

ZAPYTANIE OFERTOWE

na zapewnienie usługi Koordynatora w ramach realizacji zadania: „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE”

I. ZAMAWIAJĄCY

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”.

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:
 - zapewnienie usługi **Koordynatora projektu w ramach realizacji zadania: „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE”**.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
3. Szacowana wartość całkowitego budżetu przedmiotu zamówienia wynosi **44 000,00 zł brutto** (słownie: czterdzieści cztery tysiące złotych 00/100).
4. Budżet (koszt) oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym.
Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone.

III. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (tj.: Dz. U. z 2020 r., poz. 688),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1145, ze zm.), w szczególności art. 70¹ – 70⁵,
- rozporządzeniem 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, ze zm.), zwanym dalej „**rozporządzeniem**”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 07/2020/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 03.01.2020 r.

IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Termin realizacji zamówienia – zadania: 01 sierpnia 2020 r., do 30 czerwca 2021 r.

V. TRYB PRZEPROWADZANEGO POSTĘPOWANIA

1. Postępowanie przeprowadzane jest w trybie jednoetapowego procesu obejmującego:
 - a) publikację Zapytania Ofertowego;
 - b) komisyjne otwarcie ofert;
 - c) weryfikację spełnienia wymogów formalno –prawnych i ocenę złożonych ofert,
 - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
2. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, wyłącznie w języku polskim.
3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych. Za ofertę wariantową zostanie m.in. uznana oferta, w której Wykonawca przedstawi więcej niż jedną kreację dla planowanego do zrealizowania przedsięwzięcia, działania w ramach przedmiotu zamówienia.
5. Zamawiający dopuszcza by kilka podmiotów wspólnie ubiegało się o udzielenie zamówienia. W takim przypadku te podmioty zobowiązane są do ustanowienia Lidera w celu reprezentowania ich w postępowaniu i w zawarciu umowy w przypadku wyboru takiego Wykonawcy przez Zamawiającego.
6. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia oferty, pokrywa Wykonawca.

VI. ZASADY ZMIAN ZAPYTANIA OFERTOWEGO. UDZIELANIE WYJAŚNIEŃ.

1. Zamawiający jest uprawniony do zmian Zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku zmiany treści Zapytania Ofertowego, Zamawiający może wskazać nowy termin składania ofert dłuższy od pierwotnego terminu o czas niezbędny do wprowadzenia zmian w ofertach, o ile przedłużenie tego terminu jest konieczne z uwagi na istotną zmianę Zapytania ofertowego.
3. Informacja o zmianie Zapytania ofertowego oraz o ewentualnym przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich Wykonawców do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej ZZRO <http://www.zzroczynna.com.pl/>.

4. Wykonawca może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego na piśmie o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 5 dni przed terminem otwarcia ofert.

Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: **mar_gol1@op.pl**

5. Zamawiający udzieli wyjaśnień Wykonawcy niezwłocznie. Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi drogą mailową.

6. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację Wykonawcy wraz z odpowiedziami będzie przesyłana do wszystkich Wykonawców, do których przekazano Zapytanie Ofertowe, zamieszczona na stronie internetowej ZZRO oraz zamieszczona w siedzibie Zamawiającego.

7. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

VII. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:

a) przedsiębiorcy - podmioty prowadzące działalność gospodarczą, tj. osoby fizyczne, jednostki organizacyjne posiadające zdolność prawną bądź osoby prawne (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG).

b) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII.

2. Wymogi formalne – jeżeli do postępowania przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum oraz pełnomocnictwo dla lidera, upoważniające lidera do składania oferty w przedmiotowym postępowaniu.

3. Zamawiający weryfikuje czy Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów.

4. Zamawiający i Wykonawca nie mogą prowadzić negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywać jakichkolwiek zmiany w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.

VIII. ODRZUCENIE OFERTY

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

- 1) jej treść nie odpowiada treści Zapytania ofertowego,
- 2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
- 3) jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w niniejszym Zapytaniu ofertowym.

IX. PRZYGOTOWANIE OFERTY

1. Oferta Wykonawcy musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym oraz opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
2. Na ofertę składają się w szczególności:
 - a) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego
 - b) oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Wykonawcę.
4. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszym Zapytaniu Ofertowym muszą spełniać następujące wymogi:
 - 1) oferta i wszystkie załączane dokumenty sporządzane przez Wykonawcę muszą być podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Wykonawcy na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;
 - 2) w przypadku, gdy Wykonawcę reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu Ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub w kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez

- notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy;
- 3) pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Wykonawcy lub poświadczone notarialnie;
 - 4) wszystkie miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy;
 - 5) dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego;
 - 6) dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane oraz być połączone w sposób trwały;
 - 7) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

X. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

Wykonawca pozostaje związany złożoną ofertą przez 3 miesiące. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XI. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie) z dopiskiem „*ZAPYTANIE OFERTOWE NIE OTWIERAĆ DO DNIA 30 lipca 2020 r. DO GODZINY 11.10*”), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu.
3. Opakowanie powinno być oznakowane jako „**ZAPYTANIE OFERTOWE – Koordynator w ramach realizacji zadania: KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE**” oraz opatrzone co najmniej nazwą i adresem Wykonawcy.

4. Termin składania ofert - Ofertę należy złożyć lub wysłać na adres:

Związek Zawodowy Rolników OJCZYŻNA

ul. Podwale 6/107, 22-300 Krasnystaw.

w terminie: **do dnia 30 lipca 2020 r. do godz. 11:00.**

Dla ofert przesłanych pocztą/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty pod wskazany adres.

5. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu.

6. Wykonawca może wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.

7. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.

8. Po wycofaniu oferty Wykonawca może złożyć nową ofertę przed upływem terminu składania ofert.

9. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 30 lipca 2020 r. o godzinie 11.10 pod adresem: Związek Zawodowy Rolników OJCZYŻNA, ul. Podwale 6/107, 22-300 Krasnystaw.**

XII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	Kryterium	waga %
K ₁	Cena (brutto)	60 %
K ₂	Koncepcja koordynowania działań w ramach zadania	20 %
K ₃	Doświadczenie w zakresie koordynacji projektów	20 %

1. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.

2. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru:

$$W = K_1 + K_2 + K_3$$

3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami.

1. Kryterium - Cena (K₁) – waga 60%

Cena **brutto** przedmiotu zamówienia – maksymalna ilość punktów wynosi - **60 punktów**.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_1 = \frac{\text{cena oferty najtańszej (brutto w PLN)}}{\text{cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN)}} \times 100 \times 0,60 = \text{max. 60 pkt}$$

Wartość ofert podana w walucie obcej zostanie przeliczona na PLN wg kursu sprzedaży Narodowego Banku Polskiego z dnia wystawienia (podpisania) oferty.

2. Kryterium - koncepcja koordynowania działań w ramach zadania (K₂) – waga 20%.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **20 punktów**.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o oceny koncepcji w zakresie realizacji projektu uwzględniając w równym stopniu: Poprawność merytoryczną (zgodność koncepcji z koordynowanym zadaniem, proponowaną metodykę pełnienia funkcji koordynatora, planowane do użycia środki z zakresu zarządzania przedmiotem koordynowanego zadania, w tym rozwiązania techniczne i organizacyjne, planowane przyporządkowanie czasu do wykonywanych zadań pod kątem ich wykonalności i efektywności.

- Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia: 15 - 20 pkt,
- Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z założeniami i innymi działaniami zwartymi w Opisie przedmiotu zamówienia, koncepcja wymagająca dopracowania: 9-14 pkt,
- Rozwiązania niespełniające lub w małym stopniu spełniające w/w założenia: 0 - 8 pkt.

Do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów przyznana danej ofercie, w ramach oceny tego kryterium, w stosunku do sumy najwyższej ilości punktów uzyskanej spośród rozpatrywanych ofert - w ramach oceny tego kryterium.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_2 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 0,20 = \text{max 20 pkt}$$

3. Kryterium - Doświadczenie w zakresie koordynacji projektów (K₃) **- waga 20%.**

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **20 punktów**.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o doświadczenie w zakresie koordynacji projektów uwzględniając: doświadczenie zawodowe w koordynacji zadań o zbliżonym charakterze do opisanego w projekcie. Doświadczenie należy wykazać poprzez złożenie dokumentów potwierdzających koordynowanie tego typu imprez (CV, referencje).

- Wykonawca otrzyma 20 pkt., gdy wykaże, że osoba skierowana do realizacji zamówienia koordynowała 2 i więcej imprez o zbliżonym charakterze do opisanego w projekcie.

- Wykonawca otrzyma 10 pkt., gdy wykaże, że osoba skierowana do realizacji zamówienia koordynowała przynajmniej 1 imprezę o zbliżonym charakterze do opisanej w projekcie.

- Wykonawca otrzyma 0 pkt., gdy wykaże, że osoba skierowana do realizacji zamówienia nie koordynowała imprez o zbliżonym charakterze do opisanego w projekcie.

Do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów przyznana danej ofercie, w ramach oceny tego kryterium, w stosunku do sumy najwyższej ilości punktów uzyskanej spośród rozpatrywanych ofert - w ramach oceny tego kryterium.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 0,20 = \text{max 20 pkt}$$

XIII. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym Zapytaniu Ofertowym.
2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów. Jeżeli dwie lub więcej ofert przedstawiają taki sam bilans ceny i

innych kryteriów określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym za najkorzystniejszą ofertę spośród takich ofert uznaje się ofertę z najniższą ceną.

3. Informację o wyniku postępowania Zamawiający prześle do wszystkich Wykonawców, do których zostało skierowane Zapytanie Ofertowe oraz zamieści w siedzibie Zamawiającego oraz na stronie internetowej Zamawiającego.
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwołalne.

XIV. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ ZADANIA/PROJEKTU.

1. Zamawiający, w terminie do 7 dni od powiadomienia wszystkich uczestników postępowania o jego rozstrzygnięciu, zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, umowę której istotne postanowienia zawarte są pkt XV niniejszego Zapytania Ofertowego.
2. W przypadku gdy Wykonawca wybrany w wyniku przeprowadzenia konkurencyjnej procedury wyboru uchyla się od zawarcia umowy, Zamawiający może wybrać Wykonawcę, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert, bez przeprowadzania ponownego postępowania w sprawie wyboru wykonawcy.

XV. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

1. Płatność za usługę będzie realizowana w terminie 14 dni od wystawienia FV za realizowane usługi.
2. Wykonawca będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Zamawiającego kary umownej w wysokości 10 % wartości przedmiotu umowy w przypadku niezrealizowania umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.
3. Wykonawca będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Zamawiającego kary umownej w wysokości 10 % wartości przedmiotu umowy w przypadku nienależytego wykonania umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy lub podwykonawcy.
4. Zamawiający ma prawo potrącić naliczone kary umowne z wynagrodzenia należnego Wykonawcy.
5. Zamawiający zastrzega możliwość dochodzenia odszkodowania uzupełniającego w przypadku wyrządzenia szkody przewyższającej wysokość ustalonej kary umownej.

XVI. INNE POSTANOWIENIA

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia względem Zmawiającego w przypadku skorzystania przez niego z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego Zapytania ofertowego wyboru wykonawcy przedmiotu zamówienia. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne. W powyższym przypadku wykonawcy nie przysługuje od zamawiającego żadne dodatkowe wynagrodzenie lub jakkolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.
4. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
 - 1) tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego lub
 - 2) danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
5. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są także w następującym zakresie:
 - 1) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
 - 2) w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
 - 3) inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć

wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy, w tym w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego zadania/Projektu.

XVII. ZAŁĄCZNIKI

1. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia
2. Formularz Ofertowy Wykonawcy (wzór).
3. Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty.

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym

1.1 Przedmiot zadania

Zapewnienie usługi Koordynatora w ramach realizacji zadania: „ KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE”

1.2 Miejsca realizacji zadania

RZECZPOSPOLITA POLSKA

1.3 Terminy realizacji zadania – projektu:

Usługa koordynacji projektu będzie realizowana w terminie od 01.08.2020 r. do 30.06.2021 r.

Zadanie podzielone jest na 2 etapy.

Nr etapu	Data rozpoczęcia realizacji etapu	Data zakończenia realizacji etapu	Czas trwania etapu podany w miesiącach
ETAP I	01.08.2020	31.12.2020	5 miesięcy
ETAP II	01.01.2021	30.06.2021	6 miesięcy

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

1.4 Opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest zapewnienie usługi pełnienia funkcji koordynatora projektu w ramach realizacji zadania pn. „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE ”, finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego.

W ramach zamówienia funkcję koordynatora pełnić będzie Wykonawca (jeżeli jest osobą fizyczną) albo osoba fizyczna inna niż Wykonawca, którą Wykonawca dysponuje w chwili złożenia oferty, wskazana w ofercie do pełnienia funkcji koordynatora.

Wymagania względem osoby wskazanej w ofercie do pełnienia funkcji koordynatora:

- dyspozycyjność
- kreatywność i elastyczność,

- umiejętność pracy w zespole i komunikatywność,
- znajomość zasad obsługi funduszy promocji produktów rolno - spożywczych,

Obowiązki koordynatora:

1. Świadczenie usługi koordynatora projektu. Wykonawcę obowiązuje należyta staranność w wykonywaniu przedmiotu zamówienia.
2. Do zadań koordynatora projektu należy:
 - a. Opracowanie i aktualizowanie planów i harmonogramów poszczególnych zadań, dotyczących realizacji zadania,
 - b. Nadzór merytoryczny nad materiałami przekazywanymi od podwykonawców w tym:
 - działania reklamowe - spot TV, reklama w czasopiśmie, billboardy,
 - projekty graficzne materiałów informacyjno-promocyjnych,
 - strona www, Facebook, portale ogólnopolskie,
 - stoisko targowe,
 - gadżety itp.
 - c. Terminowe i prawidłowe realizowanie całości zadania,
 - d. Ścisła współpraca i regularna komunikacja oraz nadzór nad pracą wszystkich osób zaangażowanych w realizację zadania,
 - e. Gromadzenie i przygotowanie dokumentacji niezbędnej do rozliczenia zadania,

Zadanie pn. „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE ” obejmuje swoim zakresem:

- **Miejsca realizacji zadania - RZECZPOSPOLITA POLSKA**
- **Terminy realizacji zadania – projektu:**

Cały projekt realizowany będzie w terminie od 01.08.2020 r. do 30.06.2021 r.

Realizacji zadania jest podzielona na etapy

Nr etapu	Data rozpoczęcia realizacji etapu	Data zakończenia realizacji etapu	Czas trwania etapu podany w miesiącach
ETAP I	01.08.2020	31.12.2020	5 miesięcy
ETAP II	01.01.2021	30.06.2021	6 miesięcy

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

L.P.	DZIAŁANIE	TERMIN
1	Opracowanie Strategii kampanii	VIII.2020
2	Opracowanie graficzne: - gadżetów - kalendarzy - reklamy prasowej - billboardów - poradnika/informatora - stoiska na targi	VIII.2020
3	Opracowanie merytoryczne + druk ankiety	VIII.2020
4	Rezerwacja powierzchni na targi	VIII.2020
5	Uruchomienie mediów społecznościowych FB, monitoring dyskusji w mediach społecznościowych	VIII.2020
6	zakup 500 rekordów (hotel);	VIII.2020
7	Budowa stoiska na targach	IX.2020
8	Druk poradnika/informatora	VIII.2020
9	Wysyłka poradnika/informatora	VIII.2020
10	Druk pisma do grupy HoReCa	XII.2020
11	Emisja beneru w internecie	VIII. 2020
12	Wykonanie gadżetów i materiałów promocyjnych	VIII.2020
13	Wysyłka pisma przewodniego do grupy HoReCa	XII.2020
14	Umieszczenie reklamy w prasie kobiecej	X.2020
15	Druk i wieszanie billboardów	X.2020
16	Emisja spotu w TV (80 emisji)	XI.2020
17	Analiza Pomiaru - ankiety	VI.2021
18	Uczestnictwo w targach	IX.2020

1.2 Beneficjenci działania:

Kampania skierowana jest do trzech grup docelowych.

- TG 1 - to konsumenci w tym w szczególności,
 - o osoby decyzyjne i odpowiedzialne za wydatki domowe na produkty żywnościowe,
 - o kobiety w przedziale wiekowym 25 do 54+;
 - o matki - dbające o prawidłowo zbilansowaną dietę dziecka;
 - o osoby dbające o zdrowy styl życia i sylwetkę
- TG 2 - to przedsiębiorcy, producenci

□ TG 3 - grupa HoReCa - to grupa mająca wspomóc TG 2 w promowaniu polskich produktów w branży restauracyjno-hotelarskiej. W naszym założeniu chcemy zachęcić przedstawicieli HoReCa aby np. w kartach menu wprowadzali oznakowanie polskich produktów a przede wszystkim odpowiednio oznaczali produkty śniadaniowe, które zazwyczaj są bardzo bogato (duża różnorodność) eksponowane w restauracjach hotelowych (np. poprzez oznakowanie wykałaczką z flagą "Produkt polski").

Ad. TG 1 - tak jak wspomnieliśmy w pkt. 2.1 konsumenci bardzo chętnie kupowaliby polskie produkty bądź produkty wyprodukowane w Polsce. Niestety świadomość konsumencka nie jest wystarczająco dobra aby z szerokiej gamy produktów wyeksponowanych na półkach sklepowych wybrać te polskie.

23% respondentów uważa, że na produktach brak jest "jasnego" i czytelnego oznakowania, że produkt jest polski.

Ponadto TG 1, to grupa która chce siebie widzieć jako świadomych konsumentów i wybierałaby polskie produkty, gdyby miała pełną informację. Trend świadomej konsumpcji jest przecież w Polsce coraz silniejszy. Widać to choćby po tym, jak popularna jest żywność ekologiczna, czy wyszukiwanie w Internecie szczegółowych informacji o usługach i towarach.

Grupa TG 2 - musi otrzymać jasny przekaz, jakie są oczekiwania konsumenckie TG1 i TG3. Że dzięki odpowiedniemu oznakowaniu produktów konsument z łatwością dokona zakupu poszukiwanego produktu.

Grupa TG 3 - to grupa, która ma duży wpływ na decyzje zakupowe restauracji wolnostojących i restauracji hotelowych. To grupa, która bardzo silnie może promować polskie produkty zarówno wśród konsumentów krajowych jak i zagranicznych. Warunkiem skutecznej promocji przez TG 3 jest posiadanie wiedzy w zakresie pochodzenia produktów oraz narzędzi marketingowych do oznaczania polskich produktów (np. wykałaczki z flagą "Produkt polski").

1.4 Opis działań:

Kampanię promocyjną planujemy przeprowadzić w okresie 11 miesięcy.

Obrany czas zapewni nam dotarcie do jak największej liczby odbiorców, jej powtarzalność zapewni utrwalenie przekazu w świadomości konsumentów a tym samym zmianę myślenia, zmianę trendów zakupowych. Poza tym prowadzenie kampanii zapewni nam globalne spojrzenie konsumentów na polskie produkty.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

Działania marketingowe podzieliliśmy na 3 grupy:

- 1-sza grupa - skierowana do TG1:
 - Emisja spotu telewizyjnego (80 emisji) w paśmie programów w paśmie ogólnopolskim
 - Akwizycja internetowa
 - Reklama w prasie kobiecej Reklama banerowa na portalach ogólnopolskich takich jak: Onet, WP, TVN24 i inne - (4 mln odsłon)
 - Facebook - skierowany również do Polaków mieszkających zagranicą;
 - gadżety
- 2-ga grupa - skierowana do TG2:
 - Akwizycja internetowa
 - facebook
 - Wysyłka informatora/poradnika do firm zrzeszających producentów i przetwórców
 - wysyłka informatora/poradnika do grupy HoReCa
 - wysyłka gadżetu promującego polskie wyroby do grupy HoReCa
- 3-cia grupa: działania wspólne dla TG1, TG2 i TG 3:
 - Facebook
 - strona www
 - akwizycja internetowa
 - billboardy – 50 szt/12m2, zasięg cały kraj

1.5 Planowane rezultaty zadania

Reklama, demonstracja użyteczności, podpowiadanie sposobów wykorzystania, nawiązywanie do polskich tradycji kulinarnych wszystko to są działania sprzyjające dalszej poprawie percepcji produktów mlecznych wśród polskich konsumentów.

Wykorzystanie potencjału wytwórczego musi wiązać się z rozwojem konsumpcji krajowej. To z kolei uzależnione jest przede wszystkim od zachowania przewag konkurencyjnych na jednolitym rynku europejskim oraz utrwalania i rozszerzania dobrego wizerunku polskich produktów mlecznych na rynku wewnętrznym i na rynkach pozaeuropejskich. Również w tym przypadku bardzo ważne są działania promocyjne. W ramach walki z otyłością wśród dzieci i młodzieży projekt ma na celu edukację zmierzającą do kształtowania wśród nich poprawnych nawyków

żywnościowych oraz zwiększenie ich wiedzy o wartościach odżywczych produktów mlecznych poprzez wskazanie różnorodności jej przygotowania oraz zastosowania. Chcemy pokazać, że dobrze skomponowany posiłek zawierający w sobie produkty mleczne w pełni zaspakaja potrzeby młodego organizmu w niezbędne składniki. Naszym celem jest uświadomienie młodemu pokoleniu i wypracowanie świadomości prawidłowego odżywiania się i konieczności uwzględniając w codziennej diecie wszystkich składników zdrowej diety w której komponentem są między innymi produkty mleczne.

Cele realizacji zadania według zasady S.M.A.R.T

1. Szczegółowy

Chcemy, aby dzięki podjętym działaniom, grupa docelowa dowiedziała się, dlaczego warto kupować produkty mleczne, wokół tego celu jest skupiona kampania informacyjna. Cele te pomogą również w realizacji celów pobocznych, dających efekty długofalowe, ale mniej mierzalne, ze względu na rozciągnięcie ich efektów w horyzoncie czasowym, przekraczającym zakres tego zadania. Przykładem takiego celu, jest wzmocnienie wizerunku polskich producentów mleka i jego przetworów, jako godnego zaufania źródła zaopatrzenia.

2. Mierzalny

Ze względu na charakter działań zasadniczych, kierowanych do ściśle określonej grupy docelowej, zdecydowaliśmy, że najlepszym sposobem pomiaru efektów zadania będzie monitorowanie projektu przeprowadzone na podstawie ankiet rozdawanych uczestnikom w zamian za gadżety promocyjne.

3. Osiągalny

Wszystkie cele stawiane temu zadaniu są w pełni osiągalne. Wiemy kto, w jakim czasie i gdzie będzie zajmował się wykonaniem poszczególnych elementów zadania. Nie ma żadnych punktów w projekcie, które mogą nie zostać zrealizowane lub ich wykonanie nie jest pewne. Jesteśmy przekonani, że dzięki właściwej kampanii informacyjnej połączonej z edukacją i promocją przekazu jesteśmy w stanie wygenerować zakładane i pozytywne rezultaty.

4. Realistyczny

Uważamy, że cele stawiane temu zadaniu są istotne z punktu widzenia całej polskiej branży, związanej z produkcją i przetwórstwem mleka. Są mocno zakorzenione w rzeczywistości producentów mleka, ponieważ postawiliśmy na działania, które bezpośrednio angażują grupę docelową do dalszej aktywności zakupowej,

przekładając się na wymierne korzyści ekonomiczne i wizerunkowe dla branżowych uczestników rynku.

5. Określony w czasie

Zadanie jest jasno określone w czasie i dopasowane do wydarzeń, z których chcemy skorzystać w celu promocji naszego przekazu są opisane w poprzednich punktach tego wniosku. Przewidujemy możliwość marginalnych korekt w sposób adekwatny do zachodzących zmian oraz z uwagą skupioną na osiąganiu celów wyznaczonych dla realizowanego zakresu projektu, jeśli organizatorzy wydarzeń zdecydują się na zmiany, niemożliwe do przewidzenia w momencie planowania.

1.6 Monitoring i ewaluacja:

Koordinator projektu na bieżąco będzie monitorował przebieg kampanii, jej zasięg, komentarze konsumentów na portalu społecznościowym, oraz poprzez rozmowy i ankiety na targach. Po zakończonym zadaniu będzie gromadził w formie pisemnej i analizował:

- Statystyki zasięgu postów na Facebook;
- Statystyki wyświetleń reklamy banerowej;

Zakładamy przeprowadzenie pomiaru ilościowego tj. ankiety.

Technika ilościowa (ankieta) pozwoli skwantyfikować poszczególne badane obszary, odpowiedzieć w konkretny sposób na postawione w niej pytania.

Zalety:

- Badaniem można objąć dużą grupę osób,
- Anonimowość,
- Swoboda wypowiedzi, brak sugestii ze strony innych,
- Niskie koszty realizacji,
- Dotarcie w krótkim czasie do dużej liczby osób,
- Łatwość realizacji i analizy danych.

Analizy wykorzystanej techniki ilościowej w ramach procesu badawczego dokona koordinator projektu.

1.7 Szczegółowy budżet zadania w podziale na rodzaje promowanych produktów.

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia wynosi **606 880,90 zł brutto** (słownie: sześćset sześć tysięcy osiemset osiemdziesiąt złotych 90/100)

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia ¹	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
			ilość	cena jednostkowa	łącznie
1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Emisja spotu reklamowego w telewizji ogólnopolskiej (łącznie 80 emisji)	1 szt.	60 000,00 zł	60 000,00 zł
		Kampania reklamowa w sieci o zasięgu krajowym 4 mln wyświetleń	1 szt.	60 000,00 zł	60 000,00 zł
		Reklama na portalach społecznościowych Facebook (8 postów w miesiącu + płatne reklamy o zasięgu min. 20 000 odsłon)	10 miesięcy	9 000,00 zł	90 000,00 zł
		Reklama prasowa w 2 czasopiśmie (kobiece i kulinarne)	1 szt.	59 000,00 zł	59 000,00 zł
2	Przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Opracowanie strategii kampanii	1 szt.	5 000,00 zł	5 000,00 zł
		Opracowanie graficzne i merytoryczne informatora/poradnika	1 szt.	3 600,00 zł	3 600,00 zł
		Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych : gadzety, billboardy, reklamy prasowej	1 szt.	1 000,00 zł	1 000,00 zł
		Opracowanie graficzne stoiska na targi	1 szt.	5 000,00 zł	5 000,00 zł
		Opracowanie graficzne i merytoryczne ankiety	1 szt.	2 000,00 zł	2 000,00 zł
3	udział w pokazach, wystawach i targach	Zabudowa stoiska na targach World Food (w tym wyposażenie, oznakowanie o współfinansowaniu)	1 szt.	25 000,00 zł	25 000,00 zł
4	prowadzenie serwisu internetowego	Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej	10 miesięcy	500,00 zł	5 000,00 zł
		Akwizycja internetowa – monitorowanie dyskusji w mediach społecznościowych (przez okres 10 miesięcy)	10 miesięcy	7 500,00 zł	75 000,00 zł
		Zakup domeny internetowej- na okres 1 roku	1 szt.	123,00 zł	123,00 zł
5	najem powierzchni informacyjno-promocyjnych	Rezerwacja i wynajem powierzchni na targi World Food wraz z opłatą rejestracyjną, wpisem do katalogu, podłączeniem infrastruktury	1 szt.	15 000,00 zł	15 000,00 zł
		Wynajem powierzchni billboardowej	50 szt.	1 470,00 zł	73 500,00 zł
6	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	Skład i druk poradnika/informatora (oprawa twarda, kolor 4+4, papier kreda 170 g/m2)	1400 szt.	24,50 zł	34 300,00 zł
		Druk pisma przewodniego do grupy HoReCa	500 szt.	1,23 zł	615,00 zł
		Wykałaczki z logo	30 000szt.	0,30 zł	9 000,00 zł
		Roll-up	1 szt.	600,00 zł	600,00 zł
		Rękawice kuchenne z oznakowaniem	1000 szt.	6,00 zł	6 000,00 zł
		Elegancka zapalarka do grilla z oznakowaniem za wypełnienie ankiety	300 szt.	20,00 zł	6 000,00 zł
		Długopisy plastikowe z oznakowaniem	1000 szt.	1,85 zł	1 850,00 zł
		Kalendarz trójdzielny z indywidualną grafiką na 2021 r	300 szt.	15,00 zł	4 500,00 zł

		Druk billboardów	50 szt.	132,84 zł	6 642,00 zł	
		Druk ankiet	300 szt.	1,23 zł	369,00 zł	
		Zakup kopert bąbelkowych do wysyłki poradnika/informatora	300 szt.	2,46 zł	738,00 zł	
		Wysyłka poradnika/informatora do firm zrzeczających producentów/przetwórców	300 szt.	23,37 zł	7 011,00 zł	
		Wysyłka przesyłek do HoReCa	500 szt.	23,37 zł	11 685,00 zł	
7	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Hostessy na targi	2 os./3 dni	450,00 zł	2 700,00 zł	
		Koordinator projektu 1 osoba	11 miesięcy	4 000,00 zł	44 000,00 zł	
		Zakup bazy danych HoReCa	500 szt.	3,69 zł	1 845,00 zł	
		Konfekcjonowanie przesyłek HoReCa	500 szt.	4,30 zł	2 150,00 zł	
		Wykupienie praw autorskich na rok 2020 - do spotu telewizyjnego nagranych w 2018r.	1 szt.	15 000,00 zł	15 000,00 zł	
		Konfekcjonowanie i adresowanie paczek do wysyłki broszury do firm zrzeczających producentów/przetwórców	300 szt.	1,85	555,00 zł	
		Sesja zdjęciowa polskich wyrobów, produktów w kompozycjach do grupy HoReCa i poradnika/informatora	1 szt.	8 000,00 zł	8 000,00 zł	
8	koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu	podróży samochodem	Przejazd na targi na trasie Krasnystaw-Warszawa-Krasnystaw	500 km	0,8358 zł	417,90 zł
		zakwaterowania	Nocleg dla uczestników targów Word Food	4 os./3 dni	480,00 zł	5 760,00 zł
		pobytu w miejscu realizacji operacji, w tym wyżywienia, przejazdów, połączeń telefonicznych	Wyżywienie dla uczestników targów Word Food	4 os./3 dni	160,00 zł	1 920,00 zł

FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa:

Siedziba:

Nr telefonu/faks:

adres-mail:

nr NIP:

nr REGON:

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Dane dotyczące Zamawiającego:

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na zapewnienie usługi „**Koordynatora w ramach realizacji zadania: „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY MLECZNE”** składam/y niniejszą ofertę oświadczając, że akceptujemy w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jego załącznikami.

1. Oferuje/my wykonanie całego przedmiotu zamówienia zgodnie z postanowieniami Zapytania Ofertowego przedmiotowego postępowania za cenę brutto:

CENA brutto _____ **PLN**

słownie złotych: .

.....

.....

stawka podatku VAT:%

2. Koncepcja realizacji funkcji koordynatora zadania oraz udokumentowanie doświadczenia w realizacji zbliżonych projektów stanowi załącznik do niniejszej oferty.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty, jakie ponosi Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w Zapytaniu Ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
 - posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2018 r., poz. 646, ze zm.);
 - posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
 - dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
 - dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
6. Oświadczamy, że oferta jest dla nas wiążąca przez okres 3 miesięcy, liczony od daty upływu terminu na składanie ofert.
7. Oświadczam (-my), że przedmiot zamówienia wykonam(-my) osobiście/z udziałem podwykonawców*.
8. Wykaz części zamówienia, której wykonanie Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy:

a)
.....

Osoba do kontaktów z Zamawiającym:

..... tel. kontaktowy, faks:

zakres odpowiedzialności:

.....

Załączniki do Formularza Ofertowego:

1.

2.

3.

4.

5.

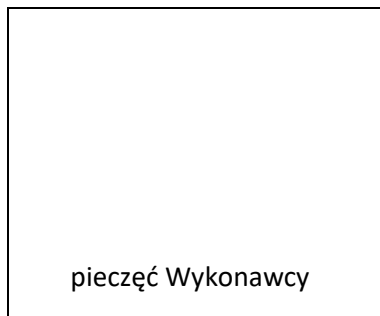
6.

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r.

.....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu Wykonawcy

*) niepotrzebne skreślić



**Oświadczenie
o braku podstaw do odrzucenia oferty**

Składając ofertę w postępowaniu na podstawie Zapytania ofertowego na zapewnienie usługi „Koordynatora w ramach realizacji zadania: „KUPUJ I SMAKUJ POLSKIE PRODUKTY **MLECZNE**” „oświadczam (-y), że nie ma podstaw do odrzucenia niniejszej oferty z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdziale VIII „Odrzucenie oferty” Zapytania Ofertowego .

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r.

.....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu Wykonawcy
