



POLSKA FEDERACJA HODOWCÓW BYDŁA I PRODUCENTÓW MLEKA

POLISH FEDERATION OF CATTLE BREEDERS AND DAIRY FARMERS

Do wszystkich wykonawców zainteresowanych udziałem w postępowaniu przetargowym

Dotyczy: **postępowania przetargowego na opracowanie koncepcji i przeprowadzenie badania efektywności oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „A DROP OF EXCELLENCE. EUROPEAN HIGH QUALITY MILK AND DAIRY” („DROP OF EXCELLENCE”)** ogłoszonego w dniu 30 grudnia 2024 r. na stronach internetowych: www.pfhb.pl oraz www.biznes-polska.pl

WYJAŚNIENIA TREŚCI SIWZ

Zamawiający: Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka z siedzibą ul. Żurawia 22, 00-515 Warszawa, w związku z prośbą jaka wpłynęła w dniu 2 stycznia 2025 r. dokonuje wyjaśnień poprzez udzielenie odpowiedzi na złożone we wniosku zapytanie do treści SIWZ bez ujawniania jego źródła.

Zapytanie nr 1.

Prośba o przesłanie druków formalnych w formie edytowalnej

Odpowiedź:

Zamawiający udostępnia druki załącznika nr 2 i załącznika nr 4 w formie edytowalnej.

Zapytanie nr 2.

Jakie produkty mleczne oprócz mleka będą promowane na podczas realizacji kampanii? Czy tylko sery? Raz w projekcie pojawia się pojęcie: produkty mleczne a raz sery.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że w Załączniku nr 1 do SIWZ w punkcie 2 wpisał:
„CEL BIZNESOWY: Rozszerzenie rynków eksportowych i zwiększenie sprzedaży mleka oraz produktów mlecznych na rynkach Wietnamu i Korei Południowej. Celem jest zwiększenie rozpoznawalności europejskiej marki i wartości sprzedaży, promując wysoką jakość produktów mlecznych jako główny atut.

CEL INFORMACYJNY: Zwiększenie świadomości konsumentów na temat mleka i produktów mlecznych, jako artykułów premium. Program ma za zadanie podkreślić ich wyjątkową jakość, wartość odżywczą i korzyści dla środowiska, by zachęcić konsumentów do częstsze

wybierania tych artykułów. Realizacja powyższych celów pomoże rozwiązać kluczowe problemy, takie jak spadek spożycia produktów mlecznych w Unii Europejskiej i presja cenowa na producentów. Zwiększy to atrakcyjność produktów na rynku, pobudzi popyt na wyższą jakość, a także wesprze zrównoważony rozwój i innowacje w sektorze.

oraz w pkt 4 podpunkt 2:

Badania mają na celu przedstawienie efektywności programu promocyjnego i weryfikację znajomości kluczowych przekazów kampanijnych oraz ocenę poziomu zmiany, zwłaszcza znajomości jakości mleka i produktów mlecznych z UE, wiedzy na temat standardów produkcji zmiany poziomu zainteresowania kupców.”

Zamawiający wyjaśnia, że ser zaliczany jest do produktów mlecznych.

Warszawa 3 stycznia 2025 r.

Koordynator Programu

Mieczysław Klupczyński