

ZAPYTANIE OFERTOWE 2/09/2020

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Stowarzyszenie Sady Grójeckie
Ul. Niemojewska 19,
05-660 Warka
Tel. 698 762 020
Mail: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy dostaw lub usług.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ):

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja zadania „#wybieram POLSKIE jabłka”.

1. Produkcja filmiku #wybieram POLSKIE jabłka

Czas realizacji: zbiory jabłek

- owocujące sady
- początek sezonu zbiorów (obserwacja pięknie wybarwiających się sadów w przypadku odmian jesiennych)
- nawiązanie do wspomnień z dzieciństwa, smaku jabłek jak u dziadka w sadzie, podkreślenie walorów smakowych oraz bezpieczeństwo produkcji polskich jabłek
- podkreślenie tradycji sadowniczych przekazywanych z pokolenia na pokolenie, dbamy i kształcimy nowe pokolenie sadowników
- jabłko jako pierwszy owoc, który podaje się dziecku w rozszerzaniu diety = bezpieczeństwo

Środki realizacji:

- preprodukcja, produkcja, postprodukcja- spotu/filmiku 30 sekund i filmiku 2,5 minuty, czyli między innymi
 - opracowanie scenariusza filmu
 - wybór aktorów na potrzeby filmu – koniecznie przedstawiciele rodzin sadowniczych, najlepiej wielopokoleniowych (w uzgodnieniu z Zamawiającym)
 - wybór miejsca i przygotowanie nagrania
 - zapewnienie i organizacja wszelkich środków niezbędnych do profesjonalnej realizacji nagrania
 - produkcja profesjonalnego spotu 30 s i filmu 2,5 min
 - montaż nagrania i przygotowanie do publikacji po zapewnieniu lektora i muzyki
 - kompleksowe przygotowanie materiałów spełniających parametry jakościowe/techniczne wymagane do publikacji w wyznaczonych środkach przekazu

Rezultaty realizacji zadania:

- powstanie profesjonalnego 30 sek. filmiku promującego polskie jabłka. Filmik będzie nawiązywał do wspomnień z dzieciństwa, jabłek z sadu od babci, bezpiecznych, z pewnego źródła, najlepszych, uprawianych z „sercem”, autentyczności będzie dodawał fakt, że zamiast najętych aktorów wystąpią w nim sadownicy z rodzinami. Filmik będzie emitowany w internecie oraz metrze i środkach transportu (miejskiego, a docelowo także krajowego).
- powstanie alternatywnego profesjonalnego nagrania ok. 2,5 min. na bazie materiałów z filmiku promującego polskie jabłka, bardziej rozwijającego problemy poruszone w spocie reklamowym.
- Prawa do eksploatacji – 18 miesięcy, dla wszystkich partnerów projektu

Planowane rezultaty:

- dotarcie do 500 tys. osób (za pośrednictwem internetu oraz reklam emitowanych w środkach transportu).

2. Przygotowanie sesji zdjęciowej lifestyle

Czas realizacji: zbiory jabłek

Środki realizacji

- wykonanie i obróbka 24 szt. zdjęć + przygotowanie ich do publikacji z zachowaniem spójnej koncepcji wizualnej projektu. Zdjęcia będą spójne ze spotem (filmikiem) internetowym, ta sama konwencja, te same postacie, autentyczni sadownicy i ich rodziny. Będą zamieszczane w mediach społecznościowych, stronach www partnerów, informacjach prasowych i materiałach graficznych przygotowanych w ramach realizacji projektu oraz po jego zakończeniu.
 - wybór miejsca i przygotowanie planu zdjęciowego
 - zapewnienie i organizacja wszelkich środków niezbędnych do realizacji profesjonalnej sesji zdjęciowej
 - kompleksowe przygotowanie materiałów spełniających parametry jakościowe/techniczne wymagane do publikacji w wyznaczonych środkach przekazu

Rezultaty realizacji zadania:

- powstanie 24 szt. profesjonalnych zdjęć do wykorzystania w mediach społecznościowych projektu – Facebook, Instagram, YouTube, partnerów projektu, grup producenckich zrzeszonych w podmiotach partnerów projektu, publikacjach, materiałach promocyjnych, spotkania prasowe, konferencje krajowe i zagraniczne, prezentacje, eventy, śniadania/briefingi/konferencje prasowe, szkolenia, spotkania biznesowe, reklama w Google, reklama zewnętrzna, digital, wykorzystania do emisji reklam w metrze, na dworcach PKP i PKS

prawa do eksploatacji - na czas nieokreślony

Planowane rezultaty:

Dotarcie do 500 tys. osób za pośrednictwem internetu oraz 100 tys. za pośrednictwem prasy.

3. Przygotowanie, produkcja i promocja gry mobilnej.

Przekaz – wybieram polskie jabłka, bo są modne i zdrowe

Środki realizacji:

- Produkcja gry w wersji 2D dla dzieci (7-12 lat) dostępnej na platformach iOS oraz Android. Tematyka gry będzie dotyczyła szeroko rozumianych zagadnień jabłkowych. Uczestnik będzie zdobywał poszczególne poziomy przecinając jabłka. Lepiej punktowane będą posiadające certyfikaty jakości (element edukacyjny gry). Gra będzie promowana na platformie Google Play oraz w sieciach handlowych.
- Przygotowanie raportu popularności/pobrań gry

Rezultaty realizacji zadania:

Zbudowanie wśród młodszych konsumentów i ich rodziców świadomości, że polskie jabłka są wartościowym produktem. Istnieje wiele odmian jabłek, różne systemy jakości, wszystkie łączy pochodzenie – polskie.

Gra będzie przygotowana w taki sposób, aby spełniała najwyższe wymagania techniczne i technologiczne najnowszej generacji telefonów/tabletów i innych urządzeń na których może być używana gra.

Koncepcja gry będzie atrakcyjna i czytelna dla gracza, dostosowana do wieku i możliwości odbiorcy

Gra będzie umieszczana i promowana w sieciach handlowych (gazetki promocyjne sieci handlowych) oraz na Platformie Google Play oraz AppStore.

Planowane rezultaty:

Zbudowanie kontentu przyszłych świadomych konsumentów polskich jabłek. Dotarcie do 500 tys. osób.

4. Trendy na rynku sadowniczym – raport

Przekaz: Raport przedstawia dane rynkowe, jak również dane od sadowników i grup producenckich, które pokazują wysiłek całej branży w produkcję owoców, szkolenia, rozwój technologiczny, inwestycje i kształcenie (edukowanie).

Dane te przedstawiają całościowy obraz polskiego rynku jabłek oraz definiują trendy mu towarzyszące. Uzyskane od decydentów m. in. Ministra Rolnictwa czy Głównego Inspektora Ochrony Roślin i Nasiennictwa i innych oraz przedstawicieli najważniejszych organizacji branży, komentarze podkreślają, że jest to krok do wypracowania konkurencyjności i powstania planów operacyjnych oraz jeszcze lepszej organizacji sektora.

Środki realizacji:

Powstanie projektu i realizacja Raportu – Trendy na rynku sadowniczym

- Projekt i wykonanie raportu.
- Powstanie raportu w formie papierowej w formacie A4
- Powstanie raportu w formie elektronicznej – na nośniku
- Ilość stron raportu - min 40
- Ilość kompletów min. 100 szt.
- Informacja prasowa o raporcie + infografiki, tabele, wykresów
- Wysyłka raportu w wersji PDF do dziennikarzy
- Zamieszczenie raportu na stronach partnerów kampanii #wybieramPOLSKIEjablka oraz na stronie www.apetytnapolskie.pl
- Informacje z raportu przedstawiane podczas szkoleń on-line.

Wysyłka raportów do decydentów (m.in. MRiRW, Sejmowa Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Senacka Komisja Rolnictwa i Ochrony Środowiska, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, sieci supermarketów).

Planowane rezultaty:

Przedstawienie sytuacji w branży wraz z najnowszymi trendami oraz możliwymi rozwiązaniami dla wypracowania konkurencyjności i dla powstania programów operacyjnych oraz lepszego postrzegania sektora wśród decydentów.

- Przedstawienie sytuacji w branży wraz z najnowszymi trendami oraz możliwymi rozwiązaniami dla wypracowania konkurencyjności i dla powstania programów operacyjnych oraz lepszego postrzegania sektora wśród poszczególnych podmiotów łańcucha żywnościowego
- Kształtowanie postaw wzajemnego zaufania pomiędzy uczestnikami łańcucha żywnościowego
- Przedstawienie analizowanych zagadnienie za pomocą między innymi infografik, tabel, wykresów
- Rozesłanie komunikatu do mediów budującego pozytywny wizerunek branży sadowniczej w Polsce – świadomych, odpowiedzialnych, znających najnowsze trendy, dokładających największych starań, aby jabłko spełniało oczekiwania klientów, bo to właśnie dla nich jest produkowane (Idea: każdy owoc jest dla kogoś).

Kontent raportu zostanie przygotowany w porozumieniu z Zamawiającym.

5. Realizacja szkolenia Świadomy Sadownik

Przekaz:

Szkolenie on-line w formie prezentacji poruszającej zagadnienia związane ze strategią *Kodeksu etyki żywnościowej* i w oparciu o raport „Trendy na polskim rynku sadowniczym”.

Dzięki tym działaniom przedstawimy, jak w praktyce należy wdrożyć te strategie w swoich działaniach na rzecz przyszłej zrównoważonej konkurencyjności, ale i bezpieczeństwa produktów spożywczych (jabłek). Przypomniane zostaną podstawowe wartości tj. dobro konsumenta (każdego człowieka) najwyższą wartością. Jakość polskich jabłek i ich pozycja na rynku zależy od działań sadowników w procesie produkcyjnym (za każdym owocem stoi człowiek, jego wiedza, doświadczenie, decyzje).

Formuła szkolenia będzie zaplanowana w ten sposób, aby było ono przystępne dla sadowników. Pokaże, że warto inwestować w rozwój, nowoczesność z poszanowaniem *Kodeksu etyki żywnościowej*.

Środki realizacji:

- 3 szkolenia on-line w formie prezentacji w prosty i przejrzysty sposób edukujące przedstawicieli branży sadowniczej
- Przygotowanie kontentu szkoleń zgodnego z założeniami
- Prowadzenie szkoleń przez eksperta z danej dziedziny
- Stworzenie prezentacji zgodnie z założeniami kontentu z wykorzystaniem infografik, wykresów, tabel , spełniającej warunki techniczne konieczne do prezentacji on – line (preprodukcja, produkcja, postprodukcja)
- Publikacja szkoleń (linków) na stronach partnerów i kanale YouTube
- Promocja i promowanie szkoleń on -line

Rezultaty działania:

- umacnianie wizerunku **polskich sadowników jako przedsiębiorczych, dbających o rozwój, jakość produktu, nastawionych na zrównoważony rozwój, produkcję zgodną ze światowymi standardami i *Kodeksem etyki żywnościowej*, mających świadomość, że ich jabłka są dla kogoś (konsumenta)**, a więc muszą spełniać wszelkie standardy bezpieczeństwa.
- promocja branży sadowniczej
- zainteresowanie tematyką bezpieczeństwa produkcji

- zachęcenie do poddawania się nie tylko standardom systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności, ale także wysokim standardom etycznym.
- Przekazanie wiedzy w profesjonalny ale przystępny sposób za pomocą min. infografik

Planowane rezultaty:

- dotarcie do przedstawicieli branży sadowniczej w całym kraju za pośrednictwem narzędzi on – line
- kształtowanie postaw wzajemnego zaufania pomiędzy uczestnikami łańcucha żywnościowego.

6. Przygotowanie broszury „Świadomy sadownik” która pomoże sadownikom/producentom budować trwałe relacje z sąsiadami (innymi sadownikami/producentami) oraz pokaże, jak mają współpracować między sobą i organizować produkcję w swoich gospodarstwach z poszanowaniem upraw sąsiada zgodnie z *Kodeksem etyki żywnościowej*, w myśl którego dobro każdego konsumenta (a więc każdego człowieka) powinno być priorytetem. Ponadto broszura ma podkreślać, że jakość i bezpieczeństwo produktu (w tym wypadku jabłek) ma istotny wpływ na życie i zdrowie konsumentów. Za jej pośrednictwem umocniony zostanie etos polskiego sadownika jako producenta bezpiecznej żywności. Przypomniane zostanie, że sadownik to z jednej strony, ten który stoi za owocem (to od jego pracy, zaangażowania, wiedzy i doświadczenia zależy jakie mamy owoce), a jednocześnie każdy owoc jest dla kogoś – musi zatem być wyprodukowany zgodnie ze sztuką, z poszanowaniem podstawowych zasad bezpieczeństwa i jakości żywności.

Środki realizacji:

- Powstanie projektu i realizacja broszury
- Projekt i wykonanie infografik, wykresów , tabel i treści
- Powstanie broszury w formie papierowej
- Powstanie broszury w formie elektronicznej
- Ilość kompletów min. 10 000 szt.

- Informacja prasowa o broszurze
- Zamieszczenie broszury na stronach partnerów kampanii #wybieramPOLSKIEjablka oraz na stronie www.apetytnapolskie.pl

Ilość szt. 10 000.

Rezultaty działania

Rezultatem jest zbudowanie wśród konsumentów świadomości polskiego sadownika, jako tego który odpowiedzialnie podchodzi do swojej pracy, ze świadomością że od jego działań i wyborów zależy zdrowie konsumentów.

Kontent broszury zostanie przygotowany w porozumieniu z Zamawiającym. Dystrybucja broszury przez partnerów projektu.

7. Konferencja prasowa rozpoczynająca (Obchody Światowego Dnia Jabłka)

- **Konferencja prasowa rozpoczynająca** realizację projektu #wybieram POLSKIE jabłka przy okazji najważniejszego „jabłkowego” święta

Środki realizacji:

- na wydarzenie zostaną zaproszeni dziennikarze prasowi, radiowi i telewizyjni, ale także przedstawiciele decydentów oraz sieci handlowych – minimum 200 osób
- dla każdego uczestnika zostanie przygotowane zestaw jabłkowych giftbagów zawierający między innymi
 - torba
 - pendrive
 - jabłko
 - przetwory jabłkowe
- **Jabłkowy pokaz kulinarny** wraz z degustacją dla zainteresowanych gości konferencji
- Wystąpienia ekspertów z dziedziny, produkcji jabłek, dietyki i kuchni
- Informacja w mediach na temat konferencji

- Relacja i podsumowanie konferencji na mediach społecznościowych

Znany z przekazów medialnych kucharz i ambasador produktów regionalnych przygotowują kilka potraw z wykorzystaniem jabłka jako składnika idealnie komponującego się zarówno z mięsem i na słodko.

- zaproszeni przedstawiciele mediów będą mieli szansę na poznanie różnorodności zagadnień „jabłkowych” od typowo prozdrowotnych, po kulinarne
- przedstawiciele sieci handlowych zaproszonych na konferencję będą mieli okazję poznać/utwierdzić się w przekonaniu, że sadownictwo to prężnie rozwijająca się gałąź gospodarki, jabłka są pełnowartościowym owocem, dobrem narodowym, dzięki swej różnorodności (mnogość odmian, certyfikaty) są zawsze modne, a odpowiednio kierowane działania promocyjne mogą zwiększyć popyt na ten produkt, a tym samym obroty handlowe, współpraca nastawiona na polską produkcję będzie zaś pozytywnie odbierana przez konsumentów.
- wszystkie elementy konferencji będą przy zachowaniu reżimu sanitarnego

Rezultaty działania:

- zbudowanie wizerunku polskich jabłek, jako bardzo wartościowych i najwyższej jakości owoców
- promocja polskich jabłek, prezentacja działań realizowanych w ramach projektu #wybieramPOLSKIEjabłka
- nawiązanie kontaktów z przedstawicielami mediów
- zainteresowanie mediów tematyką jabłkową
- przypomnienie niejednokrotnie zapomnianych jabłkowych smaków

Działania do zrealizowania:

- Przygotowanie listy gości (w porozumieniu z Zamawiającym), koordynacja działań związanych z organizacją konferencji, opracowanie zaproszeń, wysyłka zaproszeń do 200 gości, zapewnienie transportu
- Wynajem Sali konferencyjnej
- Wynajem sprzętu niezbędnego do przeprowadzenia konferencji (oświetlenie, nagłośnienie, sprzęt potrzebny do wyświetlania prezentacji)
- Wynajem ścianki prasowej
- Wynagrodzenie dla prelegentów (koszty zabierają wynagrodzenie za udział głos ekspercki z zakresu żywienia oraz marketingu produktu i co najmniej 20 min. wystąpienie z opcją odpowiedzi na pytania)
- Wynagrodzenie za prowadzenie konferencji
- Wynagrodzenie za organizację cateringu dla uczestników konferencji (serwis kawowy, lunch)
- Wynagrodzenie za przeprowadzenie jabłkowego pokazu kulinarnego z degustacją dla zainteresowanych uczestników konferencji
- Przygotowanie 200 szt. giftpaków dla uczestników konferencji

8. Obsługa prasowa projektu – komunikacja medialna związana z projektem #wybieramPOLSKIEjabłka

Do Wykonawcy będzie należało:

- przygotowanie bazy mediów rekomendowanych; przygotowanie 4 informacji prasowych miesięcznie oraz wysyłka do mediów wraz z monitorowaniem, koordynacja komunikacji z konsumentem); monitoring mediów + raportowanie przez okres 6 miesięcy
- prowadzenie profili w mediach społecznościowych – Facebook, Instagram przez okres 7 miesięcy.
- Przygotowanie ewaluacji projektu

Środki realizacji: nawiązanie współpracy z biurem prasowym, które w profesjonalny sposób zajmie się komunikacją zewnętrzną dotyczącą realizacji projektu #wybieramPOLSKIEjabłka

W szczególności oferta powinna obejmować między innymi następujące elementy:

1. Prowadzenie fanpagów na Facebook i Instagram przez okres 7 miesięcy w sposób spójny z całą kampanią
2. Preprodukcje , produkcję i postprodukcję – materiałów filmowych i zdjęć objętych zapytaniem ofertowym
3. Obsługa konferencji. (Promocja i organizacja wydarzenia, relacja w mediach. Organizacja miejsca umożliwiającego nagranie dla dziennikarzy, gości, ekspertów, wywiadów. Organizacja prezentacji jabłek i ich przetworów.)
4. Produkcja wszystkich materiałów potrzebnych do realizacji zamówienia.
5. Nadzór strategiczny nad wdrożeniem działań zadania przez cały okres trwania zadania.
6. Wsparcie działań PR-owych w mediach elektronicznych przez okres 7 miesięcy.
7. Prowadzenie biura prasowego przez okres 7 miesięcy (opracowanie komunikatów prasowych i dystrybucja ich w mediach: branżowych, kobiecych, lifestylowych, informacyjnych, prozdrowotnych, biznesowych).
8. Monitoring mediów elektronicznych przez cały okres trwania zadania.
9. Projektowanie graficzne (projektowanie graficzne materiałów, service design).
10. Sporządzanie raportów z każdego z wykonanych działań, zawierających dowody realizacji zakładanych celów. Dodatkowo sporządzenie raportu podsumowującego cały projekt.
11. Przeprowadzenie procesu ewaluacji wraz z wnioskami.

Cena całkowita netto oferty nie może przekroczyć kwoty 475 794,00 złote (czterysta siedemdziesiąt pięć tysięcy siedemset dziewięćdziesiąt cztery złote 00/100).

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 6 lat, przed upływem terminu składania oferty, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał (zrealizował, zakończył) co najmniej dwie usługi dotyczące organizacji działań promocyjnych w tym imprez oraz organizowania spotkań z mediami lub działań o podobnym charakterze finansowanych ze środków publicznych, realizowane w ramach jednego zlecenia lub jako oddzielne zadania, o łącznej wartości co najmniej 320 000,00 PLN (słownie złotych: trzysta dwadzieścia tysięcy). 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.

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: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl** . Dodatkowo, możliwe jest złożenie oferty w formie papierowej w biurze Stowarzyszenia Sady Grójeckie (ul. Niemojewska 19, 05-660 Warka) nie później niż do godz.16:00 ostatniego dnia składania ofert.
3. Oferta musi zawierać ponadto: pełną nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy w chwili złożenia oferty nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji 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 (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351)” (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, niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,
 - 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 05.10.2020 roku, godz. 24:00.

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą cenę netto otrzyma 30 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku)

$$\text{Kryterium 1} = \frac{\text{najniższa cena netto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{cena netto badanej oferty}} \times 30 \text{ pkt}$$

Kryterium 2: doświadczenie oferenta w zakresie realizacji projektów promocyjnych – waga kryterium 30.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Doświadczenie w realizacji projektów promocyjnych dla branży spożywczej	10
2.	Doświadczenie w organizacji konferencji, spotkań z mediami.	10
3.	Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii digital i online	5
4.	Wartość projektów promowanych przez oferenta	5

$$\text{Kryterium 2} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2}} \times 30 \text{ pkt}$$

Kryterium 3: Ocena merytoryczna oferty – 40 pkt.

Kryterium 3 będzie rozpatrywane na podstawie merytorycznej oceny punktowej rozwiązań zaproponowanych przez Wykonawcę w programie. Najkorzystniejsza oferta może otrzymać ocenę 40 punktów, gdzie ocenie zostaną podane następujące parametry:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Wizja artystyczna przekazu programu oraz jej spójność	15
2.	Czytelność argumentów racjonalnych przedstawionych w przekazie i przejrzystość przesłania zgodna z celami projektu	5
3.	Zauważalność i siła oddziaływania przekazu, w tym potencjalna liczba odbiorców przekazu	10
4.	Innowacyjność rozwiązań kreatywnych i pomysłów na przeprowadzenie wszystkich działań w ramach programu.	10

Liczba punktów, która otrzyma Oferent w tym kryterium zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

$$\text{Kryterium 3} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 3}} \times 40 \text{ pkt}$$

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Termin realizacji zamówienia: od podpisania umowy – 31 marca 2021 roku
2. Fakturowanie i terminy płatności: do uzgodnienia.

IX. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Magdalena Wrotek-Figarska, magdalena@jablkagrojeckie.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 e-mailową najpóźniej w czwartym dniu roboczym licząc od dnia upublicznienia zapytania ofertowego, tj. do 01.10.2019r do godz. 24:00.
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 nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
8. 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.
9. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie trzech 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).
10. Oferta cenowa powinna być sporządzona wyłącznie w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia.
11. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po wskazanym wyżej terminie nie zostanie uwzględniona.
12. Wykonawca związany jest ofertą 30 dni.
13. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
14. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
15. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Stowarzyszenia Sady Grójeckie.

Informujemy, że Zapytanie ofertowe znajduje się na stronie internetowej Stowarzyszenia Sady Grójeckie www.jablkagrojeckie.pl