

## **ZAPYTANIE OFERTOWE 1/09/2020**

### **I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:**

Stowarzyszenie Sady Grójeckie  
Ul. Niemojewska 19,  
05-660 Warka  
Tel. 698 762 020  
Mail: [stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl](mailto: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: wrzesień/październik

- owocujące sady
- początek sezonu zbiorów (w przypadku odmian letnich i obserwacja pięknie wybarwiających się sadów w przypadku odmian jesiennych)
- nawiązanie do wspomnień z dzieciństwa, smaku jabłek jak u dziadka w sadzie, podkreślenie walorów smakowych i bezpieczeństwa 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:

- opracowanie scenariusza filmu

- wybór aktorów na potrzeby filmu – koniecznie przedstawiciele rodzin sadowniczych, najlepiej wielopokoleniowych
- wybór miejsca i przygotowanie nagrania
- montaż nagrania i przygotowanie do publikacji

#### Rezultaty realizacji zadania:

- powstanie 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 nagrania ok. 2,5 min. na bazie materiałów z filmiku promującego polskie jabłka, bardziej rozwijającego problemy poruszone w spocie reklamowym.

#### Planowane rezultaty:

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

## **2. Przygotowanie sesji zdjęciowej lifestyle**

Czas realizacji – wrzesień/październik

#### 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.

#### Rezultaty realizacji zadania:

- powstanie 24 szt. profesjonalnych zdjęć do wykorzystania w mediach społecznościowych wszystkich partnerów, publikacjach, ewentualnych plakatach i grafikach.

#### 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 przycinając jabłka. Lepiej punktowane będą posiadające certyfikaty jakości (element edukacyjny gry). Gra będzie promowana na platformie Google Play oraz w sieciach handlowych.

#### 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 promowana w sieciach handlowych i na Platformie Google Play.

#### 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:

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).

- Informacja prasowa o raporcie + infografiki
- Wysyłka raportu w wersji PDF do dziennikarzy
- Zamieszczenie raportu na stronach partnerów kampanii #wybieramPOLSKIEjabłka oraz na stronie [www.apetytnapolskie.pl](http://www.apetytnapolskie.pl)
- Informacje z raportu przedstawiane podczas szkoleń on-line.

## Planowane rezultaty:

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

## **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
- publikacja szkoleń (linków) na stronach partnerów i kanale YouTube

#### 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.

#### 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.

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.

## **7. Obchody Światowego Dnia Jabłka (27 września)**

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

### Środki realizacji:

- obchody wydarzenia pozycjonowanego jako najważniejsze święto jabłkowe
- na wydarzenie zostaną zaproszeni dziennikarze prasowi, radiowi i telewizyjni, ale także przedstawiciele decydentów oraz sieci handlowych
- dla każdego uczestnika zostanie przygotowane zestaw jabłkowych giftbagów
- **Jabłkowy pokaz kulinarny** wraz z degustacją dla 200 os. dla uczestników Światowego Dnia Jabłka oraz zainteresowanych gości konferencji

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

- lokalna społeczność i turyści będą mogli spędzić ciekawe popołudnie, dowiedzieć się więcej na temat jabłek, spróbować jabłkowych pyszności
- zaproszeni przedstawiciele mediów będą mieli szansę na poznanie różnorodności zagadnień „jabłkowych” od typowo prozdrowotnych, po kulinarne
- przedstawiciele sieci handlowych zaproszonych na event i 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 eventu 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 konsumentom niejednokrotnie zapomnianych jabłkowych smaków

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

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

**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 spełniania 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](mailto:stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl)
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 21.09.2020 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
-----	------	------------

		<b>liczba punktów</b>
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](mailto: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 14.09.2019r 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 znajdują się na stronie internetowej Stowarzyszenia Sady Grójeckie [www.jablkagrojeckie.pl](http://www.jablkagrojeckie.pl)