

Sygnatura: 13/2025

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.:
„Konferencja dla branży zbożowej oraz konkurs dla KGW” - sygnatura 13/2025

NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

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

I. OPIS I CEL PROJEKTU

Malejące spożycie pieczywa w Polsce na przestrzeni lat 2000- 2019 z poziomu około 80 kg/os./rok do poziomu niewiele ponad 40 kg/os./rok wpłynęło na funkcjonowanie piekarstwa w warunkach malejącego popytu na pieczywo ogółem jak również na pieczywo świeże. Rosnące tempo sprzedaży polskiego pieczywa za granicą ze względu jednak na mały jeszcze wolumen, nie daje podstaw do jak na ten moment dynamiczniejszego rozwoju branży. W szczególnie trudnej sytuacji są zakłady rzemieślnicze, które w większości lokują swoje produkty na rynku lokalnym. Znacznie dynamiczniej w tym względzie rozwijają się piekarskie przedsiębiorstwa przemysłowe co ma swoje odzwierciedlenie w osiąganych przez nie wynikach produkcyjnych i finansowych. W branży piekarskiej z przyczyn wymienionych wyżej następuje proces uprzemysławiania produkcji i stąd następuje stabilizacja produkcji pieczywa świeżego przy coraz mniejszym zużyciu tego pieczywa pochodzącego z małych zakładów rzemieślniczych.

W ciągu ostatnich pięciu lat sukcesywnie wzrasta w społeczeństwie polskim zainteresowanie zdrowym trybem życia co jednocześnie powoduje korzystne zmiany w zwyczajach żywieniowych. Wzrasta również spożycie pieczywa ciemnego , pieczywa „bio” produkowanego z ziarna pochodzącego z gospodarstw ekologicznych. Dużym zainteresowaniem w ostatnich latach cieszy się pieczywo pochodzące z mąki otrzymywanej z przemiału zbóż należących do grupy prastarych roślin, a więc orkisz i płaskurki.

Jednocześnie w ciągu ostatnich lat nastąpiły widoczne zmiany w sposobie odżywiania Polaków. Znaczna część społeczeństwa przykłada coraz większą wagę do świadomego przygotowywania posiłków. Postępujące coraz wyraźniej zmiany w nawykach żywieniowych i oczekiwaniach konsumentów, nakierowanych na zdrowe, funkcjonalne żywienie, wymagają zwiększenia podaży produktów jakościowych. Temu zapotrzebowaniu często nie jest w stanie sprostać branża gastronomiczna i turystyczno-hotelarska (HoReCa), której gestorzy nie znają rynku jakościowych wyrobów zbożowych i nie potrafią wykorzystywać w dostateczny sposób lokalnych zasobów produktowych. Z analizy sytuacji na rynku, a także zachodzących i przyspieszonych pandemią zmian w preferencjach konsumentów, szukających zdrowych produktów wysokiej jakości wynika, że wielką szansę mają na rynku produkty najwyższej jakości, zwłaszcza potwierdzonej certyfikatami i wytwarzane w sprawdzonych, kontrolowanych warunkach, według sprawdzonych receptur.

Z punktu widzenia producentów trend spadkowy spożycia można uznać za poważne wyzwanie o charakterze długoterminowym, zmuszając producentów do ciągłego monitorowania preferencji konsumentów i dostosowania oferty. Szczególnie dotkliwie spadkowy trend spożycia pieczywa może być odczuwalny w okresach ogólnie niesprzyjających warunków rynkowych, takich jak obecny wzrost kosztów działalności – kurczący się systematycznie rynek utrudnia w takim otoczeniu przetrwanie wzrostu kosztów na ceny wyrobów. Szacuje się, że 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.

Dlatego punktem wyjścia dla realizowanego zadania jest przekonanie nie tylko konsumentów bezpośrednich do spożywania polskich przetworów zbożowych lecz także – pośrednio – gestorów turystyki i sektora gastronomicznego do wzbogacania ich oferty o wysokiej jakości, certyfikowane produkty zbożowe.

Z drugiej strony producenci przetworów zbożowych nie mają dostatecznej wiedzy jak uatrakcyjnić swoją ofertę, chociażby przez poprawę jakości poprzez przystępowanie do systemów jakości żywności i do nich także skierowane będą określone działania przewidziane w zadaniu.

Dotychczasowe działania prowadzone przez Stowarzyszenie, a dofinansowane z FPZZiPZ koncentrowały się głównie na edukacji konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych.

- Budowaniu świadomości zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe poprzez pokazanie ich właściwości, jakości oraz wpływu na nasze zdrowie,
- Budowaniu świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku,
- Walce ze złym PR-em i obaleniem mitów na temat „szkodliwości” pieczywa (gluten, przyczyna otyłości) i produktów zbożowych (GMO, zawartość mykotoksyn).

Zaangażowanie w realizację projektów osób takich jak znani szefowie kuchni formatu Jakuba Budnika lub innego znanego kucharza przekłada się na pozytywny oddźwięk naszych działań i osiąganie zakładanych celów. Wybór profesjonalnych wykonawców działań gwarantuje wymierne efekty oraz dotarcie z działaniami promocyjno-informacyjnymi do wybranych grup docelowych. Wsparcie przekazu promocją w social mediach oraz TV potęguje wydźwięk działań i pożądane efekty.

Dzięki temu wydarzeniu uczestnik poznaje innowacyjne rozwiązania w uprawie zbóż, nowoczesne produkty oraz najlepsze praktyki, które napędzają przyszłość tej dynamicznej branży.

II. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Należy przyjąć, że konferencja dla producentów zbóż oraz warsztaty z konkursem dla KGW będą wydarzeniem dwudniowym, która odbędzie się prawdopodobnie w sierpniu w województwie łódzkim, powiecie sieradzkim i będzie o zasięgu ogólnokrajowym.

W pierwszym dniu odbędzie się konferencja dla producentów zbóż ok. 150 osób.

W drugim dniu podczas organizowanego Dnia Święta Plonów – dożynek dla około 2 000 osób, odbędzie się pokaz kulinarny z udziałem kucharzy oraz warsztaty połączone z konkursem kulinarnym dla 10 KGW, które odbędą się w hali namiotowej o powierzchni 200 m². Hala będzie wyposażona w dziesięć stanowisk roboczych (stoły, piece konwekcyjno-parowe, agregat prądotwórczy wraz z okablowaniem, nagłośnieniem itp.).

Na scenie wieczorem powinien wystąpić profesjonalny zespół muzyczny.

Należy mieć na uwadze, że realizacja zadania ma się przyczynić do rozwiązania następujących problemów:

Braku wiedzy konsumentów dotyczącej produktów powoduje zakupy produktów zbożowych o niekoniecznie wysokiej jakości

zbyt małej podaży i spożycia naturalnych produktów zbożowych wysokiej jakości

Niewiedza branży konsumentów o wysokiej jakości produktach zbożowych, lokalnych i regionalnych

Mała konsumpcja i wiedza o jakościowych wyrobach zbożowych, wynikająca z negatywnej kampanii dotyczącej ich spożywania (szkodliwości)

Brak wiedzy u producentów zbóż jak i u konsumentów produktów zbożowych,

Działania powinny mieć charakter promocyjno-edukacyjny.

W kampanii podkreślać należy znaczenie jakości produktów zbożowych.

- w komunikacji należy skoncentrować się przede wszystkim na promowaniu krajowych produktów oraz na ich tradycji i jakości związanej z wielowiekową historią
- informowaniu, jakie produkty, z każdej grupy produktowej, uzyskały certyfikaty jakości
- pokazaniu (w projektach graficznych), dla każdej grupy produktowej, wybrane produkty

KLUCZOWY PRZEKAZ

- Polskie produkty, to sprawdzony i tradycyjny proces wytwarzania produktów zbożowych, naturalne składniki i prawdziwie polski tradycyjny smak

Cele szczegółowe:

- Organizacja i udział w konferencjach branżowych, warsztatach, seminariach, targach, szkoleniach producentów, handlowców i przetwórców zbóż
- Budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku.

Szczegółowy opis poszczególnych zadań:

<i>ZADANIE</i>	<i>ILOŚĆ</i>	<i>ŁĄCZNA KWOTA BRUTTO</i>
Utworzenie wydarzenia na portalu społecznościowym oraz kampania na facebooku zawierająca 12 postów o zasięgu min 10 000 odsłon każdego postu.	1 kampania	18 000,00 zł
Emisja filmu na kanale YOU TUBE – 2 spoty zapowiedź i relacja z wydarzenia + płatne reklamy	2 szt.	16 000,00 zł
Relacja z wydarzenia w TVP Regionalna	1 szt.	10 000,00 zł
Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych (materiały szkoleniowe, roll - up, zaproszenia itp.)	1 szt.	9 000,00 zł
Gadżety związane z promocją przetworów zbożowych dla uczestników konferencji np. akcesoria kuchenne	150 szt.	18 000,00 zł
Roll – up (druk)	1 szt.	500,00 zł
Rękawice silikonowe z oznakowaniem	150 szt.	3 000,00 zł
Fartuchy dla uczestników pokazów	150 szt.	10 500,00 zł
Wynajem pomieszczeń wraz z wyposażeniem (stoły, krzesła, nagłośnienie, rzutnik, laptop, zaplecze kuchenne do przygotowania pokazów, itp.)	1 szt.	45 000,00 zł
Wynagrodzenie wykładowców z branży zbożowej	5 os.	25 000,00 zł
Serwis kawowy dla uczestników	150 szt.	4 500,00 zł
Druk materiałów informacyjno-promocyjnych (materiały szkoleniowe, zaproszenia. itp)	150 szt.	6 750,00 zł
Obsługa wideo (operator, fotograf, montaż filmu podsumowującego na YouTube)	1 szt.	15 000,00 zł
Koordynator projektu	2 miesiące	16 000,00 zł
Zakup produktów zbożowych do degustacji – ok. 150 porcji	1 szt.	15 000,00 zł
Nagrody dla Kół Gospodyń Wiejskich np. sprzęt kuchenny I miejsce: 2 000,00 zł II miejsce: 1 500,00 zł III miejsce: 1 000,00 zł IV-X miejsce: 500,00 zł	1 szt.	8 000,00 zł
Uroczysta kolacja połączona z pokazami kulinarnymi kucharzy dla ok. 150 osób	1 szt.	35 000,00 zł
Oprawa muzyczna imprezy (występ 1 zespołu muzycznego)	1 szt.	26 895,24 zł
Hostessy: 8 osób	8 osób	3 600,00 zł
Obsługa techniczna: 3 osoby	3 osoby	1 350,00 zł
Koszty obsługi technicznej imprezy (ochrona, zabezpieczenie, sprzątanie itp.)	1 szt.	30 000,00 zł
Wynagrodzenie kucharzy przygotowujących degustacje i warsztaty	2 osoby	20 000,00 zł

Wynajem hali namiotowej wraz z wyposażeniem dla KGW, itp.	1 szt.	35 000,00 zł
Wynajem sceny wraz z wyposażeniem, itp.	1 szt.	60 000,00 zł
Wynajem pneumatycznego balonu reklamowego	1 szt.	6 000,00 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 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 30 września 2026.

IV. GRUPA DOCELOWA

- Producenci zbóż, rolnicy.
- Konsumenci bezpośredni – zaopatrujący się na przetwory zbożowe – chcemy poszerzyć krąg konsumentów świadomych, szukających produktów wysokiej jakości o konsumentów nie zwracających dotychczas uwagi np. na certyfikaty jakości i nie mających dostatecznej wiedzy o nich.
- Konsumenci pośredni – restauratorzy – chcemy poszerzyć ich wiedzę o możliwości wykorzystania wysokiej jakości polskich przetworów zbożowych (też certyfikowanej) do wzbogacenia swojej oferty handlowej.

Skierowanie działań do powyższych grup docelowych ma na celu upowszechnienie wśród adresatów kampanii walorów polskich przetworów zbożowych, pokazanie ich roli i znaczenie certyfikatów jakości i oznaczenia Produkt Polski oraz zwrócić uwagę na ogromny potencjał tradycji i historii zbóż na polskim stole. Dzięki swojemu przesłaniu o wartościowych produktach zbożowych, kampania ma wzmacniać lokalne przetwórstwo (zwłaszcza spółdzielcze i małe firmy rodzinne), które może i powinno konkurować na rynku jakością swych wyrobów i oczekiwałoby zwiększonego popytu u konsumentów, lecz często nie ma możliwości by tę jakość odpowiednio zaprezentować i przekonać o niej kupujących.

Restauratorzy – oczekują wzmocnienia swej oferty poprzez produkty wysokiej jakości (np. wysokiej jakości produkty w menu śniadań hotelowych i restauracyjnych), ale często nie znają rynku tych produktów i nie wiedzą, gdzie mogą się w nie zaopatrywać. Tę wiedzę prześlemy w naszej kampanii poprzez spotkania producentów i restauratorów.

Konsumenci – w ostatnim czasie wzrasta popyt na zdrowe, jakościowe produkty, popyt na dobrej jakości produkty ze zbóż. Niestety, wiedza o nich – o ich walorach i miejscach dostępności jest wciąż jeszcze mała.

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 438 095,24 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.**

**„Konferencja dla branży zbożowej oraz konkurs dla KGW” - sygnatura
13/2025**

Nie otwierać przed: 17.12.2025 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 17.12.2025 r. do godz. 15:00. Liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.

Otwarcie ofert odbędzie się 17.12.2025 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) Dopasowanie i atrakcyjność kampanii do potrzeb odbiorców 0-20 pkt.
- b) Dopasowanie treści poruszanych przez wykładowców do grupy odbiorców 0-10 pkt.
- c) Sposób dotarcia do potencjalnych uczestników konferencji 0-10 pkt.
- d) Pomysł realizacji oraz prezentacji treści na Facebooku 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 Marcinkowska – Prezes Zarządu