

Sygnatura: 8/2025

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.:
„Wykorzystanie produktów zbożowych w codziennej diecie poprzez realizację projektu
kulinarnego” - sygnatura 8/2025

NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

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

I. OPIS I CEL PROJEKTU

W ciągu ostatnich lat nastąpiły widoczne zmiany w sposobie odżywiania się Polaków.

Znaczna część społeczeństwa przykładą coraz większą uwagę do świadomego, zdrowego planowania i przygotowywania posiłków oraz do swoich nawyków żywieniowych. Polacy są coraz uważniejszymi konsumentami, a zdrowie jest dla nich jedną z najwyższych wartości.

Przedsiębiorstwa przemysłu piekarskiego funkcjonują w trudnych warunkach, gdyż od wielu lat maleje krajowy popyt na pieczywo, o czym świadczy spadek jego spożycia w gospodarstwach domowych (w ostatnich sześciu latach średnio o 4,2% rocznie). W 2015 r. statystyczny Polak zjadał rocznie niecałe 45 kg pieczywa, a z danych za I półrocze 2016 r. wynika, że było to tylko 42,5 kg. Szacuje się, że obecnie spożycie pieczywa i wyrobów piekarskich w Polsce spadło poniżej 45 kg na osobę rocznie. Przyczyn spadku konsumpcji od dawna upatruje się przede wszystkim w zmieniających się nawykach żywieniowych i różnych modach w zakresie diety.

Według wstępnych danych GUS, w 2021 r. produkcja świeżego pieczywa w naszym kraju wzrosła o 1,5% r/r. Było to jednak raczej odreagowanie po bardzo słabym z powodu pandemii COVID-19 roku 2020 (niekorzystny wpływ restrykcji sanitarnych i czynników psychologicznych na konsumpcję żywności świeżej i niepaczkowanej, w tym pieczywa – w rezultacie spadek produkcji tego ostatniego o 6% r/r). Z punktu widzenia producentów trend spadkowy spożycia można uznać za poważne wyzwanie o charakterze długoterminowym, zmuszające ich do ciągłego monitorowania preferencji konsumentów i dostosowywania oferty. Szczególnie dotkliwie spadkowy trend spożycia pieczywa może być odczuwalny w okresach ogólnie niesprzyjających warunków rynkowych, takich jak obecny wzrost w zasadzie wszystkich kosztów działalności – kurczący się systematycznie rynek utrudnia w takim otoczeniu przerzucanie wzrostu kosztów na ceny wyrobów. Inflacja nie wpływa korzystnie na wybory zakupowe Polaków. Dodatkowym negatywnym czynnikiem jest sytuacja geopolityczna na świecie. Realizowane zadanie wpisuje się także w obrane w Strategii branży na rok 2025 kierunki działań tj.: kultywowanie tradycji regionalnej produkcji, edukowaniu grup docelowych, wywołaniu w społeczeństwie szerszego zainteresowania produktami zbożowymi i sporządzanymi z nich posiłkami.

Zaobserwowane problemy:

1. Brak wiedzy i świadomości wśród konsumentów dotyczącej jakości produktów, powodujących spadek spożycia produktów zbożowych,
2. Zbyt duże rozproszenie opinii dietetyków, ekspertów nt. zdrowego stylu życia. Praca w kierunku obalenia mitów żywieniowych np. „Gluten szkodzi zdrowiu”, czy „produkty zbożowe tuczą” oraz pozytywnego oddziaływania produktów zbożowych na organizm człowieka np. „Dobrze zbilansowana dieta w oparciu o piramidę zdrowego żywienia”, „Dlaczego zboża poprawiają ogólną kondycję zdrowotną”, „Błonnik występujący w zbożach i produktach zbożowych i jego bioaktywne działanie prozdrowotne”.

Szansą na zniwelowanie problemów jest wykorzystanie zainteresowania konsumentów spożywaniem produktów zbożowych wysokiej jakości wynikające z tradycji i przyzwyczajeń żywieniowych. Odpowiedzią na to jest niniejsze zadanie.

Wzmocnienie działań promocyjnych dofinansowywanych z FPZZiPZ na terenie RP.

Cele szczegółowe:

1. Budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku
2. Budowanie świadomości zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe poprzez pokazanie ich właściwości, jakości oraz wpływu na nasze zdrowie

Założone w ramach zadania działania promocji konsumpcji produktów zbożowych i ich przetworów 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 produkty zbożowe
- Promocję spożycia produktów zbożowych i ich przetworów poprzez uwypuklenie ich prozdrowotnych właściwości
- Obalenie mitów na temat produktów zbożowych i ich przetworów.

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 produktów zbożowych i ich przetworów 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 zostanie stworzony kanał Youtube w celu przygotowania filmu z każdego spotkania. W sumie 16 filmów - każdy film maksymalnie do 8 minut. Promocja, opis zadania, rejestracja uczestników, relacja z bieżących wydarzeń będzie zamieszczona na dedykowanej stronie www oraz na kanałach Facebook oraz Instagram.

Cały cykl filmików udostępnionych na kanale Youtube ma za zadanie promować polskie produkty zbożowe wśród osób z Kół Gospodyń Wiejskich, seniorów oraz młodych osób. Dodatkowo promocja dociera do największej liczby osób z KGW oraz do młodych osób oglądających kanały Youtube.

Dla 3 KGW przewidziano nagrody np. sprzęt kuchenny za największą ilość udostępnień danego filmu YouTube. Ogłoszenie konkursu odbywa się dwa tygodnie po zamieszczeniu razem wszystkich filmów na kanale. Jako podsumowanie zostanie opracowana graficznie i merytorycznie oraz wydana książka kucharska z przepisami zawierająca najlepsze przepisy tradycyjnych dań z produktów zbożowych i ich przetworów zaprezentowane również w nowym wydaniu przez współczesnego kucharza.

Zadanie będzie obejmowało następujące elementy:

Reklama na portalach społecznościowych Facebook, przygotowanie graficzne materiałów promocyjnych (roll-upy, dyplomy, plakaty)

Roll-upy, gadżety dla każdej ekipy KGW 16 x15 szt./1 ekipa, fartuchy dla każdego uczestnika 16 warsztatów, prowadzenie i aktualizacja strony WWW, Prowadzenie kanału na YouTube, prowadzenie fanpage na Instagram, Wydruk książki kucharskiej, dystrybucja książki kucharskiej do 16 KGW, plakaty, nagrody, przygotowanie raportu efektywności zadania uwzględniający metody oceny dostosowane do założonych celów oraz charakteru działań, koordynator, wynagrodzenie kucharza, nagrody pocieszenia dla KGW, koszt produktów do gotowania podczas konkursów – imprez, wynagrodzenie operatora podczas spotkań z KGW, nagranie, montaż i umieszczenie filmu podsumowującego na YouTube, wynagrodzenie fotografa- zdjęcia do książki kucharskiej, przygotowanie koncepcji zadania- opracowanie graficzne logotypu i opracowanie hasła kampanii, przejazdy związane z realizacją

zadania 8 000 km x 2 auta, zakwaterowanie podczas realizacji projektu - 16 województw, wyżywienie podczas realizacji projektu - 16 województw.

Za realizację zadania będzie odpowiedzialny koordynator. Na chwilę obecną nie jest możliwe wskazanie osoby odpowiedzialnej, z uwagi na konieczność przeprowadzenia konkurencyjnej procedury wyboru wykonawcy.

Szczegółowy opis poszczególnych zadań:

ZADANIE	ILOŚĆ	ŁĄCZNA KWOTA BRUTTO
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	30 000,00 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	1 szt.	9 000,00 zł
Prowadzenie kanału na YouTube	1 szt.	40 000,00 zł
Prowadzenie fanpage na Instagram	1 szt.	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
Koordynator projektu	1 szt.	21 000,00 zł
Zakup nagród rzeczowych dla zwycięskich KGW np. sprzęt kuchenny 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 np. sprzęt kuchenny	13 szt.	6 500,00 zł
Wynagrodzenie znanego kucharza (1 os.)	16 szt.	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/mikrofony 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 Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych”.

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 drobiu. Prezentacja grupie docelowej przez profesjonalnego kucharza nowych możliwości obróbki produktów zbożowych i ich przetworów spowoduje zwiększenie ich spożycia, a także wpłynie na promocję zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty zbożowe 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 653 336,00 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.**

**„Wykorzystanie produktów zbożowych w codziennej diecie poprzez realizację
projektu kulinarnego” - sygnatura 8/2025
Nie otwierać przed: 10.09.2025 r. godz. 14:30.**

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 10.09.2025 r. do godz. 14:00. Liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.**

Otwarcie ofert odbędzie się **10.09.2025 r. o godz. 14:30.**

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 0-25 pkt.

b) Ocena zaproponowanego hasła kampanii 0-10 pkt.

c) Sposób dotarcia do potencjalnych uczestników wydarzenia 0-15 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@innowatorzyws.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 Marcinkowska – Prezes Zarządu