



Organizacja Producentów

Kraków, dn. 06-05-2019

ZAPYTANIE OFERTOWE

Polski Karp Sp. z o.o.- Organizacja Producentów
Ul. Józefitów 4/3
30-039 Kraków
Tel. 12 623 72 80
biuro@polskikarp.eu

Dane identyfikacyjne zamawiającego

Nazwa i adres oferenta

Zwracam/y się z prośbą o przedstawienie oferty na:

Przygotowanie i przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii promującej karpia

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem promocji jest przeprowadzenie w II półroczu 2019 r. ogólnopolskiej kampanii promującej karpia. Usługa ma charakter kompleksowy i obejmuje:

- opracowanie strategii kampanii,
- kreację i produkcję materiałów reklamowych,
- emisję w różnych kanałach, zakup i emisję powierzchni reklamowych w zaproponowanych przez Oferenta mediach adekwatnych do promowanego produktu.

Oferta powinna zawierać przynajmniej:

1. dane rejestrowe i kontaktowe oferenta, w tym wskazanie osoby do kontaktu,
2. portfolio oferenta, w szczególności w odniesieniu do kampanii promujących rolnictwo, produkty rolne i żywnościowe, także ze środków publicznych (środki UE, fundusze promocji art. rolno-spożywczych).
3. zwięzły opis strategii kampanii promocyjnej,
4. propozycję linii kreatywnej (key visual'e).
5. kosztorys kreacji i produkcji oraz łączną cenę netto i brutto tego elementu,
6. kosztorys emisji, z rozbiem na kanały komunikacji i media, z podaniem cen jednostkowych oraz miar emisji, właściwych dla danego kanału oraz łączną cenę netto i brutto,
7. całkowitą cenę netto i brutto,
8. harmonogram realizacji (informujemy, że realizacja i emisja muszą być przeprowadzone do 31.12.2019).

Wiodące cele sprzedażowe kampanii:

- powstrzymanie odpływu konsumentów, zwłaszcza w młodszych grupach wiekowych (poniżej 40 roku życia) - utrzymanie i zwiększenie penetracji rynku, w tym w grupie docelowej.

Wiodący cel wizerunkowy kampanii:

- ugruntowanie wizerunku karpia, jako produktu wysokiej jakości, pochodzącego z lokalnej (krajowej), tradycyjnej hodowli prowadzonej w warunkach zbliżonych do naturalnych; produkt przyjazny dla środowiska i dla zdrowia konsumenta,

Uzupełniające cele wizerunkowe kampanii:

- komunikacja, że karp, choć jest słusznie kojarzony z wieczerzą wigilijną, to także ryba, którą można spożywać całorocznie,
- komunikacja, że karp to smaczna ryba o dużych możliwościach kulinarnych.

Tło, sytuacja rynkowa, dotychczas prowadzone działania

Opis sytuacji rynkowej, analiza SWOT karpia jako produktu rynkowego, wybrane wyniki badań konsumenckich są dostępne dla wszystkich zainteresowanych potencjalnych Oferentów – ich przekazanie nastąpi pocztą e-mail, na życzenie przesłane na pocztę e-mail: biuro@polskikarp.eu nie później niż do dnia 13 maja 2019 r., po podpisaniu drogą elektroniczną (skan przesłany pocztą email) umowy o zachowaniu poufności.

Budżet kampanii

Przewidywany budżet kampanii promocyjnej, o której mowa w zapytaniu wynosi 1 400 000 zł (słownie: jeden milion czterysta tysięcy złotych) netto (wartość całkowita wraz z wynagrodzeniem Oferenta).

Kryteria oceny ofert - wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

Lp.	Nazwa kryterium	Waga	Max. pkt.
1.	Stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję	29,4%	30
2.	Ocena zaproponowanej strategii dotarcia z przekazem do odbiorców	29,4%	30
3.	Ocena jakości zaproponowanej kreacji	29,4%	30
4.	Ocena doświadczenia – przedstawionego portfolio	11,8%	12

Opis sposobu przyznawania punktacji za spełnienie danego kryterium:

1. Stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję - maksymalnie 30 punktów

Wartość kryterium będzie obliczona według wzoru:

$$\left(\frac{\text{najniższy stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję w przedstawionych ofertach}}{\text{stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję w ofercie badanej}} \right) \times 30$$

= liczba punktów dla kryterium "Stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję"

2. Ocena zaproponowanej strategii kampanii promocyjnej - maksymalnie 30 punktów

Ocena merytoryczna zostanie przeprowadzona przez 6-osobową komisję, działającą w imieniu Zleceniodawcy. Każdy z członków komisji przyzna poprzez wypełnienia arkusza oceny od 0 do 5 pkt. za "Ocenę zaproponowanej strategii dotarcia z przekazem do odbiorców". Liczba punktów dla tego kryterium jest sumą punktów w tym kryterium przyznanych przez poszczególnych członków komisji. Członkowie komisji oceniać będą: spójność strategii, dopasowanie strategii do grupy docelowej oraz celów sprzedażowych i wizerunkowych kampanii, dobór kanałów emisji oraz racjonalność wyceny poszczególnych kanałów.

3. Ocena jakości zaproponowanej kreacji - maksymalnie 30 punktów

Ocena merytoryczna zostanie przeprowadzona przez 6-osobową komisję, działającą w imieniu Zleceniodawcy. Każdy z członków komisji przyzna poprzez wypełnienia arkusza oceny od 0 do 5 pkt. za "Ocenę jakości zaproponowanej kreacji". Liczba punktów dla tego kryterium jest sumą punktów w tym kryterium przyznanych przez poszczególnych członków komisji. Członkowie komisji oceniać będą: jakość estetyczną zaproponowanej kreacji, dopasowanie kreacji do proponowanej strategii i do percepcji grupy docelowej.

4. Ocena doświadczenia – przedstawionego portfolio - maksymalnie 12 punktów

Ocena merytoryczna zostanie przeprowadzona przez 6-osobową komisję, działającą w imieniu Zleceniodawcy. Każdy z członków komisji przyzna poprzez wypełnienia arkusza oceny od 0 do 2 pkt. za "Ocenę doświadczenia - przedstawionego portfolio". Liczba punktów dla tego kryterium jest sumą punktów w tym kryterium przyznanych przez poszczególnych członków komisji. Członkowie komisji oceniać będą: doświadczenie w promocji produktów rolno-spożywczych i żywnościowych, w tym prowadzonych ze środków publicznych.

Zamawiający wybiera ofertę, która uzyska największą liczbę punktów. W przypadku uzyskania przez dwóch lub więcej Oferentów tej samej łącznej noty punktowej, o wyborze decyduje kryterium "1. Stosunek ceny za kreację i produkcję do ceny za emisję."

W przypadku zmiany zakresu prac, wynikającej z ustaleń z Agencją Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w zakresie operacji objętej wsparciem z PO RYBY 2014-2020, Zamawiający rezerwuje sobie prawo do renegotjacji zakresu przedmiotu Zamówienia.

Termin realizacji: do 31 grudnia 2019 r.

W ramach postępowania wyklucza się możliwość udzielenia zamówienia podmiotom powiązanim osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym.

W przypadku braku złożenia co najmniej dwóch ofert zgodnych z zapytaniem ofertowym, postępowanie zostanie unieważnione.

Zamawiający ma prawo unieważnić zapytanie bez podania przyczyny.

Termin składania ofert upływa w dniu: **17-05-2019 r. o godz. 15:00.**

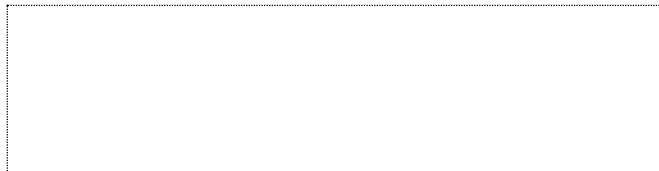
Do dnia 13 maja 2019 r. potencjalni Oferenci mogą składać pytania dodatkowe (za pośrednictwem poczty email: biuro@polskikarp.eu). Odpowiedzi wraz z zadaniem pytaniem zostaną odesłane pocztą e-mail oraz ogłoszone do wiadomości publicznej na stronie internetowej www.polskikarp.pl w terminie do 3 dni od zadania odpowiedzi, nie później niż 14 maja 2019 r.

Ofertę należy złożyć:

Adres mailowy : biuro@polskikarp.eu *
lub
listem poleconym (decyduje data wpływu**)
na adres :
Polski Karp Spółka z o.o. – Organizacja
Producentów
ul. Józefitów 4/3
30-039 Kraków
lub
faxem :
Tel./fax : 12 623 72 80
lub osobiście

należy podać: adres, adres mailowy, nr fax

(czytelny podpis zamawiającego/osoby
upoważnionej)



* Zamawiający potwierdzi zwrotnie pocztą e-mail fakt wpłynięcia oferty (w ciągu 24 godzin od otrzymania oferty, w dni robocze lub najbliższego dnia roboczego w przypadku wpłynięcia oferty w dni wolne od pracy).

** w przypadku wysłania oferty pocztą zaleca się równoczesne wysłanie skany oferty pocztą e-mail.