

ZAPYTANIE OFERTOWE 3/03/2024

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych
ul. Świętokrzyska 20, lok. 321
00-002 Warszawa
mail: biuro@grupyogrodnicze.pl

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy dostaw lub usług.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ):

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja zadania informacyjno-promocyjnego „Czas na polskie superowoce! VI edycja”. Promocja ma zwiększyć spożycie krajowych owoców i warzyw oraz ich przetworów, w tym produktów ekologicznych, produktów wytwarzanych lokalnie lub pochodzących z lokalnych surowców. Przedmiotem promocji są owoce jagodowe, w szczególności borówki, truskawki, maliny, jeżyny, jagoda kamiczacka, agrest, czerwona i czarna porzeczka, minikiwi, rokitnik, aronia i ich przetwory. Celem strategicznym jest wzmocnienie ich pozycjonowania jako „polskie superowoce”. Celem bieżącym jest zmiana postrzegania owoców z percepcji dodatku, opcjonalnej przekąski, w kierunku pokazania ich roli w codziennym odżywianiu, w każdym posiłku. Według obowiązujących rekomendacji warzywa i owoce powinny stanowić połowę tego co jemy. Promocja powinna wykorzystać trend wzrostu ilości konsumentów owoców jagodowych. Wzrost dotyczy wszystkich 11 objętych projektem i monitorowanych przez Kantar gatunków.

Owoce jagodowe są uważane za zdrowe i modne, ale samo to nie przekłada się na ich miejsce w codziennym odżywianiu Polaków. Nie mamy jako konsumenci nawyków związanych z ich jedzeniem, rytuałów ich jedzenia. Promocja konsumpcji owoców jagodowych może być też częścią szeroko rozumianego patriotyzmu konsumenckiego – obok walorów lokalnej żywności, warto pokazywać owoce jagodowe jako część tożsamości kulinarnej. Sezon 2024 rozpoczęły rolnicze protesty, ich efektem jest wzrost zainteresowania jakością tego co jemy i tego co produkujemy. To tworzy wyjątkowe warunki do wyjaśnienia dlaczego produkujemy w Polsce tak wiele gatunków owoców jagodowych. Stałą wytyczną dla realizacji zadania jest integracja producentów. Promocja ma pokazać, że „za każdym owocem stoi człowiek” i w ten sposób budować wizerunek producentów i przetwórców. Określając ramy kolejnej edycji oczekujemy dotarcia do konsumentów, decydentów zakupowych i zaproszenia środowisk: dietetyków i lekarzy, ludzi handlu i gastronomii, dziennikarzy i influencerów.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmuje następujące działania:

1. Promocja owoców jagodowych w mediach i social mediach

Komunikacja promująca konsumpcję owoców jagodowych, promocja ich walorów smakowych i atrybutów prozdrowotnych oraz przepisów z wykorzystaniem owoców. Promocja płynnego przechodzenia z sezonu jednego owocu w drugi (tzw. jagodowa sztafeta,); budowa kategorii i pojęcia *polskie superowoce*. Promocja konsumpcji świeżych owoców oraz przetworów, w tym śniadań, II śniadań, koktajli oraz przetworów. Oczekiwany efekt: stała obecność owoców jagodowych w social mediach. Mediach opiniotwórczych i branżowych. Zaproszenie do konsumpcji świeżych owoców, w sezonach zbiorów, od wiosennych truskawek, po minikiwi. Promocja różnych kategorii jagodowych przetworów.

2. Organizacja wydarzeń promujących smak i walory owoców

Koncepcja i organizacja wydarzeń dla konsumentów i/lub mediów z elementami integracji plantatorów. Budowa wizerunku plantatorów różnych gatunków jagodowych oraz polskich plantacji. W szczególności organizacja projektów, które wpisały się już w jagodowy sezon:

- **Promocja konsumpcji pierwszych truskawek**, w tym II edycji wydarzenia nazwanego „Biegiem po Truskawkę”. Realizowanego wokół plantacji, z promocją aktywnego stylu życia, samozbiorów i zakupu większej ilości z przeznaczeniem na mrożenie.
- **Zaproszenie na plantacje drugiego gatunku jakim jest jagoda kamiczacka**, z promocją samozbiorów, mrożenia świeżo zebranych i wykorzystania ich w koktajlach. Nazwa wskazująca czas zbiorów – „Czerwiec na plantacjach jagody kamiczackiej”.
- **Promocja konsumpcji przez dzieci, w tym organizacja rozpoczęcia zbiorów borówki**. Tradycyjne wybory najmłodszego plantatora, który swoją degustacją otwiera sezon. Wytyczna: wydarzenie w klimacie rodzinnej aktywności na świeżym powietrzu, z promocją samozbiorów, konsumpcji w miesiącach letnich i mrożenia owoców.
- **Promocja konsumpcji i wykorzystania borówek w kuchni**, realizowana poprzez promocję Borówkobran wśród konsumentów i plantatorów. Pod tym pojęciem rozumiemy samozbiory na plantacjach, które będą chciały wziąć udział w projekcie.
- **Organizacja III edycji Aronia / Berry INNOVATION CONFERENCE 2024** - wydarzenia promującego innowacyjność branży. Formuła prezentacji sposobu myślenia i sukcesu gospodarczego w obszarach uprawy, produkcji i jagodowego przetwórstwa.
- **Promocja kategorii polskie superowoce w konkursie ZŁOTE INNOWACJE 2024**. To największy na polskim rynku konkurs konsumencki wyłaniający innowacyjne produkty FMCG. Promocja udziału branży jagodowej i producentów, którzy w tym konkursie zdobędą laury i wyróżnienia.
- **Organizacja wyjazdu studyjnego dla influencerów, dietetyków i dziennikarzy**. Jego celem jest prezentacja min. 2 gatunków jagodowych, realizowana na uznanych plantacjach, przez szanowanych plantatorów oraz przetwórców.

- **Promocja owoców wśród ludzi aktywnych**, w tym organizacja udziału producentów i przetwórców owoców jagodowych w *Narodowym Dniu Sportu* (wydarzenie cykliczne z udziałem wybitnych sportowców, firmowane przez Ministerstwo Sportu i Turystyki).
- **Organizacja II edycji BRANDING OVATION 2025** - projektu popularyzacji budowania marek i marketingu w branży jagodowej. Konkurs wyłania m.in. „Jagodową Markę Roku 2025”, laureatów kategorii Producent i Dział Marketingu, wyróżnionych tytułami Truskawkowa Marka Roku, Malinowa, Borówkowa, Porzeczkowa itd.

Oczekiwany efekt: promocja konsumpcji, sezonowości poszczególnych gatunków jagodowych, wspólnego sezonu „od wiosny do jesieni”, wsparcie oraz aktywizacja przetwórców - integracja i zwiększenie ilości przetwórców świadomych i komunikujących się z klientami.

3. Strona www projektu.

Oczekiwany efekt: utrzymanie infrastruktury Prowly i stała aktualizacja treści na stronie.

4. Produkcja kontentu budującego wizerunek owoców i branży

Oczekiwany efekt: opracowanie materiałów na temat 11 promowanych gatunków, ich walorów i przynależności do „polskich superowoców”. Oprawa (obsługa) fotograficzna, produkcja materiałów filmowych dotyczących gatunków i kluczowych aktywności promocyjnych. Opracowanie identyfikacji promocji i wydarzeń, w tym na potrzeby *social mediów* (design prowadzonych działań w obowiązującej w sektorze ogrodnictwa identyfikacji wizualnej). Produkcja niezbędnych materiałów, w tym druk koszulek polo. Koszulki z emblematem #PolishSuperFruits są stałym elementem promocji superowoców.

GRUPA DOCELOWA

Konsumenci poszukujący informacji o walorach i jakości produktów spożywczych, o zdrowiu i zasadach odżywiania, preferujący naturalne, nieprzetworzone produkty. Potrzebują pomysłów na wzbogacenie odżywiania swojej rodziny o owoce, w tym przepisów, informacji o walorach i sezonowości. Są aktywni, mobilni. Wiek 16-59, core 35-45 lat.

Dodatkowo: młode matki w wieku 19-39 lat i ojcowe biorący udział w zakupach. Posiadający dzieci w wieku 5-12, core 7-10 lat. Seniorzy: osoby starsze świadomie dbające o zdrowie.

Liderzy opinii: dietetycy, w tym studenci, lekarze, eksperci ds. jakości żywności, doradcy żywieniowi, kucharze, restauratorzy, sportowcy. Zainteresowani lub zaproszeni potrzebują informacji o aktywnościach realizowanych w ramach zadania.

Dodatkowa grupa: branża - plantatorzy i przetwórcy owoców jagodowych, producenci innych gatunków, w tym sadownicy. Potrzebują informacji o realizowanych aktywnościach, w tym czytelnej informacji o możliwościach udziału, zaangażowania się i wymiany doświadczeń.

W szczególności oferta powinna obejmować następujące elementy:

1. Prowadzenie fanpage’y na platformach Facebook, Instagram i Twitter przez 12 miesięcy.

2. Kontynuacja prowadzenia i aktualizacja obecnego serwisu internetowego zadania promocyjnego, który znajduje się pod adresem: www.polskiesuperowoce.pl (infrastruktura informatyczna i aktualizacja).
3. Druk materiałów promocyjnych (polówki z hasztagiem #PolishSuperFruits, min. 150 szt.)
4. Nadzór strategiczny nad wdrożeniem działań zadania przez cały okres trwania zadania.
5. Wsparcie działań PRowych w mediach elektronicznych przez okres 12 miesięcy.
6. Prowadzenie biura prasowego przez 12 miesięcy (obsługa producentów podczas sektorowych spotkań z mediami; dystrybucja komunikatów prasowych, w tym za pośrednictwem PAP oraz portali Onet.pl, Interia.pl, Wp.pl).
7. Monitoring mediów elektronicznych przez cały okres trwania zadania.
8. Organizacja wydarzeń promujących walory kulinarne – dla konsumentów i/lub mediów, z elementami integrującymi plantatorów różnych gatunków owoców jagodowych – co najmniej 9 wydarzeń o różnym charakterze (dostosowanym do potrzeb owoców). Koszty to: informacja dla uczestników, komunikacja, najem, aranżacja, pokazy kulinarne, degustacje (zależnie od specyfiki eventu), angaż hostess, wynagrodzenie wykonawcy.
9. Prezentacje co najmniej 9 biorących udział w projekcie gatunków owoców jagodowych na comiesięcznych spotkaniach prasowych; prezentacje planów kampanii i ofert dla producentów, innych interesariuszy. Koszty: organizacja spotkania fizycznych / online.
10. Projektowanie graficzne (projektowanie graficzne materiałów, service design) w ustalonej identyfikacji wizualnej. Szczegóły na stronie www.polowasukcesu.pl
11. Opracowanie kontentu budującego wizerunek owoców i branży: budowa kategorii owoce jagodowe, edukacja na temat walorów owoców. Koszty: wynagrodzenie ekspertów pozabranżowych, obsługa fotograficzna, produkcja materiałów filmowych.

Cena całkowita netto oferty nie może przekroczyć kwoty 992 140,51 złotych (dziewięćset dziewięćdziesiąt dwa tysiące sto czterdzieści złotych 51/100).

UWAGA: zadanie będzie realizowane jeśli Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych otrzyma wsparcie z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na sfinansowanie działań zadania.

IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą tj. osób fizycznych, jednostek organizacyjnych posiadających zdolność prawną bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej.
2. Warunek udziału w postępowaniu dotyczący zdolności zawodowej zostanie spełniony, jeśli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania oferty, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał (zrealizował, zakończył) co najmniej 2 usługi o wartości co najmniej 400 000,00 PLN (słownie: czterysta tysięcy złotych 00/100) każda, polegające na realizacji kampanii

- informacyjno-promocyjnych lub działań o podobnym charakterze. Jeżeli wartość usługi jest wyrażona w walucie innej niż PLN, w celu oceny spełnienia warunku udziału w postępowaniu Zamawiający dokona przeliczenia wskazanej kwoty na PLN według średniego kursu Narodowego Banku Polskiego obowiązującego, w dniu zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego, a jeżeli w tym dniu nie publikowano kursu tej waluty – według ostatniego średniego kursu Narodowego Banku Polskiego przed dniem zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego.
3. W celu potwierdzenia spełnienia warunku dotyczącego zdolności zawodowej Wykonawca jest zobowiązany złożyć wraz z ofertą oświadczenie zgodne z załącznikiem nr 1.
 4. Wykonawca złoży informacje i dowody potwierdzające jego doświadczenie niezbędne do oceny złożonej oferty.
 5. Wykonawca przedstawi dowód ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą.

V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych.
2. Ofertę należy składać obligatoryjnie w formie elektronicznej w postaci koncepcji realizacji przedmiotu zamówienia zgodnej z wymogami zapytania ofertowego oraz specyfikacji kosztów wraz z ceną całkowitą netto, email: biuro@grupyogrodnicze.pl.
3. Oferta musi zawierać ponadto: pełną nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty i oświadczą to w Oświadczeniu Wykonawcy (załącznik nr 1).
5. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w *§ 8 ust. 3 pkt 1-4 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 (tekst jedn. Dz. U. z 2020 r., poz. 2244)*” (załącznik nr 2)
6. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
7. Oferta musi być parafowana na każdej stronie i podpisana przez osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym pełnomocnictwem. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem i pozostawieniem oferty bez rozpatrzenia.
8. Oferty należy składać z ceną całkowitą netto podaną w PLN.
9. Płatność za usługę określoną w punkcie III, nastąpi w terminie i w sposób uzgodniony między Zamawiającym a Wykonawcą.
10. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.
11. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:
 - a) w przypadku stwierdzenia, że jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,

- b) jeżeli została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
- c) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę,
- d) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X. 3,
- e) została złożona po terminie.

VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:

do **10.04.2024** roku, godz. **24.00**

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 40%.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą cenę netto otrzyma 40 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku)

najniższa cena netto, która wpłynęła w odpowiedzi na
zapytanie ofertowe

Kryterium = $\frac{\text{-----}}{\text{cena netto badanej oferty}} \times 40 \text{ pkt}$

Kryterium 2: spójność i kompleksowe ujęcie przedmiotu zamówienia – waga kryterium 60%.

Komisja oceniająca dokona oceny spójności i kompleksowego ujęcia przedmiotu zamówienia.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Doświadczenie w zakresie realizacji podobnych projektów, w tym promujących owoce jagodowe, inne owoce i ich przetwory, produkty spożywcze, w obszarze ekologii i promocji zdrowia.	7
2.	Doświadczenie w zakresie realizacji projektów integrujących branżę, promujących współpracę i patriotyzm gospodarczy.	6
3.	Doświadczenie w pracy nad komunikacją projektów lub marek czerpiących z tradycji regionu i percepcji kraju pochodzenia	5
4.	Doświadczenie organizacji wdrożeń i kompetencje gwarantujące merytoryczny nadzór w obszarach: relacje z mediami, produkcja filmowa, zdjęcia, design, projektowanie, organizacja spotkań (konferencji, targów, eventów), w szczególności dla branży owocowej	7

5.	Doświadczenie w realizacji produkcji filmowej, w szczególności promujących owoce, kompetencje producentów, miejsca produkcji	6
6.	Konsekwentne potraktowanie tematu, zgodnie ze specjalistyczną wiedzą dotyczącą marketingu, budowania marki, komunikacji.	5
7.	Zapewnienie spójności merytorycznej przy realizacji prac objętych zamówieniem oraz spójności z dotychczasową komunikacją owoców jagodowych w mediach, w ramach realizacji kampanii „Czas na polskie Superowoce” w latach 2019-2023	6
8.	Zapewnienie spójności wizualnej oraz zgodności z systemem identyfikacji wizualnej projektów finansowanych w Funduszu Promocji Owoców i Warzyw. SIW na stronie polowasukcesu.pl	7
9.	Propozycje dodatkowych rozwiązań dotyczących promocji i - komunikacji poszczególnych działań składających się na zadanie informacyjno-promocyjne „Czas na polskie Superowoce!”.	6
10.	Zapewnienie realizacji zgodnie z harmonogramem.	5

punktacja badanej oferty

Kryterium = $\frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2}} \times 60 \text{ pkt}$

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Termin realizacji zamówienia: od dnia podpisania umowy do 31 marca 2025 roku
2. Fakturowanie i terminy płatności: do uzgodnienia z Wykonawcą.

IX. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Pan Witold Boguta, biuro@grupyogrodnicze.pl

X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający odpowie na pytania Wykonawcy dotyczące wyjaśnienia przedmiotu oferty, zadane drogą mailową najpóźniej w piątym dniu roboczym licząc od dnia upublicznienia zapytania ofertowego, tj. do 27.03.2024 roku włącznie.
3. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień oferty w wyznaczonym przez siebie terminie.
4. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą w wyznaczonym przez siebie terminie.
5. Zamawiający nie będzie prowadził z Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywania jakiegokolwiek zmiany w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.

7. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi, uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria zostanie udokumentowany protokołem.
8. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty, poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwości wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona, jako kolejna na liście.
9. Oferta cenowa powinna być sporządzona wyłącznie w PLN w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
10. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po terminie określonym w punkcie VI nie zostanie uwzględniona.
11. Wykonawca związany jest ofertą 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielni Osób Prawnych.

Informujemy, że Zapytanie ofertowe znajduje się na stronie internetowej Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych: www.grupyogrodnicze.pl.