

Sygnatura: 4/2025

**ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.:
„Z mięsem wieprzowym przez pokolenia” - sygnatura 4/2025**

NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

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

I. OPIS I CEL PROJEKTU

Z badań wynika, że 89% Polaków spożywa mięso częściej niż raz w tygodniu, a struktura konsumpcji mięsa w Polsce wyróżnia się na tle krajów OECD i Unii Europejskiej. Polacy niemal 2 razy częściej spożywają wieprzowinę niż drób, z kolei wołowina konsumowana jest jedynie okazjonalnie. Spożycie mięsa per capita w 2023 wynosiło 73,6 kg z czego mięso wieprzowe stanowiło 45,5 kg. Źródło: Rynek mięsa wyzwania i trendy, Magdalena Kowalewska, PNB Paribas, 2024. Jednak inne źródła prognozują, że od 2024 r. trend się odwróci, a my coraz rzadziej sięgać będziemy po mięso. Zdaniem autorów prognoz Strategy& w długim okresie spodziewane jest nasycenie się rynku przekładające się na powolny spadek spożycia tego produktu. Co ciekawe, rok w rok rosnąć będzie popularność mięsa wołowego, co zapewne odzwierciedlać będzie coraz większą majątność polskich konsumentów.

Zmiana preferencji żywieniowych dotyczyć będzie również częstszego wyboru drobiu i częściowej rezygnacji z wieprzowiny. „Mięso drobiowe jest powszechnie uważane za zdrowsze niż wieprzowina” – oceniają autorzy raportu Strategy&. Jednym z zagrożeń określonych w Strategii na rok 2025 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. Silna konkurencja w postaci importowanego do Polski mięsa z zagranicy, charakteryzującego się gorszą jakością, ale niską ceną. Powoduje to konieczność prowadzenia 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.

Problemem, który leży u podstaw niniejszego projektu jest konieczność zwiększenia 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.

Promocja zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości.

Założone w ramach zadania działania promocji konsumpcji mięsa wieprzowego kierowane są bezpośrednio do grup docelowych stanowiących największy potencjał nabywczy, a którzy przyczynią się do umacniania pozytywnego wizerunku i wzrostu konsumpcji przez:

- Zapoznanie z regionalnymi tradycjami kulinarnymi wykorzystującymi mięso wieprzowe
- Promocję spożycia mięsa wieprzowego poprzez uwypuklenie jego prozdrowotnych właściwości
- Obalenie mitów na temat mięsa wieprzowego

II. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Stowarzyszenie chciałoby przeprowadzić projekt kulinarny dedykowany dla konsumentów z wykorzystaniem tradycji pokoleń kulinarnych kultywowanych przez Koła Gospodyń Wiejskich. Projekt ma na celu połączenie sztuki kulinarnej pokoleń, reprezentowanej przez KGW ze sztuką gotowania nowego pokolenia kucharzy wyznaczających współczesne trendy. Koła Gospodyń pokażą Szefowi kuchni ich atrakcje regionalnej kuchni, a Szef kuchni zaprezentuje swoją interpretację na temat wykorzystania mięsa wieprzowego z regionalnych składników, promując je i wykorzystując nowoczesne techniki kulinarne. Szef kuchni przybędzie do każdego województwa i spędzi 1 dzień w KGW. Podczas całego dnia Panie z KGW przygotowują wyzwanie dla Szefa Kuchni. Podczas małej rywalizacji przy gotowaniu KGW oraz Szef kuchni przygotowują swoją interpretację jednocześnie podglądając siebie w kuchni. Rywalizacja ma na celu integrację środowiska KGW, seniorów oraz młodego pokolenia. Specjalnie do tego zadania musi zostać stworzony kanał Youtube w celu przygotowania filmu z każdego spotkania. W sumie 16 filmów - każdy film maksymalnie do 8 minut. Musi także zostać utworzona dedykowana strona www w celu promocji, opisu zadania, rejestracji uczestników, relacji z bieżących wydarzeń. Powyższe informacje muszą być także zamieszczone na kanałach Facebook oraz Instagram. Cały cykl filmików udostępnionych na kanale Youtube ma za zadanie promować polskie mięso wieprzowe wśród osób z Kół Gospodyń Wiejskich, seniorów oraz młodych osób. Dodatkowo promocja powinna dotrzeć do największej liczby osób z KGW oraz do młodych osób oglądających kanały Youtube. Dla 3 KGW przewidziano nagrody za największą ilość udostępnień danego filmu You Tube. Ogłoszenie konkursu odbywa się dwa tygodnie po zamieszczeniu razem wszystkich filmów na kanale.

Jako podsumowanie musi zostać wydana książka kucharska z przepisami zawierająca najlepsze przepisy tradycyjnych dań z mięsa wieprzowego zaprezentowane również w nowym wydaniu, tj. przez współczesnego kucharza.

Szczegółowy opis poszczególnych zadań:

<i>ZADANIE</i>	<i>ILOŚĆ</i>	<i>ŁĄCZNA KWOTA BRUTTO</i>
Utworzenie wydarzenia na portalu społecznościowym, reklama na portalach społecznościowych Facebook 20 postów, plus płatne reklamy o zasięgu min 20 000 odsłon każdego postu	1 kampania	36 000,00 zł
Przygotowanie graficzne materiałów promocyjnych (roll-upy, dyplomy, plakaty)	1 komplet	3 000,00 zł
Przygotowanie graficzne i merytoryczne książki kucharskiej	1 szt.	15 000,00 zł
Roll-upy - kolor, 85x200,	16 szt.	6 400,00 zł
Gadżety dla każdej ekipy KGW 16 x15 szt./1 ekipa	240 szt.	16 800,00 zł
Fartuchy dla każdego uczestnika 16 warsztatów	240 szt.	18 000,00 zł
Prowadzenie i aktualizacja strony WWW, w tym płatna kampania promująca stronę w mediach społecznościowych (facebook) o zasięgu min. 30 tys. odsłon	6 miesięcy	9 000,00 zł
Prowadzenie kanału na YouTube, zamieszczenie min. 16 filmów o łącznym zasięgu min. 200 tys. wyświetleń w okresie 6 miesięcy	6 miesięcy	48 000,00 zł

Prowadzenie fanpage na Instagram, 10 postów plus płatne reklamy o zasięgu min. 20 tys. odsłon każdego postu w okresie 6 miesięcy	6 miesięcy	30 000,00 zł
Wydruk książki kucharskiej (pomad 60 str., twarda okładka + przepisy)	600 szt.	30 000,00 zł
Dystrybucja książki kucharskiej do 16 KGW	16 szt.	492,00 zł
Wydruk dyplomów dla każdego uczestnika	240 szt.	480,00 zł
Plakaty - kolor, rozm. A3, folia elektrostacyjna	16 szt.	64,00 zł
Przygotowanie raportu przez niezależny podmiot	1 szt.	12 000,00 zł
Koordinator projektu	6 miesięcy	21 000,00 zł
Zakup nagród rzeczowych dla zwycięskich KGW o wartości: I miejsce- wartość 6 000,00 zł II miejsce- wartość 4 500,00 zł III miejsce- wartość 2 500,00 zł	1 szt.	13 000,00 zł
Nagrody pocieszenia dla KGW	13 szt.	6 500,00 zł
Wynagrodzenie znanego kucharza (1 os.)	16	80 000,00 zł
Koszt produktów do gotowania podczas konkursów - imprez	1 szt.	50 000, 00 zł
Wynagrodzenie operatora podczas spotkań z KGW (2 kamery, ekran, mikrofony/mikroporty itp.)	16 szt.	64 000,00 zł
Montaż i umieszczenie filmu podsumowującego na YouTube	16 szt.	112 000,00 zł
Wynagrodzenie fotografa - zdjęcia do książki kucharskiej	1 os.	15 000,00 zł
Przygotowanie koncepcji zadania, opracowanie graficzne logotypu i opracowanie hasła kampanii	1 szt.	11 000,00 zł
Przejazdy związane z realizacją zadania 8 000 km x 2 auta.	16 000 km	18 400,00 zł
Zakwaterowanie podczas realizacji projektu - 16 województw	16 nocleg/5os	38 400,00 zł
Wyżywienie podczas realizacji projektu - 16 województw	16 dni/5 os.	12 800,00 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 grudnia 2025.

IV. GRUPA DOCELOWA

Kampania kierowana jest do konsumentów w całym kraju zrzeszonych w KGW (osoby odpowiedzialne za zakupy domowe, w tym kobiety w wieku 20-65). Według statystyk samych KGW jest około 21 tys. co daje prawie 1 mln aktywnych uczestników.

Grupa docelowa potrzebuje i oczekuje edukacji w zakresie obecnych trendów kulinarnych w przygotowaniu potraw z wieprzowiny. Prezentacja grupie docelowej przez profesjonalnego kucharza nowych możliwości obróbki mięsa wieprzowego co spowoduje zwiększenie jego spożycia, a także wpłynie na promocję zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości. Zdobycie takich informacji stanowi oczekiwania grupy docelowej.

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 667 336,00 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.**

„Z mięsem wieprzowym przez pokolenia” - sygnatura 4/2025

Nie otwierać przed: 16.04.2025 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 16.04.2025 r. do godz. 15:00. Liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.

Otwarcie ofert odbędzie się 16.04.2025 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) Koncepcja sposobu realizacji kampanii w Internecie 0-20 pkt.
- b) Dopasowanie i atrakcyjność kampanii w Internecie 0-10 pkt.
- c) Ocena zaproponowanego hasła kampanii 0-10 pkt.
- d) Sposób dotarcia do potencjalnych uczestników wydarzenia 0-10 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