

Inbjudan till anbud för tryckeritjänster

Namn på projekt: Tender for Printing Partner(s) ref no. 202009 (anbud för tryckeripartner)

Upphandlande organisation: Läkare Utan Gränser, org.nr 802017–2360

Utgivningsdatum: 2020-10-01

Sista anbudsdag: 2020-10-23

Definitioner

Sektion 1: Grundläggande information om Läkare Utan Gränser (nedan kallat MSF)

1. MSF i korthet
2. MSF i Sverige

Sektion 2: Bakgrundsinformation till tryckerianbud

Sektion 3: Inbjudan till anbud (ITA) – riktlinjer för anbudet

1. Allmänt
2. Sekretess
3. Anbudsperiod och validitet
4. Officiell e-postkontaktadress och förfrågningar gällande anbud
5. Förfrågningar gällande anbud
6. Metod för inlämnande och format av anbud
7. Anbudsdokument som måste lämnas in
8. Meddelande om tilldelning av kontrakt

Definitioner

ITA: Inbjudan till anbud

Anbudsprocess: Tidsperioden från Inbjudan till anbud fram till dess att tilldelning av kontrakt har beslutats

Anbudsgivare: Tjänsteleverantör

Distribution: Refererar till postservice från tryckeriföretag till postens slutdestination. MSF har för närvarande två distributionspartner (PostNord och CityMail, tryckleverantören är ansvarig för att koordinera leverans till en givare eller en framtida givares hemadress eller företagsadresser)

Tryckning: Refererar till tryckning av innehåll på papper.

Leverans/ kontorsleverans: Leverans av tryckt material sker till MSF Sveriges kontorsadress.

Tidslinje för slutförd beställning: Tid mellan att beställning görs till tryckeripartner och distribution eller kontorsleverans

Optimering av tryckning: Möjlighet att inkomma med förslag på typer av papper, bläck, folder/veckning och design.

SEKTION 1: Grundläggande information om MSF

1. MSF i korthet

MSF (MSF) är en oberoende, internationell, medicinsk, humanitär organisation som räddar liv och lindrar nöd på platser där människor har drabbats av krig, epidemier, naturkatastrofer och brist på sjukvård. MSF bistår människor baserat på behov, oavsett etnisk tillhörighet, religion, kön eller politisk tillhörighet.

2. MSF i Sverige

Den svenska sektionen av MSF, grundad 1993, har fyra huvudsakliga syften med verksamheten:

- Insamling
- Rekrytering och utplacering av fältarbetare
- Kommunikation och påverkansarbete
- Ge stöd åt arbetet i fält genom innovations- och utvärderingsenheter.

MSF Sverige samlar in pengar genom donationer, rekryterar fältarbetare och försöker öka allmänhetens kunskaper om de kontexter där vi arbetar. Vi informerar allmänheten, politiker, media och experter om situationen på de platser där vi arbetar och om behovet av medicinsk humanitär hjälp. För mer information om MSF, var vänlig och besök vår hemsida www.lakareutangranser.se

SEKTION 2: BAKGRUNDSINFORMATION TILL TRYCKERIANBUD

MSF Sverige letar efter en eller flera tryckeripartner som kan hantera vår omfattande volym av trycksaker med beaktande av å ena sidan kvaliteten, å andra sidan kostnader och flexibilitet vad gäller tryckeribeställningarnas tidslinje. Anbudet är uppdelat i sektioner. Detta beror på att vi har ett omfattande behov av tryckeritjänster och vi är införstådda med att vissa företag kan komma att vilja konkurrera om enbart delar av tjänsten. Vi har delat upp behovet av tryckeritjänster i avgränsade delar som vi anser ligger nära varandra (genom format eller genom hur ofta beställningar görs). Vi förväntar oss att alla tryckeripartner ska kunna hjälpa oss med optimering av tryckning och skicka referenser till vårt kontor i Stockholm före signering av kontrakt.

Lista på trycktjänster på MSF:

Kalla brev: Refererar till marknadsföringspost (kuvert och brev) skickat till framtida givare. Brevformat och/eller vikning kan variera. Kuvert beror på typ av brev men är vanligtvis standard (DL, C5...).

Varma brev: Refererar till marknadsföringspost (kuvert och brev) skickat till redan existerande givare. Brevformat och kuvert kan variera i storlek. Brevformat och/eller vikning kan variera från en produktion till en annan. Kuvert beror på typ av brev men är vanligtvis standard (DL, C5...)

Standardbrev: Refererar till brev till givare med standardinnehåll och innehåller ofta information om MSF. Format på brev och vikning kan variera. Kuvert beror på typ av brev men är vanligtvis standard (DL, C5...)

Märkt kontorsmaterial: Refererar till kontorsmaterial tryckt med MSF:s logga (kuvert-främst C4, papper med brevhuvud A4, kalendrar, blanketter, pennor, t-shirts...)

Direkt: Magasin som ges ut en gång i kvartalet om MSF och den humanitära situationen på platser där vi arbetar. Magasinet är ungefär A5-storlek i format och har 32 sidor.

Informationsfolder: Två- eller tre-falsas (vikningar/ veck) marknadsföringsmaterial som informerar om specifika gåvoalternativ, såsom minnesgåva eller företagsgåva. Trycks ad-hoc med två veckors varsel.

Årsrapport: Denna rapport beskriver verksamheten och den ekonomiska statusen för MSF Sverige, rapporten trycks årligen, formatet är A4-magasin med ungefär 30 tryckta sidor.

Gåvobevis: Gåvobevis beställda av givare från hemsidan. Gåvobeviset är ett i kvadratisk format gåvokort och kuvert, med tjockare papper.

Välkommen/ Tack-brev: Refererar till brev för att välkomna nya regelbundna givare och består av ett kuvert och ett eller två brev. Brevformatet är ofta A4, vikning kan variera från en produktion till en annan. Kuvert beror på typ av brev men är vanligtvis standard (DL, C5...)

Serietryck: Serietryckta blanketter, ofta med en utskuren blankett som ska returneras per post till MSF Sverige (inbetalningskort eller autogiroblanketter)

Ad-hoc-tryckning: En liten volym tryck som varierar från affischer till folders. Dessa beställningar kan göras slumpmässigt med ett varsel som varierar på en vecka till två månader.

Anbudsbegäran består av tre partier:

Parti 1: Kalla brev, varma brev, standardbrev och batch-tryck.

Parti 2: Direkt och årsrapporten.

Parti 3: Välkommen/ tack-brev, gåvobevis, informationsfolder och märkt kontorsmaterial, ad-hoc tryckning.

För alla partier förväntar sig MSF att tryckeripartner ska föreslå metoder och material som kan vara mer hållbara och kostnadseffektiva (kan vara typ av papper eller bläck som används). Optimering av tryckning förväntas för alla valda partier.

Beskrivning av tryckttjänster

Parti	Trycktjänst	Årlig volym	Beställningsantal per år	Årlig beställningsvariation (plus eller minus)	Tidslinje för slutförd beställning	Distribution eller kontorsleverans
1	Varm post	1 052 416	Flerfaldig	75 000	1 månad	Distribution
1	Kall post	1 400 000	Flerfaldig	250 000	1 månad	Distribution
1	Standardpost	50 000	Flerfaldig	5000	1 månad	Distribution eller kontorsleverans
1	Serietryck	10 0000	Flerfaldig	5000	2 veckor	Kontorsleverans
2	Direkt	450 800	4	30 000	1 månad?	Kontorsleverans och distribution
2	Årlig rapport	200	En per år	50	2 veckor	Kontorsleverans och distribution
3	Välkommen/ tack-brev	57 000	52 (en per vecka)	5000	1 vecka	Distribution
3	Märkt kontorsmaterial	70 000 (10 000 kuvert, 60 000 brev med brevhuvud)	1	20 000	1 vecka	Kontorsleverans
3	Märkt material	2000 pennor, 50 t-shirts, ...	2	Liten volym ad-hoc (mindre än 2000)	3 veckor	Kontorsleverans
3	Gåvobevis	4000	52 (en per vecka)	20 000	3 dagar till 1 vecka	Distribution
3	Informationsfolder	Ny produkt	Flerfaldig	Ingen data	1 vecka till 1 månad	Kontorsleverans ELLER distribution
3	Ad-hoc tryckning	Inte ännu bestämt	0 till flerfaldig	Inte ännu bestämt	1 vecka till 2 månader	Distribution eller kontorsleverans

SEKTION 3: INBJUDAN TILL ANBUD (ITA) – RIKTLINJER FÖR ANBUDET

1. Allmänt

- 1.1 Dessa riktlinjer är till för att säkra att alla Anbudsgivare övervägs rättvist och jämlikt. Så mycket detaljer som möjligt ingår för att möjliggöra för anbudsgivare att inkomma med ett heltäckande anbudsdocument.
- 1.2 Genom att delta i anbudsprocessen godkänner Anbudsgivaren automatiskt villkoren för deltagande.
- 1.3 All information som MSF förberett och delat i samband med detta anbud förblir MSF Sveriges egendom och ska enbart användas i ändamål för denna upphandling.
- 1.4 Anbudsgivaren ska inte kontakta någon annan anställd eller konsult för MSF som är på något vis inblandad i processen under tiden för detta anbud, om inte annat anges av MSF.
- 1.5 MSF är inte förpliktigad till någonting till följd av: utfärdandet av denna inbjudan till att delta i anbudsprocessen, eller efter kontakt med en Anbudsgivare eller en Anbudsgivares representant eller ombud/ agent beträffande denna anbudsprocess.
- 1.6 Anbudsgivare ska acceptera och bekräfta att MSF genom att utfärda detta anbud, inte är bunden att acceptera något Anbud och reserverar sig rätten att inte slutföra ett kontraktsavtal för vissa eller alla tjänster som Anbudsgivare är inbjudna till.
- 1.7 MSF förbehåller sig rätten att ändra, lägga till eller dra tillbaka alla eller en del av denna inbjudan till anbud när som helst under anbudsprocessen.
- 1.8 Anbudsgivarens kontaktperson anses ha uttryckt intresse genom att fullgöra och lämna in anbudsbekräftelsen till MSF Sverige pro-forma.
- 1.9 Försök till påverkan leder till diskvalifikation. Alla anbudsgivare som direkt eller indirekt erhåller eller försöker erhålla information från andra medlemmar eller anställda angående några andra Anbudsgivare, Anbud, eller förslagna Anbud blir diskvalificerade.

2. Sekretess

- 2.1 Förutom vad som redan är allmänt känt ska Anbudsgivare inte avslöja, kopiera, reproducera, sprida eller dela med sig av informationen till någon annan person. Anbudsgivaren ska under hela tiden behandla innehållet i denna anbudsprocess (inklusive relaterade dokument) som konfidentiella. För undantag, se hänvisning paragraf 2.2.
- 2.2 Undantag för avslöjande, spridning och delning av information av Anbudsgivaren är tillåtet om ändamålet är att göra det möjligt för Anbudet att lämnas in och om personen som tillhandahåller informationen åtar sig skriftligt att hålla informationen konfidentiell på samma villkor som om personen var Anbudsgivaren själv. Till exempel, för juridisk rådgivning eller om Anbudsgivaren enligt lag måste avslöja information.
- 2.3 MSF förbehåller sig rätten att distribuera väsentlig information för upphandlingen till alla Anbudsgivare, även om informationen endast har förfrågats av en Anbudsgivare.
- 2.4 MSF kan komma att avslöja detaljerad information angående Anbudsgivare till sina anställda eller rådgivare samt tillgängliggöra dokument för kontraktsavtal för enskild inspektion av sina anställda eller rådgivare.
- 2.5 MSF ska sträva efter att respektera kommersiellt känslig information som tillhandahålls av Anbudsgivaren. Om Anbudsgivaren tillhandahåller information av detta slag ska det vara

tydligt angivet vad som är 'kommersiellt känsligt', inklusive tidsperioden det kommer förbli så med en förklaring av de potentiella riskerna om informationen skulle avslöjas.

3. Anbudsperiod och validitet

- 3.1 Anbudsprocessen - från inbjudan att lägga anbud till implementering av vinnande anbud – är fyra veckor. MSF förbehåller sig rätten att ändra, lägga till eller dra tillbaka hela eller en del av anbudsinbjudan när som helst under upphandlingsprocessen.
- 3.2 Ert anbud bör vara aktivt för godkännande i en period på 60 dagar, anbud som är giltiga för en kortare period kan komma att nekas.
- 3.3 Tidsramar som angetts i detta dokument fungerar som en guide. Även om det inte finns någon avsikt att frångå denna, förbehåller sig MSF rätten att göra det vid behov.

Deadline för inlämning av anbud är fredag 2020-10-23

4. Officiell e-postadress till kontaktperson och förfrågningar gällande anbud

- 4.1 I händelse av tveksamhet eller frågor gällande denna anbudsprocess, kontakta Gabriella Hernqvist. (E-post: gabriella.hernqvist@lakareutangranser.se) Alla förfrågningar blir besvarade via e-post och delad med alla Anbudsgivare för att säkra att all information är jämlik mellan Anbudsgivarna.
- 4.2 All kommunikation från Anbudsgivare under perioden för upphandlingen måste vara skickad till den officiella e-postadressen. Var vänlig skicka all e-post gällande denna process till denna adress.
- 4.3 All kommunikation ska vara tydligt märkt "**Tender for Printing Partner(s) ref no.202009 lot no. ____**" (dvs vilket del av anbudet som frågan rör) och innehålla namn, position och kontaktuppgifter till personen som önskar få svar. **Observera att själva anbudet kan vara på skrivet på svenska.** Företag kan lämna in bud för en eller flera partier.
- 4.4 Förfrågan om förtydligande av Anbud måste lämnas in i enlighet med proceduren framlagd i paragraf 5 – förfrågningar gällande anbud
- 4.5 Kundreferenser och kontakter kan komma att göras som en del av upphandlingsprocessen för tilldelningsbeslut. Detta kan bestå av besök och skriftliga referenser.

5. Förfrågningar gällande anbud

- 5.1 Alla deltagande leverantörer kan begära ytterligare förtydligande på ärenden gällande denna ITA genom att skicka in sina frågor skriftligt via e-post till den officiella e-postadressen, med följande antecknat i ämnesraden: **Supplier name – Tender for Printing Partner(s) ref no.202009 – Questions.**
- 5.2 All kommunikation och förfrågning av förtydligande gällande detta anbud ska skickas in via e-post till gabriella.hernqvist@lakareutangranser.se och ingen ytterligare begäran accepteras efter 2020-10-21.
- 5.3 Kontaktpersonen för MSF, Gabriella Hernqvist, strävar efter att besvara alla frågor så snabbt som möjligt, men kan inte garantera en minimumsvarstid. Undantag för respons gäller om frågan kan skada våra kommersiella intressen, då förbehåller sig MSF rätten att inte svara.
- 5.4 Var vänlig kontakta ej övrig MSF-personal för att diskutera ITA. Frågor på ämnet ITA blir besvarade (utan att identifiera källan av förfrågan) i ett dokument publicerat till att alla som lämnade in ett svar till Anbudet.

6. Metod för inlämning och format på anbud

6.1 Alla anbud måste inlämnas i elektronisk version via e-post till den officiella e-postadressen, med följande antecknat i ämnesraden: **"Tender for Printing Partner(s) ref no.202009 lot no. ___-___-___". (lot no = vilken del som avses)**

7. Anbudsdokument som måste lämnas in

Var vänlig och lämna ej in allmänt marknadsföringsmaterial, övergripande beskrivande bilagor, eller övrig allmän litteratur, om det inte kan anses nödvändigt för att stödja den föreslagna lösningen. Svar på denna ITA ska skickas via e-post och måste bestå av följande:

- Personligt brev
- Beskrivning av företaget
- Beskrivning av tjänster och kostnader
- Beskrivning av arbetsprocess
- Kundreferenser (var vänlig och meddela kunderna att MSF kan komma att kontakta dem för mer information)
- Hållbarhetsarbete

Beskriv gärna även andra tjänster som kan komplettera anbudsförfrågan (till exempel erfarenhet av hantering av kontakter som är bearbetningsbara, grafisk design). Dylika tillägg uppskattas.

7.1 Personligt brev

Det personliga brevet i PDF-format måste innehålla:

- Namn och adress på tjänsteleverantören
- Namn, titel, telefonnummer och e-postadress för personen som har befogenhet att ingå ett eventuellt avtal
- Namn, titel, telefonnummer och e-postadress för personen som ska kontaktas angående innehållet i anbudet, om annan än ovanstående person.
- Försäkran att Anbudsgivaren förbinder sig till villkoren beskrivna i deras anbud och åtar sig ansvar för all kostnad före kontrakt, som uppstått under bud- och förhandlingsfasen
- Brevet ska vara signerat av därtill auktoriserad representant för företaget

7.2 Beskrivning av företaget

En kort introduktion av ert företag med historik, antal anställda och vilka tjänster ni tillhandahåller.

7.3 Beskrivning av tjänster och kostnader

Beskrivningen av tjänster och kostnader ska ge en tydlig översikt av kostnader för olika tjänster. *Var vänlig och var så specifik som möjligt med en detaljerad beskrivning av kostnaden.* För riktlinjer för vad som efterfrågas, se sektion 2 och bilagor.

7.4 Kundreferenser

En kort lista med max tre kundreferenser. Var vänlig informera dem om att MSF kan komma att kontakta dem.

7.5 Hållbarhet

Miljö- och sociala aspekter, som att vara en ansvarfull arbetsgivare, är väldigt viktiga för MSF. Därför vill vi att våra leverantörer beskriver sitt arbete gällande hållbarhet. Det kan göras antingen genom att inkludera en länk till en hållbarhetsrapport (om sådan finns) med anbudet, eller som en separat sektion i det inlämnade anbudet.

7.6 Beskrivning av arbetsprocess

Beskriv hur ni föredrar att jobba, specificera om du är en agent (ex: direktmarknadsförings byrå) och beställer tryck från andra, eller om ni är ett tryckeriföretag med egen utrustning. Meddela också om ni kommer att utse en projektledare eller kontaktperson som blir vår kontaktperson som jobbar direkt med oss.

8. Meddelande om tilldelning av anbudskontrakt

- 8.1 Den framgångsrika Anbudsgivaren blir meddelad skriftligt genom "issue of Letter of notification of Award of Tender".
- 8.2 Genom att inkomma med ett anbud förbinder sig Anbudsgivaren att, ifall anbudet accepteras av MSF, inom 30 dagar ha möjlighet att verkställa vad som var överenskommet mellan de två parterna.
- 8.3 Alla kontraktavtal slutförda som ett resultat av denna ITA ska styras av svensk lag.
- 8.4 MSF har ingen skyldighet att acceptera det lägsta eller något anbud.
- 8.5 Anbudsgivare som inte är framgångsrika meddelas skriftligt och får möjlighet till återkoppling från MSF. Återkoppling sker endast på begäran från Anbudsgivare och ger förklaringar till varför anbudet inte var framgångsrikt och, om möjligt, detaljer om egenskaper och fördelar med det vinnande anbudet.

SEKTION 4: ANBUDSUTVÄRDERING

Under tiden som anbudsfrågan är öppen till och med att beslut är fattat ska all kontakt med MSF om ärenden gällande detta anbud göras via e-post till den officiella e-postadressen.

Urvalskriterier

Kostnadseffektivitet och expertis

Kostnadseffektiv prissättning

Kunskap om kostnad för post och avdragsmodeller för att säkra kostnadseffektiva postkampanjer.

Åsikter och förslag om optimering av tryckning för att säkra kostnadseffektivitet. Erfarenhet av genomförande av insamlingskampanjer föredras.

Flexibilitet

Tidsram mellan beställningsdag och utskick

Flexibilitet gällande innehåll och tidsramar i den årliga planen i enlighet med testresultat

Processflexibilitet och möjlighet till automatisering

Förmåga att höja eller minska beställningsvolymen

Projektledning och sekretess

Utämnd kontaktperson med uppbackning när ordinarie inte är tillgänglig

Förmåga att möta deadlines beskrivna i den årliga planen

Interna processer för att följa GDPR och andra lagstiftningar, såväl som MSF Sveriges integritetspolicy.

Övriga tjänster

Kostnadseffektivitet

Kreativ konsultation: förmåga att föreslå nya produkter som skulle förbättra vår pappersbaserade marknadsföring.

Förmedlingstjänst: förmåga att koordinera en mängd olika tryckeritjänster

Kvalitet

Variation av tjänster och produkter