

ZAPYTANIE OFERTOWE

na zapewnienie usługi Koordynatora w ramach realizacji zadania: „SZUKAJ I
PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II”

I. ZAMAWIAJĄCY

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”.

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:
 - zapewnienie usługi **Koordynatora projektu w ramach realizacji zadania: „SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II”**.
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 2017 r., poz. 2160, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: 2018 r. poz. 1025, 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 maja 2020 r., do 31 marca 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 wskaże 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 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 OFERTĄ

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 27 kwietnia 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: SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II**” 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 27 kwietnia 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.

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

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

3. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 27 kwietnia 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.
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 Zamawiającego 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 jakakolwiek 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: „ SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II”

1.2 Miejsca realizacji zadania

RZECZPOSPOLITA POLSKA

1.3 Terminy realizacji zadania – projektu:

Usługa koordynacji projektu będzie realizowana w terminie od 01.05.2020 r. do 31.03.2021 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	01.05.2020	30.09.2020	5 miesięcy
ETAP II	01.10.2020	31.03.2021	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. „SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II ”, 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. „SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II ” obejmuje swoim zakresem:

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

Cały projekt realizowany będzie w terminie od 01.05.2020 r. do 31.03.2021 r.

L.p.	Działanie	Termin
1	Opracowanie Strategii kampanii	V.2020
2	Opracowanie graficzne: - gadżetów - kalendarzy - reklamy prasowej - billboardów - poradnika/informatora - stoiska na targi	V.2020
3	Opracowanie merytoryczne + druk ankiety	V.2020
4	Rezerwacja powierzchni na targi	VI.2020

5	Uruchomienie mediów społecznościowych FB, monitoringu dyskusji w mediach społecznościowych	VI.2020
6	Zakup 1.000 rekordów z adresami (hotelu);	VI.2020
7	Budowa stoiska i uczestnictwo w targach	IX.2020
8	Druk poradnika/informatora	V.2020
9	Wysyłka poradnika/informatora	VIII.2020
10	Druk pisma do grupy HoReCa	VII.2020
11	Emisja beneru w Internecie	VII. 2020
12	Wykonanie gadżetów i materiałów promocyjnych	VII.2020
13	Wysyłka pisma przewodniego do grupy HoReCa	VIII.2020
14	Umieszczenie reklamy w czasopismach	IX.2020
15	Druk i wieszanie billboardów	IX.2020
16	Emisja spotu w TV (120 emisji)	IX.2020
17	Analiza Pomiaru - ankiety	II.2021

- **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 mięsa wieprzowego
- 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").

Grupa TG 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").

- **Opis działań:**

Kampanię promocyjną planujemy przeprowadzić w okresie 11 miesięcy.

Zgodnie z przepisami fundusz promocji z zasady powinien promować polskie przetwory i mięso, należy promować znak Produkt Polski

Głównym celem, jaki chcielibyśmy zrealizować poprzez kampanię promocyjną to wypromowanie wśród grupy docelowej chęci/potrzeby zakupu Polskiej Wieprzowiny. Chcielibyśmy trwale zakorzenić w świadomości konsumentów, aby nie tylko szukali na półkach sklepowych polskich produktów, ale również pytali o nie sprzedawców. Zainteresowanie konsumentów polskimi produktami sprawi, że sprzedawcy, aby zaspokoić popyt sami będą zamawiali u dostawców/producentów polskie produkty. 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.

Kampania promocyjna „Szukaj i pytaj o polskie produkty II” jest pełną kontynuacją kampanii „Szukaj i pytaj o polskie produkty”, która była realizowana w okresie 07.2018-02.2019. Podczas 1-szej kampanii ze swoim przekazem dotarliśmy do trzech wyznaczonych grup docelowych:

TG1-konsumenci

TG2-producenci

TG3-grupa HoReCa.

Przeprowadziliśmy szereg działań promocyjnych takich jak: nagranie spotu i jego emisja w TVP, Polsat Cafe, TVN Style oraz Kuchnia+, monitoring dyskusji w Internecie,

reklama w poczytnej prasie kobiecej „Przyjaciółka” i „Poradnik Domowy”, reklama banerowa na portalach internetowych, Facebook, reklam na portalu „polska smakuje.pl”, strona WWW, billboardy w dużych aglomeracjach miejskich, wydano poradnik/informatora. Ponieważ kampania spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem oraz jest bardzo potrzebna w edukacji polskich konsumentów postanowiliśmy ją kontynuować. Dzięki temu skutecznie utrwalimy w świadomości konsumentów, aby podczas codziennych zakupów świadomie dokonywali wyboru produktów, pytali sprzedawców o polskie produkty, dzięki czemu zostanie zwiększona sprzedaż oraz konsumpcja produktów polskich.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

Działania marketingowe podzieliliśmy na 3 grupy:

- 1-sza grupa - skierowana do TG1:
 - Wykupienie praw autorskich na rok 2020 do spotu telewizyjnego nagranych w 2018r.
 - Emisja spotu telewizyjnego (120 emisji) w paśmie programów kulinarnych
 - Akwizycja internetowa
 - Reklama w prasie kobiecej
 - Reklama banerowa na portalach ogólnopolskich takich jak: - (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 – 100 szt/12m2, zasięg cały kraj

- **Planowane rezultaty zadania**

Głównym celem, jaki chcielibyśmy zrealizować poprzez kampanię promocyjną to wypromowanie wśród grupy docelowej chęci/potrzeby zakupu Polskiej Wieprzowiny. Chcielibyśmy trwale zakorzenić w świadomości konsumentów, aby nie tylko szukali na półkach sklepowych polskich produktów, ale również pytali o nie sprzedawców. Zainteresowanie konsumentów polskimi produktami sprawi, że sprzedawcy, aby zaspokoić popyt sami będą zamawiali u dostawców/producentów polskie produkty.

OCZEKIWANY EFEKT KOŃCOWY:

- 1) zwiększenie sprzedaży produktów polskich;
- 2) zainteresowanie zakupem polskimi produktami przez grupę docelową;
- 3) uświadomienie grupy docelowej o oznakowaniu polskich produktów;
- 4) wskazanie grupie docelowej korzyści płynących z zakupu polskich produktów nad importowanymi;
- 5) zwiększenie konsumpcji produktów polskich;
- 6) promocja pozytywnego wizerunku Polski, jako producenta polskich produktów;
- 7) zmiana brandu opakowań polskich produktów na bardziej czytelne i widoczne dla konsumenta.

W celu zapewnienia właściwej efektywności planowanych działań przedstawiamy cel zadania zgodnie z regułą SMART.

Celem zadania jest przekazanie wiedzy na temat polskich produktów jak największej ilości osób z grupy docelowej. Planowane jest dotarcie do ok. 5 mln konsumentów poprzez TV, Prasę, Internet, Targi, itp.

Skonkretyzowany (Specific) – realizacja celu w oparciu o grupę docelową;

Mierzalny (Measureable) – dotarcie do ok. 5 mln osób

Osiągalny (Achievable) – posiadamy zasoby niezbędne do przeprowadzenia kampanii promocyjnej we wszystkich wybranych kanałach.

Realny (Real) – edukacja konsumentów nabiera znaczenia wraz ze wzrostem liczebności oraz świadomości grupy docelowej;

Określony w czasie (Time bound) – od V.2020 r. do III.2021 r.

Konsumenci bardzo chętnie kupowaliby polskie produkty bądź produkty wyprodukowane w Polsce. Ponadto 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.

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: „SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II”* 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.

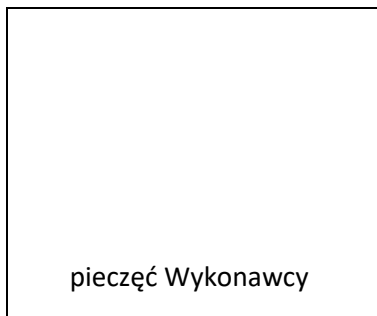
6.

....., 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: „SZUKAJ I PYTAJ O POLSKIE PRODUKTY II” „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