

ZAPYTANIE OFERTOWE nr P.272-11/FPM/2020

z dnia 26.06.2020 r.

1. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka z siedzibą w Warszawie przy ulicy Żurawiej 22, 00-515 Warszawa, zaprasza do złożenia oferty.
2. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii pt. **#DziękujemyŻePijecieMleko**". Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia określa Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego.
3. Informacja o Zamawiającym:
Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka w Warszawie jest związkiem rolniczych zrzeszeń branżowych działającym na podstawie przepisów ustawy z dnia 8 października 1982 r. o społeczno – zawodowych organizacjach rolników (Dz. U. z 2019 r. poz. 491) i jest zarejestrowana w Rejestrze stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji i publicznych zakładów opieki zdrowotnej Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000112165.
4. Termin wykonania zamówienia: do dnia 31.12.2020 r.
5. Główny cel projektu:
Zabezpieczanie branży przed kryzysami wizerunkowymi, mogącymi negatywnie wpłynąć na poziom zaufania do mleka i jego przetworów.
6. Celami szczegółowymi przedsięwzięcia są:
 - 1) promocja spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe,
 - 2) działania informacyjne i edukacyjne, celem których jest budowa pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów, a także przetwórców i producentów mleka.
7. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy oświadczą iż:
 - 1) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności objętej zakresem zamówienia;
 - 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
 - 3) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia;
 - 4) nie zalegają z opłatą podatków i składek na ubezpieczenie społeczne;
 - 5) nie są osobami fizycznymi, o których mowa 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 z późn. zm.) tj.:
 - a) nie pełnią funkcji członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
 - b) nie pełnią funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
 - c) nie jest osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia lub osobą wykonującą czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;

- d) nie pozostają w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt. 1-3.

Wzór Oświadczenia stanowi załącznik nr 3 do niniejszego zapytania.

8. **Warunkiem wzięcia udziału w postępowaniu jest przedstawienie i dołączanie do oferty wykazu min. 2 zrealizowanych kampanii informacyjno-promocyjnych dotyczących produktów spożywczych realizowanych w prasie, Internecie, social mediach i tv o zasięgu ogólnopolskim.**
9. Oferent zobowiązany jest do złożenia oferty według wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do niniejszego zapytania.
10. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty w oparciu o:

Kryterium „cena” punktowo oceniane będzie następująco:

- 1) kryterium cena - 30 %

Kryterium „cena” punktowo oceniane będzie w skali 0-30 pkt. Liczba pkt (C) w powyższym kryterium liczona będzie następująco:

$$C = \frac{\text{cena oferty najtańszej}}{\text{cena oferty badanej}} \times 100 \times 0,3$$

- 1) kryterium koncepcja kampanii – 70 %

Kryterium „koncepcja kampanii”- w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 70 punktów) w oparciu o następujące kryteria:

1	Dopasowanie i atrakcyjność spotu reklamowego kampanii w TV	0-10 pkt
2	Dopasowanie i atrakcyjność form udziału kampanii w prasie	0-10 pkt
3	Dopasowanie i atrakcyjność form udziału kampanii w internecie	0-10 pkt
4	Dopasowanie i atrakcyjność form udziału kampanii w social mediach	0-10 pkt
5	Atrakcyjność i funkcjonalność strony internetowej kampanii do specyfiki produktów objętych kampanią oraz grup docelowych kampanii	0-10 pkt

6	Atrakcyjność wizualna przedstawionej koncepcji działań reklamowych	0-10 pkt
7	Atrakcyjność koncepcji działań PR	0-10 pkt

Za najkorzystniejszą ofertę zostanie uznana oferta, która w wyniku oceny otrzyma największą liczbę punktów stanowiących sumę punktów za kryterium „cena” i kryterium „koncepcja kampanii”.

11. Oferty z dopiskiem „Oferta KAMPANIA MLEKO”, należy złożyć osobiście w siedzibie PFHBiPM ul. Żurawia 22 00-515 Warszawa w godzinach pracy biura (8-15) lub doręczyć poprzez operatora pocztowego lub kuriera przed upływem terminu składania ofert tj. do dnia 13.07.2020 r. do godz. 10:00.
Zamawiający dopuszcza złożenie oferty za pośrednictwem faxu na numer 22 502 33 44 lub skanu oferty mailem na adres ofertyfp@pfhb.pl
12. Oferty złożone po terminie nie zostaną otwarte i podlegają odrzuceniu.
13. Termin związania ofertą 21 dni.
14. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
15. Zamawiający nie dopuszcza do negocjacji ofert.
16. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej w języku polskim.
17. Złożone oferty nie będą stanowić utworów w rozumieniu przepisów prawa autorskiego. Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zapytaniu nie stanowi ani też nie będzie stanowić zobowiązania czy też przyrzeczenia do zawarcia umowy z jakimkolwiek podmiotem odpowiadającym na jego treść. Podmiot odpowiadający na treść niniejszego Zapytania wyraża zgodę na fakt, że za przygotowanie i złożenie oferty nie będzie rościć sobie w stosunku do PFHBiPM jakichkolwiek roszczeń finansowych, w szczególności zwrotu kosztów sporządzenia oferty bądź jakiegokolwiek wynagrodzenia za jej przygotowanie, złożenie bądź wykorzystanie.
18. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania na każdym jego etapie bez podania przyczyny i bez dokonania wyboru Wykonawcy zadania.
19. Wykonawcy nie będą uprawnieni do występowania z jakimikolwiek roszczeniami wobec Zamawiającego w związku z niniejszym Zapytaniem ofertowym, w tym z tytułu poniesionych przez nich kosztów i ewentualnych szkód, w szczególności w przypadku unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie lub wyboru innego Wykonawcy.
20. Postępowanie dotyczące wyboru wykonawcy prowadzone jest zgodnie z konkurencyjną procedurą wyboru wykonawcy w trybie zapytania ofertowego na podstawie:
 - 1) 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
 - 2) Zasad Obsługi Funduszu Promocji Produktów Rolno-Spożywczych, stanowiący Załącznik do Zarządzenia Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa z dnia 03.01.2020 r.
 - 3) Kodeksu Cywilnego (Dz.U. z 2019 r. poz. 1145 z późniejszymi zmianami)
21. Niniejsze zapytanie ofertowe nie podlega procedurom wynikającym z ustawy Prawo zamówień publicznych.
22. Zamawiający nie udostępnia edytowanych wzorów załączników z uwagi na potrzebę zachowania porównywalności ofert oraz w celu uniknięcia zamierzonej bądź przypadkowej

zmiany treści załącznika mogącej skutkować niezgodnością oferty z wymogami zapytania ofertowego.

23. Osobą upoważnioną do kontaktów z Oferentami ze strony Zamawiającego jest Pan Marcin Wąż tel. 022 502 33 48, m.waz@pfhb.pl

24. Niniejsze zaproszenie do składania ofert upubliczniono na stronie internetowej www.pfhb.pl w dniu 26.06.2020 r.

Z-ca Dyrektora
Polskiej Federacji Hodowców Bydła
i Producentów Mleka

Zatwierdził:
26.06.2020

Mieczysław Klupczyński
(data i podpis osoby zatwierdzającej zaproszenie)

Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zapytania ofertowego jest przygotowane i realizacja kampanii pod tytułem „**#DziękujemyŻePijecieMleko**”.

Kupowanie polskiej żywności służy polskiemu rolnictwu i polskiej gospodarce. Jeżeli kupujemy żywność, to zwracamy uwagę, żeby to była żywność polska. To wspiera rozwój gospodarki, walkę z kryzysem, polskich rolników i przedsiębiorców. Polacy coraz większą uwagę przywiązują do kwestii pochodzenia produktów spożywczych. Kampania pt. **#DziękujemyŻePijecieMleko** ma opierać się na informacji/przekazie o pochodzeniu mleka i jego przetworów oraz ma prezentować polskiego hodowcę i producenta mleka dbającego o dobrostan zwierząt oraz jakość i bezpieczeństwo produkcji mleka. W sposób nowoczesny, konkretny, profesjonalny i merytoryczny mają być prezentowane wartości jakimi kieruje się w produkcji mleka polski hodowca tj. przestrzeganie dobrych praktyk higienicznych związanych z produkcją, przetwarzaniem, przechowywaniem i przygotowywaniem żywności do spożycia - mleka i jego przetworów. Edukacja konsumenta powinna uświadomić mu na jak wysokim poziomie jest produkcja mleka w Polsce. Szeroka wiedza na temat najwyższej jakości polskiego mleka oraz jego wpływu na zdrowie przyczyni się do wzrostu jego spożycia. Świadomość społeczeństwa w zakresie żywienia i zdrowia zwiększa się, wciąż jednak istotnym problemem jest niska jakość treści publikowanych w środkach masowego przekazu, szczególnie widoczna w Internecie, prasie. Komunikacja powinna opierać się na najnowszych wynikach badań nad wartością odżywczą mleka i jego przetworów. Efektem działania ma być przekonanie konsumentów, że pochodzenie ma znaczenie a polskie pochodzenie to gwarancja wysokiej jakości. Podkreślenie tego, aby konsument zwracał uwagę na pochodzenie mleka w produktach mleczarskich, wspierał to co polskie. Działanie ma na celu również niwelowanie stereotypów na temat mleka i jego przetworów oraz działanie przeciw twierdzeniom, że mleko szkodzi właściwie od samego patrzenia na nie. Walory zdrowotne mleka są doskonale znane i nic, żadne suplementy i odżywki tego nie zastąpią. Jest ono niezbędne dla organizmu człowieka – szczególnie młodego.

2. Zadanie jest finansowane ze środków funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2160). Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania muszą być oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką **#DziękujemyŻePijecieMleko** i „Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka”, co sponoczywa na Wykonawcy zadania i jest objęte budżetem.
3. Grupy docelowe zadania:
 - polscy konsumenci – dorośli decydenci zakupowi
 - hodowcy bydła i producenci mleka
4. Ogólne wymagania dotyczące przedsięwzięcia:

Celem działań informacyjno/promocyjnych ma być zabezpieczenie branży przed kryzysami wizerunkowymi, mogącymi negatywnie wpłynąć na poziom zaufania do mleka i jego przetworów oraz budowa pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów, a także



przetwórców i producentów mleka. Projekt ma promować polskie mleko i jego produkty, jego znaczenie w zdrowej diecie, obalać stereotypy i edukować konsumenta poprzez działania:

Dziania kampanii	Opis działania
<p>REKLAMA W TELEWIZJI, PRASIE i INTERNECIE Czas realizacji: 3 miesiące (IX-XI.2020)</p>	<p>Wykupienie powierzchni reklamowej m.in. w telewizji, prasie i Internecie w celu promocji kampanii #DziękujemyŻePijecieMleko.</p> <ol style="list-style-type: none"> emisja spotu reklamowego w telewizji ogólnopolskiej minimum przez 1 miesiąc, minimum 93 emisje cykl artykułów w prasie min. 3 lokowania tematyczne współpraca z ogólnotematycznym portalem informacyjnym - realizacja kontekstowej akcji promocyjnej zapewniającej min. 150 000 VV. i min. 1 portalem rolniczym - partner serwisu tematycznego przez 2 miesiące serwisy społecznościowe: np. Facebook i np. Instagram – założenie/odświeżenie fanpage'y np. Facebook i np. Instagram - prowadzenie i moderacja (min. 15 postów miesięcznie) Social ads promocja fanpage'y i postów, budowanie zasięgu
<p>PROWADZENIE SERWISU INTERNETOWEGO Czas realizacji: 3 miesiące (IX-XI.2020)</p>	<p>Witryna internetowa programu promocyjno/ informacyjnego #DziękujemyŻePijecieMleko to rozbudowany serwis internetowy, skupiający wszystkie działania realizowane w ramach programu, a także wszystkie grupy docelowe strona www., moderacja strony kampanii wraz z wprowadzeniem nowych treści zgodnych z celami kampanii:</p> <ol style="list-style-type: none"> opracowanie pakietu treści potrzebnych do odświeżenia strony aktualizacja treści, teksty SEO, SEM i remarketing
<p>DZIAŁANIA PR, KOORDYNACJA Czas realizacji: 4 miesiące (IX-XII.2020)</p>	<p>Zapewnienie do wszelkich lokowań właściwą kreację zgodną z celami kampanii, ekspertów, wszelkie niezbędne materiały, scenariusze oraz ewentualne miejsca do nagrań. Wykonawca zapewnia także obsługę PR, w tym kreowanie, redagowanie tekstów i wypowiedzi. Służyć temu mają m.in. spoty reklamowe, artykuły sponsorowane w prasie, Internecie.</p> <ol style="list-style-type: none"> Koncepcja kreatywna, opracowanie graficzne elementów kampanii KV, selling line, prawa autorskie, Relacje z mediami – min. 1 informacja miesięcznie (content, follow up), Współpraca z agencją informacyjną (2 ekspertów, Newseria), 1 video release, Konsultacje ekspertów (min. 3 miesięcznie), Monitoring mediów (3 miesiące) serwis prasowy przesyłany w formie e-mail (raz na dwa tygodnie przez cały okres trwania kampanii w formie wycinków prasowych – skany/zdjęcia/linki, w formie zbiorczych

		<p>raportów w celu wykonania monitoringu i ewaluacji kampanii,</p> <p>6. Nadzór nad realizacją opisanych działań, bieżące doradztwo, wdrożenie i koordynacja działań przez agencję, przygotowanie raportu podsumowującego kampanię (4 miesiące).</p>
SPOT VIDEO		Spot video do emisji w telewizji, na strony internetowe – kreacja i produkcja spotu (w tym m. innymi: koncepcja kreatywna, opracowanie graficzne wszystkich elementów kampanii, Key Visual, selling line, prawa autorskie, reżyser, operator, światło-oświetleniowiec, dźwięk, make-up, catering, post produkcja, ubezpieczenie)
<p>WSPÓŁPRACA AMBASADOREM KAMPANII /OSOBOWOŚĆ TELEWIZYJNA Czas realizacji: 3 miesiące (IX- XI.2020)</p>	Z	<p>Zapewnienie min. 1 Ambasadora kampanii (np. dziennikarz, prezenter telewizyjny mający w swym dorobku współtworzenie i prowadzenie programów o tematyce związanej z rolnictwem oraz problematyką społeczną i kulturalną wsi);</p> <p>Współpraca przez cały okres kampanii w zakresie prac:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Udział w spocie telewizyjnym 2. Udział w spocie internetowym 3. Udział w sesji zdjęciowej 4. Reklama w prasie i na billboardach - zgoda na użycie wizerunku na reklamę outdoorową 5. Min. 3 posty na Instagramie i Facebooku (jeden w miesiącu) oraz 6 instastories (dwa w miesiącu).

Ostateczna forma treści używanych w kampanii będzie akceptowana przez Zamawiającego. Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach przedsięwzięcia muszą być oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką #DziękujemyŻePijecieMleko” i „Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka”.

5. Termin realizacji zadania:

Od dnia podpisania umowy z wybranym Wykonawcą do dnia 31.12.2020 r.

6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia



*Załącznik Nr 2 do Zapytania ofertowego
nr P.272-11/FPM/2020
z dnia 26.06.2020 r.*

....., dnia

.....

.....

.....

(nazwa i adres Wykonawcy)

OFERTA

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe nr P.272-..... 2020 r. dotyczące

.....,
zobowiązujemy się wykonać i dostarczyć w/w przedmiot zamówienia za cenę netto:
..... zł

słownie:

plus należny % podatek VAT w kwocie zł

słownie:

Ogółem cena brutto zł

słownie: w tym :

DZIAŁANIA KAMPANII	CENA BRUTTO
REKLAMA W TELEWIZJI, PRASIE i INTERNECIE	
PROWADZENIE SERWISU INTERNETOWEGO	
DZIAŁANIA PR, KOORDYNACJA SPOT VIDEO WSPÓŁPRACA Z AMBASADOREM KAMPANII /OSOBOWOŚĆ TELEWIZYJNA	

2. Określona cena brutto zawiera wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia na warunkach określonych w zapytaniu.

3. Oświadczamy, iż akceptujemy warunki udziału w postępowaniu określone w zapytaniu ofertowym i zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty do zawarcia umowy w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

.....
(podpis i pieczęć Wykonawcy)

*Załącznik Nr 3 do Zapytania ofertowego
nr P.272-11/FPM/2020
z dnia 26.06.2020 r.*

....., dnia

.....

.....

(nazwa i adres Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, iż:

- 1) posiadamy uprawnienia do wykonania działalności objętej zakresem zamówienia;
 - 2) posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponujemy potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
 - 3) znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia;
 - 4) nie zalegamy z opłatą podatków i składek na ubezpieczenie społeczne;
 - 5) nie jesteśmy osobami określonymi 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 z późn. zm.) tj.:
 - a) nie pełnimy funkcji członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
 - b) nie pełnimy funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
 - c) nie jesteśmy osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- nie pozostaję w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt 1-3.

.....

(podpis i pieczęć Wykonawcy)

*Załącznik Nr 4 do Zapytania ofertowego
nr P.272-11/FPM/2020
z dnia 26.06.2020 r.*

.....

....., dnia

.....

.....

(nazwa i adres Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, iż w przypadku Wyboru Oferty Firmy

.....

.....na

realizacji przedmiotowego zadania wyrażamy zgodę na:

1. udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji przedmiotowego zadania, ze wskazaniem zakresu realizowanego zadania oraz wartości.
2. udostępnienie przez Polską Federacją Hodowców Bydła i Producentów Mleka danych firmy, w celu przekazania informacji innym Oferentom o wybranej najkorzystniejszej ofercie.

.....

(podpis i pieczęć Wykonawcy)