

Sygnatura: 12/2024

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.:
„Mięso wieprzowe synonimem zdrowia i jakości - III edycja” - sygnatura 12/2024

NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19
E-mail: kontakt@innowatorzywsi.pl

I. OPIS I CEL PROJEKTU

W 2021 r. w wyniku zwiększenia podaży żywca wieprzowego spożycie wieprzowiny wzrosło o 1,2 kg, do poziomu 42,0 kg na mieszkańca, tj. o 2,9% w porównaniu z rokiem poprzednim. W 2023 r. spożycie artykułów mięsnych ponownie zmniejszy się. Przewiduje się, że całkowita bilansowa konsumpcja mięsa, podrobów i przetworów mięsnych wyniesie 74,5 kg na mieszkańca i będzie 1,5 kg, tj. o 2,0% mniejsza niż w 2022 r. W 2023 roku spadnie konsumpcja mięsa wieprzowego (o ok. 1 kg na mieszkańca, tj. o 2,4%), przy stabilizacji spożycia mięsa drobiowego i mięsa wołowego Źródło: Rynek mięsa- stan i perspektywy; Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej- Państwowy Instytut Badawczy, Nr 63, listopad 2022. Jednym z zagrożeń określonych w Startegii na rok 2024 wskazano, że zagrożeniem dla rynku i branży wieprzowej mogą być negatywne działania aktywistów, rosnące zainteresowanie produktami wegetariańskimi i wegańskimi, czy też negatywny stereotyp wieprzowiny utrwalany zaleceniami dietetyków. Powoduje to konieczność prowadzenie stałej kampanii informacyjno - promocyjnej w mediach (prasa, radio, telewizja, internet) by walczyć z niekorzystnymi trendami i utrwalić pozytywny wizerunek polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów w świadomości konsumentów. Obecne trendy konsumpcji miast wpływają na zainteresowanie sprzedażą wieprzowiny produkowanej w ramach systemów jakości żywności, jako sposobu na poszukiwanie towaru wyprodukowanego w warunkach gwarantujących powtarzalną jakość i kulinarny smak. Promując wysoko jakościowe mięso wieprzowe jesteśmy w stanie odwrócić trend spadkowy spożycia wieprzowiny i jej przetworów.

II edycja jest w trakcie realizacji, stąd brak możliwości wskazania na efekty działań. Będzie to możliwe dopiero po zakończeniu realizacji zadania. Problemem, który leży u podstaw niniejszego projektu jest konieczność zatrzymania spadku spożycia wieprzowiny na rynku krajowym.

Rozwiązanie tego problemu będziemy realizować przez przekazanie wiedzy o możliwościach nabywania, wartości kulinarnej mięsa wysokiej jakości co powinno prowadzić do zwiększenia zainteresowania wieprzowiną i jej przetworami, a co za tym idzie zwiększoną konsumpcją. Chcemy zachęcić konsumentów do jak najczęstszego sięgania po mięso wieprzowe i jego przetwory pokazując jakie gwarancje wartości odżywczych i smakowych oferuje ich wytworzenie w reżimie systemów jakości żywności.

Działania informacyjno-promocyjne wpływające na wzrost spożycia i sprzedaży polskiej wieprzowiny, poprzez zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

- Budowa pozytywnego wizerunku mięsa wieprzowego i jego przetworów w świadomości konsumentów,
- Stałe zwiększanie świadomości i wiedzy wśród konsumentów poprzez działania informujące o cechach i zaletach mięsa wieprzowego i jego przetworów.

II. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Realizując kampanię chcemy tworzyć merytoryczny i nienachalny przekaz promocji mięsa wieprzowego z wykorzystaniem dostępnych narzędzi marketingowych jednocześnie pokazując drogę od pola do stołu wieprzowiny i jej przetworów. Kampania zawierać będzie również ciekawostki dotyczące właściwości wieprzowiny, wypowiedzi ekspertów, dietetyków, a także informacje dotyczące samej jej produkcji. Promując poszczególne gałęzie branży będziemy zachęcać osoby odpowiadające za decyzje zakupowe do świadomych wyborów i zakupów mięsa najlepszej jakości. Będziemy również zachęcać do zakupów bezpośrednio od producenta wykorzystując krótkie łańcuchy sprzedaży.

Realizując zadanie chcemy pokazać jak wygląda droga od pola do stołu w branży mięsa wieprzowego. Chcemy nakręcić 4 filmy, które pokażą całą złożoność, profesjonalizm i wieloaspektowość produkcji mięsa wieprzowego oraz wędlin w Polsce.

Będą to odcinki dotyczące aspektów:

1. Chowu i hodowli żywca wieprzowego (hodowca, producent)
2. Przetwórstwa mięsa wieprzowego (zakład przetwórczy),
3. Walerów mięsa wieprzowego (dietetyk),
4. Sposobów przygotowania mięsa wieprzowego (znany kucharz).

Obecna edycja kampanii obejmie ponadto utrzymanie strony internetowej, która powstała podczas II edycji projektu, zawierającej przepisy i ciekawostki, materiały informacyjne i naukowe partnerów merytorycznych oraz materiały wideo (4 filmy). Odrębny kanał komunikacji przekazu skierowanego do szerokiej grupy odbiorców stanowić będą media społecznościowe – w szczególności Facebook, gdzie opublikowane zostaną również materiały wideo i graficzne. Przewidywana jest również realizacja kampanii reklamowej mięsa wieprzowego i przetworów w GDN (Google Display Network), skierowana do odbiorców w całym kraju, aby zainteresować i przyciągnąć konsumentów do tematyki kampanii.

Dodatkowo materiał zostanie wyemitowany w TV regionalnych.

- Aktualizacja i prowadzenie fanpage oraz reklama na portalu społecznościowym Facebook – kampania polegająca na publikacji i promocji 20 postów z minimalną liczbą odsłon na poziomie 20 tys. każdego posta.
- Emisja reklam (GDN) na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1 mln odsłon, 1 miesiąc)
- Emisja filmów w kanale telewizji TVP Regionalne
- Opracowanie strategii, haseł i logotypów kampanii
- Opracowanie graficzne FB i fanpage projektu
- Nagranie, montaż i post produkcja filmów edukacyjnych
- Opracowanie scenariuszy 4 filmów
- Zakup domeny oraz budowa strony internetowej projektu wraz z panelem administracyjnym
- Aktualizacja treści na stronie internetowej
- Koordynator projektu - odpowiedzialny za realizację zadania
- Zatrudnienie eksperta - hodowcy do udziału w nagraniu filmu
- Zatrudnienie eksperta - przedstawiciela zakładu do udziału w nagraniu filmu
- Zatrudnienie dietetyka do udziału w nagraniu filmu
- Zatrudnienie kucharza do udziału w nagraniu filmu
- Zatrudnienie ekipy filmowej do realizacji filmów

Szczegółowy opis poszczególnych zadań:

ZADANIE	ILOŚĆ	ŁĄCZNA KWOTA BRUTTO
Aktualizacja i prowadzenie fanpage na Facebooku, w tym kampania płatna - 20 postów o zasięgu min 20 000 odsłon każdego posta	1 kampania	45 000,00 zł
Emisja reklam (GDN) na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1 mln odsłon, 1 miesiąc)	3 m-ce	120 000,00 zł

Emisja filmów w kanale telewizji TV Regionalne (4 filmy 16 województw)	64 emisje	128 000,00 zł
Opracowanie strategii, haseł i logotypów kampanii	1 szt.	10 000,00 zł
Opracowanie graficzne FB i fanpage projektu	1 szt.	3 000,00 zł
Opracowanie scenariuszy 4 filmów	4 szt.	12 000,00 zł
Przygotowanie i aktualizacja treści na stronie internetowej utworzonej dla II edycji kampanii	1 kampania	30 000,00 zł
Koordinator projektu	5 m-cy	25 000,00 zł
Wynagrodzenie eksperta - hodowcy za udział w nagraniu filmu	1 szt.	6 000,00 zł
Wynagrodzenie eksperta - przedstawiciela zakładu za udział w nagraniu filmu	1 szt.	6 000,00 zł
Wynagrodzenie dietetyka za udział w nagraniu filmu	1 szt.	6 000,00 zł
Wynagrodzenie kucharza za udział w nagraniu filmu	1 szt.	6 000,00 zł
Wynagrodzenie ekipy filmowej odpowiedzialnej za realizację nagrań	4 szt.	28 000,00 zł
Montaż i post produkcja filmów edukacyjnych	4 szt.	40 000,00 zł

Wszystkie materiały informacyjno-promocyjne, w tym projekty graficzne wymagają akceptacji Zamawiającego przed ich publikacją i/lub wydrukiem.

UWAGA: Każdy z materiałów wykorzystywanych w projekcie, w tym przekazy audiowizualne, muszą zawierać w sposób czytelny i wyraźny:

– znak graficzny identyfikujący fundusze promocji, którego wzór jest określony w załączniku nr 2 do rozporządzenia

<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20230001122/O/D20231122.pdf>

lub

– wyrazy „#Fundusze Promocji”,

W ewentualnych przekazach dźwiękowych należy zawrzeć informację o udzieleniu wsparcia ze środków finansowych danego funduszu promocji na realizację tego zadania, tj. „Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego”.

Brak informacji o finansowaniu dyskwalifikuje dany element do rozliczenia, a tym samym do zapłaty ze strony Stowarzyszenia Innowatorów Wsi.

III. MIEJSCE I CZAS REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Polska, od dnia podpisania umowy do 31 marca 2025.

IV. GRUPA DOCELOWA

Projekt skierowany jest głównie do konsumentów – osoby w wieku 25-65 lat, odpowiedzialne za zakupy w gospodarstwie domowym, które wyznają wartości: rodzina, zdrowie i dbają o jakość codziennego życia. Będący w stanie zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości, bo głównym wyznacznikiem wyborów zakupowych są wartości odżywcze produktów. Często podejmujący decyzje zakupowe pod wpływem reklamy.

Pośrednio grupą docelową zadania będą uczestnicy łańcucha produkcji mięsa wieprzowego

V. WYMAGANIA DOTYCZĄCE OFERENTÓW

Prowadzenie działalności gospodarczej w formie zgłoszenia do Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej lub w formie spółki prawa handlowego. Przedstawienie koncepcji wykonania zamówienia.

VI. BUDŻET PROJEKTU

Całkowity budżet projektu **wynosi 465 000,00 zł brutto**. Kwoty przeznaczone pomiędzy poszczególne działania wskazano w cz. II tj. w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia.

UWAGA! Istnieje możliwość zmiany wysokości kosztów ujętych w umowie, dopuszczając ich odchylenia o nie więcej niż 10% pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów objętych zmianą. Przy czym łączna kwota przeznaczona na wykonanie zadania nie może zostać przekroczona.

VII. PROCEDURA WYBORU WYKONAWCY

1. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
2. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
5. Zamawiający dopuszcza wykonanie części usługi za pomocą podwykonawców. Za działania podwykonawców oferent odpowiada jak za własne.
6. Oferty złożone po terminie zostaną zwrócone bez otwierania.
7. Oferent może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.
8. Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniami „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub zmiany warunków (np. wydłużenia terminów) bez podania przyczyny, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów. Z tytułu odwołania postępowania lub zmiany jego warunków Oferentom nie przysługują w stosunku do Zamawiającego żadne roszczenia.
10. Prowadzący postępowanie nie zwraca kosztów przygotowania ofert.
11. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru są ostateczne i nieodwołalne.
12. W przypadku odmowy podpisania umowy na realizację zamówienia pomiędzy wyłonionym Wykonawcą a Stowarzyszeniem Innowatorów Wsi lub zaistnienia po stronie Wykonawcy czynników uniemożliwiających podpisanie Umowy lub realizację Usługi, Zamawiający zastrzega sobie prawo do wyłonienia jako Wykonawcy tego Oferenta, którego oferta uzyskała kolejną najwyższą liczbę punktów.
13. Dokumenty przesłane do Stowarzyszenia Innowatorów Wsi w ramach postępowania nie podlegają zwrotowi.
14. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od podpisania umowy z wyłonionym w postępowaniu Wykonawcą bez podania przyczyny. Z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują w stosunku do Zamawiającego żadne roszczenia.
15. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:
 - a) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
 - b) niespełnione zostały warunki udziału w postępowaniu, o których mowa w punkcie „wymagania dotyczące oferentów”,
 - c) proponowana kwota wynagrodzenia odbiegająca od szacowanej wysokości wynagrodzenia zostanie odrzucona, zamawiający dopuszcza zmiany w obrębie poszczególnych wydatków o 10% z zachowaniem wartości całkowitego budżetu zadania określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym.
 - d) została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym,
 - e) oferentem jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 2244).
16. W przypadkach zaistnienia nadzwyczajnych okoliczności zagrażających życiu lub zdrowiu uczestników projektu takich jak w szczególności: wojna lub okoliczności wynikających z zapisów Ustawy z dnia 02 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem,

przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych, Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z przeprowadzenia projektu.

VIII. KRYTERIA FORMALNE

Zgłoszenie powinno zawierać formalną deklarację o gotowości do zrealizowania usługi podpisaną przez osoby uprawnione do reprezentowania firmy (przy konsorcjum dokumentację podpisuje lider konsorcjum) wraz z następującymi dokumentami: aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert; dla potwierdzenia spełnienia kryterium Zamawiający dopuszcza możliwość przedłożenia wydruków z systemu KRS lub CEiDG.

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy rozstrzygnięta zostanie decyzją Komisji składającej się z przedstawicieli Stowarzyszenia Innowatorów Wsi wśród firm, które w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

IX. TERMIN I WARUNKI SKŁADANIA OFERT

Ofertę wraz ze wszystkimi załącznikami należy umieścić w jednej kopercie i zaadresować na Zamawiającego w następujący sposób:

**Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19**

**OFERTA NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.**

**„Mięso wieprzowe synonimem zdrowia i jakości - III edycja” - sygnatura
12/2024**

Nie otwierać przed: 17.09.2024 r. godz. 15:30.

Koperta winna być również opatrzona w nazwę i adres Wykonawcy, aby oferty złożone po terminie mogły być zwrócone Wykonawcom.

Ofertę w zamkniętej kopercie należy złożyć do dnia 17.09.2024 r. do godz. 15:00. Liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.

Otwarcie ofert odbędzie się 17.09.2024 r. o godz. 15:30.

X. TERMIN ZWIĄZANIA Z OFERTĄ

Termin związania ofertą - 30 dni.

XI. KRYTERIA OCENY

Przy wyborze oferty Zamawiający, będzie kierował się następującymi kryteriami:

Nr	Nazwa Kryterium	Waga
1.	Cena brutto za wykonanie przedmiotowego zamówienia.	50 pkt.
2.	Koncepcja wykonania zamówienia.	50 pkt.

1. Cena – 50 pkt.

Kryterium cena (C) będzie oceniane na podstawie podanej przez Wykonawcę w ofercie ceny brutto wykonania zamówienia. Ocena punktowa w ramach kryterium ceny zostanie dokonana zgodnie ze wzorem:

$$C = \frac{C_n}{C_b} \times 50 \text{ pkt.}$$

Gdzie:

C – liczba punktów przyznanych badanej ofercie

C_n – najniższa cena spośród badanych ofert

C_b – cena oferty badanej

Obliczenia będą prowadzone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

2. Koncepcja wykonania zamówienia – 50 pkt.

W tym kryterium Zamawiający dokona oceny indywidualnie przez każdego członka Komisji wyboru wykonawcy, punkty zostaną przydzielone każdej badanej ofercie (maksymalnie 50 punktów) biorąc pod uwagę następujące elementy:

- a) Dopasowanie i atrakcyjność kampanii do potrzeb odbiorców 0-30 pkt.
- b) Pomysł realizacji oraz prezentacji treści na Facebooku 0-15 pkt.
- c) Propozycja miejsca do realizacji nagrań filmów 0-5 pkt.

Maksymalna ilość pkt. za ofertę – 100 pkt.

XII. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

Projekt umowy stanowi załącznik do zapytania ofertowego.

XIII. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI

W przedmiotowym postępowaniu, Zamawiający dopuszcza możliwość przekazywania sobie przez strony postępowania zawiadomień oraz informacji:

- **pisemnie na adres:** Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19
- **drogą elektroniczną na adres:** kontakt@innowatorzywsi.pl

ZAŁĄCZNIKI DO OGŁOSZENIA:

1. Formularz ofertowy.
2. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu.
3. Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia.
4. Projekt umowy.
5. Projekt umowy powierzenia.
6. Klauzula informacyjna RODO.

Maria Łuczak – Prezes Zarządu