

ZAPYTANIE OFERTOWE 1/2024

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych
ul. Akademicka 13, 20-950 Lublin
e-mail: biuro@trsk.org.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 „**Jedno jabłko dziennie**”. Jego główny przekaz brzmi: każdy powinien jeść minimum jedno jabłko dziennie. Założeniem jest budowa wizerunku jabłek, sadów i sadowników, promocja walorów i korzyści z jedzenia jabłek oraz promocja miesięcy dedykowanych odmianom, jako pomysł na prezentację oferty polskiego sadownictwa oraz przekierowanie pytania: z „czy jesz jabłka?” na pytanie: „jakie odmiany lubisz, która jest Twoją ulubioną?” 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 jabłka i ich przetwory. Celem strategicznym jest zwiększenie spożycia jabłek produkcji krajowej, powstrzymanie trendu spadkowego konsumpcji i budowa wizerunku jabłka jako części zdrowego stylu życia.

Celem bieżącym jest wypracowanie czytelnej dla sadowników koncepcji promocji – głównego przekazu, zestawu charakterystycznych działań, tonu i języka komunikacji; integracja środowiska wokół wypracowanego pomysłu na promocję oraz odtworzenie zasobów: zdjęć jabłek, sadowników, opisu odmian. Promocja powinna wykorzystać doświadczenia promocji owoców jagodowych - aktywnie budować klimat wokół gatunku, ale przede wszystkim nawyk konsumpcji - przynajmniej jednego jabłka dziennie. Jabłka są uważane za zdrowe, ale samo to nie przekłada się na ich miejsce w życiu i codziennym odżywianiu. Nie mamy nawyków związanych z jedzeniem jabłek, ani żadnych rytuałów ich jedzenia. Należy wzmocnić powszechne przekonanie, że warto jeść jabłka. Promocja konsumpcji jabłek powinna być częścią szeroko rozumianego patriotyzmu konsumenckiego – obok walorów lokalnej żywności, warto pokazywać jabłka jako część narodowej tożsamości. Sezon rozpoczęły rolnicze protesty, ich efektem był wzrost zainteresowania jakością tego co jemy i tego co produkujemy. W tym czasie znacząco rosła liczba konsumentów jabłek. Stałą wytyczną dla realizacji zadania jest integracja sadowników i wsparcie integracji całego sektora ogrodniczego, m.in. przez wykorzystanie wspólnego systemu identyfikacji wizualnej.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmuje następujące działania:

1. Promocja jabłek w mediach i social mediach

Komunikacja promująca powszechne przekonanie o konieczności jedzenia „jabłka dziennie”, radość z konsumpcji i sam akt konsumpcji; dzielenie się jabłkami, promocja „pory na jabłko” i zalet budowania nawyku konsumpcji. Promocja walorów smakowych oraz atrybutów prozdrowotnych. Promocja konsumpcji świeżych owoców oraz przetworów, jako przedpołudniowej przekąski, w formie koktajli oraz przetworów, w tym ciast. Oczekiwany efekt: zaproszenie do konsumpcji świeżych jabłek i popularyzacja przekonania, że każdy powinien jeść minimum jedno jabłko dziennie. Promocja korzyści z „jedzenia jednego jabłka dziennie”, realizacja miesięcy dedykowanych konkretnym odmianom. Budowa wizerunku owoców i sadów, budowa wizerunku sadownika i integracja branży.

2. Udział w wydarzeniach promujących konsumpcję jabłek

Udział w min. pięciu wydarzeniach promujących konsumpcję i walory gatunku, w tym wzbogacenie dwóch branżowych wydarzeń o bicie rekordu np. ilości osób jedzących jabłko. Przykłady wydarzeń (wybór zależny od atrakcyjności oferty organizatorów):

- Dożynki Powiatu Grójeckiego 1/09
- Narodowy Dzień Sportu 15/09
- Światowy Dzień Jabłka 28/09
- Dzień Walki z Cukrzycą - 14/11
- Międzynarodowy Dzień Zdrowia - 7/04

Oczekiwany efekt: promocja konsumpcji i percepcji: jabłka są coraz bardziej popularne, coraz więcej ludzi je je regularnie, jedzą dzieci i dorośli. Słowa klucze i rekomendowane hasztagi: #1jabłko, #1jabłkodziennie, rekord, rekord Polski, jabłko z rekordem. Integracja i zwiększenie ilości sadowników świadomych założeń promocji „Jedno jabłko dziennie” i komunikujących się z klientami.

3. Strona www projektu.

Rekomendacja nazwy, wykup domeny, opłacenie infrastruktury Prowly i stała aktualizacja treści na stronie.

4. Produkcja kontentu budującego wizerunek jabłek i branży sadowniczej

Oczekiwany efekt: opracowanie materiałów na temat jabłek. Obsługa fotograficzna oraz produkcja materiałów filmowych. Design prowadzonych działań - opracowanie identyfikacji wydarzeń, w tym na potrzeby social mediów. Druk koszulek z emblematem 1jabłko (dla ww. eventów) oraz bardziej uniwersalnej ulotki pt. „1jabłko dziennie!”

5. Nadzór strategiczny nad wdrożeniem

Nadzór realizowany we wszystkich obszarach projektu: social media, strona internetowa, inne działania budujące wizerunek jabłka.

GRUPA DOCELOWA

- Konsumenci świadomi znaczenia zdrowego odżywiania w budowaniu jakości życia i relacji, ludzie aktywni, wiek 7-60, core 29-35 lat.
- Młode matki 20-35 lat i ojcowe biorący udział w zakupach. Posiadający dzieci w wieku 7-15 lat, z koncentracją na 7-10 lat. Seniorzy: osoby starsze dbające o swoje zdrowie.
- Liderzy opinii: dietetycy, w tym studenci, lekarze, eksperci ds. jakości żywności, doradcy żywieniowi; kucharze, restauratorzy, sportowcy.
- Branża: sadownicy i przetwórcy jabłek.

Potrzebują prostych sposobów na to by żyć zdrowiej i lepiej się odżywiać. Nie tyle nowej porcji wiedzy a realnych patentów. Oczekują podpowiedzi i wsparcia w procesie poprawiania swoich nawyków żywieniowych. Oczekują też „zgody” ekspertów, tak by przekaz prozdrowotny nie był skomplikowany i był wzmacniany.

W szczególności oferta powinna obejmować następujące elementy:

1. Prowadzenie fanpage’y na platformach Facebook, Instagram przez 12 miesięcy.
2. Stworzenie i aktualizacja serwisu internetowego zadania promocyjnego, ze wskazaniem domeny (infrastruktura informatyczna i aktualizacja).
3. Druk materiałów promocyjnych: koszulki z jabłkiem (1jabłko dziennie!) w ilości 60 szt. oraz ulotki pt. „1jabłko dziennie!” w ilości min. 1800 szt.
4. Nadzór strategiczny nad wdrożeniem działań zadania przez cały okres trwania zadania.
5. Wsparcie działań PRowych w mediach elektronicznych przez okres pięć 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, Forbes, Newsweek, BusinessInsider; Wp.pl i Money; Interia Biznes, Interia ZdrOnet, MedOnet, Zdrowie.gazeta, StronaZdrowia, UrodaiZdrowie oraz KtoMaLek.pl lub o podobnych zasięgach).
7. Monitoring mediów elektronicznych przez cały okres trwania zadania.
8. Udział w min. pięciu wydarzeniach promujących konsumpcję i walory gatunku. Koszty: aranżacja, konferansjerka, degustacja (zależna od eventu), wynagrodzenie wykonawcy.
9. Prezentacje ośmiu odmian/grup odmian na comiesięcznych spotkaniach prasowych; prezentacja założeń kampanii i możliwości zaangażowania się w nią - dla sadowników, organizacji, liderów wydarzeń, sieci (fiz., online) zależnie od zapotrzebowania.
10. Projektowanie graficzne (projektowanie graficzne materiałów, service design) w ustalonej identyfikacji wizualnej. Szczegóły na stronie www.polowasukcesu.pl
11. Opracowanie kontentu budującego wizerunek jabłka: budowa świadomości odmian, edukacja na temat walorów. Koszty: obsługa foto, produkcja materiałów filmowych.

Cena całkowita brutto oferty nie może przekroczyć kwoty 860 932,38 złotych (osiemset sześćdziesiąt tysięcy dziewięćset trzydzieści dwa złote 38/100).

UWAGA: zadanie będzie realizowane jeśli Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowich 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 trzech lat przed upływem terminu składania oferty, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał (zrealizował, zakończył) co najmniej dwie usługi o wartości co najmniej 400 000,00 PLN (słownie: czterysta tysięcy złotych) każda, polegające na realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych lub działań o podobnym charakterze w odniesieniu do produktów rolno-spożywczych. 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 spełniania 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.

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 brutto, email: biuro@trsk.org.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 dn. 26 czerwca 2017 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 **brutto** 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 **06.08.2024** 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 i 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 w 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 sektorową komunikacją owoców i warzyw w mediach.	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 „Jedno jabłko dziennie”.	6
10.	Zapewnienie realizacji zgodnie z harmonogramem.	5

punktacją badanej oferty

Kryterium = ----- x 60 pkt
najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Termin realizacji zamówienia: od dnia podpisania umowy do 31.07. 2025 roku
2. Fakturowanie i terminy płatności: do uzgodnienia z Wykonawcą.

IX. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Pan Przemysław Badowski, email: biuro@trsk.org.pl, tel. 697 884 235

Pan Tomasz Lipa, email: biuro@trsk.org.pl, tel. 608 127 770

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 trzecim dniu roboczym licząc od dnia upublicznienia zapytania ofertowego, tj. do 25.07.2024 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 jakiejkolwiek 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 www.trsk.org.pl

Informujemy, że Zapytanie ofertowe znajduje się na stronie internetowej Towarzystwa Rozwoju Sądów Karłowych: www.trsk.org.pl