Belgia, w tym Bruksela, Czechy, Słowacja, Niemcy, Austria, Węgry, kraje regionu Morza Bałtyckiego: Litwa, Łotwa, Estonia, Dania, Szwecja, Stany Zjednoczone, Kanada, kraje arabskie), na których Grupa ORLEN prowadzi działalność • współpraca z mediami zagranicznymi o zasięgu europejskim, w tym mediami brukselskimi i globalnym, ekspertami i instytucjami, zwłaszcza w obszarach o potencjale kryzysowym, szczególnie z branży paliwowo-energetycznej <ol style="list-style-type: none"> 1. Informacja o podwykonawcach (podanie listy podwykonawców,

	<p>partnerów na rynku polskim i na rynkach zagranicznych oraz zakresu usług świadczonych przez podwykonawców)</p> <ol style="list-style-type: none"> Opis wykorzystywanych narzędzi do monitoringu mediów międzynarodowych Przedstawienie przynajmniej 3 przykładów związanych z zarządzaniem kryzysowym, prezentujących konkretne realizacje (szczegółowy opis projektu) na rynkach zagranicznych Przedstawienie zespołu ekspertów z doświadczeniem w realizacji projektów na rynkach zagranicznych, projektów kryzysowych, w przeprowadzaniu analiz ilościowych i jakościowych, współpracy medialnej dedykowanych do współpracy w ramach umowy Opcjonalnie, przedstawienie listy posiadanych referencji w zakresie oferowanych usług Mile widziana wstępna wycena realizacji usług (proszę przedstawić przykładowy cennik)
Inne informacje, które mogą pomóc w stworzeniu projektu	Wszelkie inne dokumenty pokazujące doświadczenie na polskim i/lub zagranicznym rynku w realizacji projektów z obszaru media i public relations oraz public affairs oraz sponsoringu i działań społecznych oraz dobroczynnych.
Pozostałe informacje	<p>ORLEN zastrzega sobie prawo wglądu w dokumentację finansową związaną z realizacją projektu, na każdym etapie jego trwania.</p> <p>Oferent powinien wskazać na który z powyższych zakresów współpracy składa ofertę (1,2,3) lub łącznie oraz wskazać zasięg obsługi:</p> <ol style="list-style-type: none"> Rynek polski Rynki zagraniczne Rynek polski i rynki zagraniczne łącznie
TERMINY PROCESU WYBORU i AKCEPTACJI	<p>Składanie informacji</p> <p>Wybór Agencji - z początkiem roku 2025 r.</p> <p>ORLEN zastrzega sobie prawo do odstąpienia od zapytania ofertowego.</p>
Brief przygotowany przez:	Dział Prasowy, Biuro Relacji Publicznych i Międzynarodowych ORLEN, Biuro Komunikacji Sponsoringowej