



KRAJOWA
RADA DROBIARSTWA
IZBA GOSPODARCZA

CZŁONEK MIĘDZYNARODOWYCH ORGANIZACJI:



KRD-IG-204/2017

Warszawa, dnia 1 czerwca 2017 r.

**ZAPROSZENIE
DO PRZYGOTOWANIA I PRZEDSTAWIENIA OFERTY
PROJEKTU:
„NIWELOWANIE BARIER RYNKOWYCH W ROZWOJU POLSKIEGO SEKTORA DROBIARSKIEGO”**

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza w Warszawie
Projekt: Niwelowanie barier rynkowych w rozwoju polskiego sektora drobiarskiego
O Zamawiającym:
<p>Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza (www.krd-ig.com.pl) jest organizacją skupiającą w swych szeregach przede wszystkim producentów i przetwórców drobiu. Wśród nich są niemal wszyscy najwięksi producenci krajowi i eksporterzy tego gatunku mięsa. Szacunkowo można określić, że zrzeszone firmy posiadają ok. 70% udziału w polskim rynku drobiu i 80% udziałów w eksporcie. Ponieważ każdy atak nawet na pojedynczego producenta potencjalnie prowadzi do spadku zaufania rynku w stosunku do całej branży, KRD-IG, reprezentując znacznie większy zasięg, niż każdy z producentów osobno, jest w stanie skoordynować działania, maksymalizując ich efektywność na poziomie krajowym i unijnym.</p> <p>W 2017 r. prowadzone są działania w zakresie niwelowania barier rynkowych w rozwoju polskiego drobiarstwa (działania zaradcze oraz informacyjno-edukacyjne w sferze mediów, administracji i polityki w Polsce oraz Unii Europejskiej, obejmujące aspekty prawne, biznesowe oraz wizerunkowe). W ramach prac realizowane będą działania mające na celu m.in. redukcję zidentyfikowanych barier wpływających na rozwój branży, jak np. przygotowanie uczestników rynku i służb do obsługi sytuacji kryzysowych, przeciwdziałanie tendencjom niektórych mediów i liderów opinii do rozpowszechniania nieprawdziwych informacji godzących w dobre imię branży, ograniczających w konsekwencji popyt wewnętrzny na drób i blokujących eksport, stałe prowadzenie biura prasowego, monitoring mediów, współpraca z ekspertami, obsługa prawna, przygotowanie funkcjonalności i treści wspomagających niwelowanie barier rynkowych w ramach serwisów internetowych KRD-IG oraz ich pozycjonowanie w wyszukiwarkach.</p>
Środki KRD-IG przeznaczone na niwelowanie barier rynkowych w rozwoju polskiego sektora drobiarskiego i tło projektu:
<p>Dnia 1 lipca 2009 roku weszła w życie ustawa, na mocy której wszyscy producenci żywca, a także jego eksporterzy są obciążani kwotą w wysokości 0,1% wartości żywca na rzecz Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. Beneficjentami tego funduszu są ogólnokrajowe organizacje branżowe.</p> <p>Korzystając z zapisów Ustawy z 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2015 r., poz. 2122), Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza zwróciła się do Komisji</p>

Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego o wpisanie do planu finansowego na rok 2016 programu niwelowania barier rynkowych w rozwoju polskiego sektora drobiarskiego. Wniosek został zaakceptowany przez Komisję Zarządzającą Funduszu Mięsa Drobiowego w dniu 20 października 2016 r.

W obiegu publicznym pojawia się wiele publikacji (media, materiały promocyjne uczestników rynku), które przedstawiają mięso drobiowe jako produkt, który może być niebezpieczny dla zdrowia (ze względu na przemysłowe metody chowu, śladowe ilości antybiotyków w mięsie, itp.), przez co zniechęcają do kupowania i konsumpcji mięsa drobiowego oraz jego przetworów, powodując długookresowe zagrożenie pogorszenia sytuacji ekonomicznej branży, jednocześnie nie dając prawa konsumentom do obiektywnej oceny sytuacji. Często bazują one na wybiórczych faktach, popartych dowolną, daleko idącą ich interpretacją, prowadzącą do błędnych wniosków. Krajowej Radzie Drobiarstwa zależy na uczciwej debacie publicznej oraz na tym, aby doniesienia nt. drobiu były rzetelne i pokazywały rzeczywistą sytuację, udzielając prawa głosu każdej ze stron.

Dotychczas w ramach zrealizowanych działań KRD-IG m.in.:

- uruchomiła stronę www.dobrydrob.pl
- zorganizowała szereg spotkań z mediami, blogerami, konferencji prasowych, eventów i seminariów.

Przedmiotem niniejszego briefu są działania związane z reklamą edukacyjną, wyjaśniającą kwestie zagrożeń zw. z mięsem drobiowym. Działania mogą objąć prasę, internet, TV, radio, outdoor (w tym mogą znaleźć się koszty wykorzystania wizerunku celebryty, konferencje i briefingi dla mediów). Działania mają umożliwić zbudowanie jak najszerszego zasięgu komunikacji dotyczącej bezpieczeństwa drobiu dostępnego na polskim rynku.

Cele projektu:

Celem zadania jest **zminimalizowanie istniejących i wykluczenie potencjalnych barier rozwoju sektora drobiarskiego, aby zapewnić zbyt rosnącej polskiej produkcji drobiarskiej zarówno w kraju jak i zagranicą oraz nieuczciwych zachowań uczestników rynku**, które mają przełożenie na bariery rynkowe rozwoju polskiego drobiarstwa.

Założenia projektu:

W ramach realizacji projektu podjęte zostaną działania o dwojakim charakterze:

- przygotowanie i emisja komunikatu na płatnej powierzchni reklamowej
- przeprowadzenie działań PR mających na celu wygenerowanie publikacji o jak największym zasięgu w grupie docelowej.

Grupy docelowe:

Liderzy opinii kreujący wizerunek polskiej branży spożywczej w tym m.in.:

- środowiska mające bezpośredni wpływ na warunki rozwoju polskiego rynku drobiarskiego: administracja publiczna i instytucje rządowe w Polsce i Europie (w zakresie wypracowania wspólnych stanowisk w obliczu zagrożeń, pożądanych zachowań w sytuacjach kryzysowych).
- przedstawiciele branży związani z produkcją i sprzedażą drobiu (w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego polskiego drobiu, trendów konsumenckich, wartości dodanej oraz zrównoważonego rozwoju sektora),
- media i liderzy opinii, w tym m.in. organizacje ochrony praw zwierząt i środowiska, środowiska medyczne (w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego polskiego drobiu oraz zrównoważonego rozwoju sektora).
- konsumenci: kobiety odpowiedzialne za zakupy w gospodarstwie domowym w wieku 25-59 lat.

Budżet projektu:

Budżet: **802 999,00** brutto (budżet obejmuje wszystkie koszty realizacji działań oraz wynagrodzenie agencji).
Uwaga - w trakcie trwania projektu KRD-IG zastrzega sobie prawo do zmian budżetu kosztów zewnętrznych oraz do uzgodnień w zakresie zmiany zakresu prac przedstawionego w ofercie (zależnie od rozwoju sytuacji rynkowej oraz potrzeb KRD-IG).
Żadne koszty przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach projektu.

Wymogi formalne:

Do złożenia ofert KRD-IG zaprasza Wykonawców spełniające następujące wymogi formalne:

- przynajmniej 7 lat udokumentowanego doświadczenia w prowadzeniu projektów z zakresu Public Relations oraz Public Affairs na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych (ze szczególnym uwzględnieniem rynków kluczowych dla eksportu polskiego drobiu do krajów Unii Europejskiej – dalej „rynki docelowe”).
Na potwierdzenie należy złożyć:

Informację o doświadczeniu Wykonawcy:

- Referencje potwierdzające powyższe doświadczenie przedstawione przez min 5 niezależnych klientów;
- Oświadczenie o braku konfliktu interesów potwierdzające, że w okresie realizacji umowy agencja nie będzie pracować z podmiotem mogącym być w konflikcie interesów z KRD-IG, w tym w szczególności zagranicznymi stowarzyszeniami reprezentującymi branżę drobiarskie (mięsne);
- Dysponowania co najmniej 4 osobowym zespołem, w którym każda z osób musi posługiwać się językiem angielskim w stopniu biegłym (C1), w tym:

Zarządzający Kampanią - jedna osoba posiada min. 15-letnie doświadczenie zawodowe w PR i doświadczenie w realizacji działań na wszystkich rynkach docelowych kampanii oraz doświadczenie w realizacji działań dla min 3 podmiotów z branży drobiarskiej.

Konsultant ds. PR – dwie osoby posiadające każda min. 5 lat doświadczenia w realizacji działań PR, min 3 projekty dla klientów z branży spożywczej, legitymujące się wysoką znajomością środowiska dziennikarzy oraz kompetencjami w zakresie przygotowywania tekstów branżowych, biznesowych i informacyjnych o różnym charakterze.

Młodszy specjalista – jedna osoba posiadająca min. rok doświadczenia zawodowego.

Oferta musi zostać zabezpieczona wadium w wysokości 20 000 zł.

Wadium musi być wniesione przed upływem terminu składania ofert.

Wadium może być wnoszone w następujących formach:

- pieniędzy na rachunek bankowy KRD-IG numer 98203000451110000000800240;
- poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym;
- gwarancjach bankowych;
- gwarancjach ubezpieczeniowych;
- poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2007 r. Nr 42, poz. 275, ze zm.).

KRD-IG nie dopuszcza składania wadium w formie gotówkowej.

Wadium agencji nie wybranych w przetargu zostanie zwrócone w ciągu 14 dni od rozstrzygnięcia.

Wadium wnoszone w formach wskazanych w pkt b – e należy złożyć przed upływem terminu składania ofert w formie oryginału w siedzibie KRD-IG, w kopercie oznaczonej w sposób następujący: „Wadium – NIWELOWANIE BARIER RYNKOWYCH W ROZWOJU POLSKIEGO SEKTORA DROBIARSKIEGO”.

Wymogi merytoryczne:

Celem działań jest zminimalizowanie istniejących i wykluczenie potencjalnych barier rozwoju sektora drobiarskiego, aby zapewnić zbyt rosnącej polskiej produkcji drobiarskiej zarówno w kraju jak i zagranicą.

Kluczowe przekazy:

- polskie drobiarstwo jest kluczowym sektorem polskiego rolnictwa i eksportu i wymaga wsparcia w dalszym rozwoju.
- produkcja drobiarska dąży do zrównoważonego rozwoju i podejmuje działania mające na celu dobrostan zwierząt i ochronę środowiska w skali mikro i makro.
- polski drób jest bezpieczny zdrowotnie, ponieważ całość procesu produkcji oparta jest o restrykcyjne normy unijne i podlega pełnej kontroli weterynaryjnej oraz inspekcji jakości handlowej.
- mięso drobiowe dopuszczone do sprzedaży nie zawiera antybiotyków i hormonów, a materiał transgeniczny zawarty w paszach GMO nie przenika do mięsa.

Czas realizacji: od dnia podpisania umowy (szacunkowo 1.07.2017) do 31.12.2017

Elementy działań do uwzględnienia w koncepcji agencji:

1. **płatne działania w mediach** jako element wspomagający edukację liderów opinii (np. advertoriale, plasowanie ekspertów, content marketing, aby stworzyć warunki dla przedstawienia stanowisk sektora drobiarskiego wobec zdefiniowanych barier rozwoju, popartych autorytetem ekspertów);
2. **działania w social mediach** (do zarekomendowania przez agencję);
3. **przygotowanie materiałów informacyjno-edukacyjnych** dla grup docelowych (przygotowanie zawartości merytorycznej, kreacji, składu oraz druku materiałów wykorzystywanych podczas aktywności w mediach, spotkań z przedstawicielami grup docelowych (szkoleń, konferencji itp.) – zarówno ekspozycyjnych (ścianki, rollup), jak i handoutów (broszura, notesy). Każdy z materiałów będzie nawiązywał do zdefiniowanych w raporcie barier rozwoju sektora drobiarskiego;
4. **spotkania, szkolenia i konferencje** skierowane do grup docelowych, przedstawiające aktualne bariery w rozwoju rynku i rekomendowane potencjalne sposoby ich niwelowania. (w ramach działań planuje się organizację konferencji prasowej nt. zdefiniowanych barier rozwoju rynku, szkolenia i spotkania z administracją publiczną w zakresie niwelowania barier; szkolenia dla osób odpowiedzialnych za zakup drobiu oraz pr-owców w sieciach handlowych oraz spotkania z liderami opinii: z dziennikarzami, organizacjami medycznymi i/lub żywieniowymi, organizacjami ochrony praw zwierząt i środowiska, z parlamentarzystami i komisjami polskimi i europejskimi; opcjonalnie możliwa jest organizacja study tour w razie zapotrzebowania. KRD-IG może w trybie późniejszych negocjacji zmienić specyfikację i liczbę materiałów;
5. **bezpośrednie spotkania z udziałem ekspertów** dają okazję do przedstawienia stanowisk branży w zakresie zdefiniowanych barier i zagrożeń rozwoju oraz stwarzają szansę nawiązania dialogu i wyjaśnienia wątpliwości liderów opinii, co może przełożyć się na zmianę ich stanowisk;
6. **aktualizacje treści na stronie KRD-IG oraz aktualizacje treści i pozycjonowanie (SEM,SEO) strony dobrydrob.pl.**
7. **współpraca z ewentualnymi ekspertami i będących autorytetami dla poszczególnych grup docelowych oraz koszty ewentualnej obsługi prawnej.** Wykonawca zaproponuje na bazie swojego doświadczenia założenie wstępnej kwoty.

Wykonawca proponuje w ofercie na bazie swojego doświadczenia założenie wstępnego podziału budżetu na dwa obszary: 1) koszty zewnętrzne konieczne do realizacji działań oraz 2) wynagrodzenie agencji.

Wykonawca przygotowując budżet uwzględni fakt, że KRD-IG może w trybie późniejszych negocjacji zmienić podział kosztów zewnętrznych, w tym w szczególności specyfikację i liczby drukowanych materiałów, dobór mediów, koszty organizacji konferencji prasowych, koszty współpracy z mediami, blogerami, etc.

Budżet należy przedstawić w formie tabeli w kwotach brutto i netto z rozbiem co najmniej na siedem powyższych elementów działań oraz wynagrodzenie agencji.

Wynagrodzenie agencji powinno obejmować co najmniej:

- oddelegowanie do realizacji projektu zespołu, o którym mowa w części „wymogi formalne” do dyspozycji KRD-IG w dniach roboczych od 8 do 16 oraz w razie sytuacji kryzysowych w innych godzinach;
- koordynacje wszystkich działań opisanych w części „wymogi merytoryczne”;
- koszty przejazdów i transportów pracowników agencji, noclegów pracowników agencji w delegacjach (min 5 max 15 wyjazdów 2-dniowych w Polsce) w trakcie realizacji umowy, wszelkie koszty prac biurowych i telekomunikacyjnych.

Zadania agencji na etapie przetargu:

Agencja zobowiązana jest przygotować ofertę składającą się z następujących elementów:

- Część formalna /wedle zakresu opisanego w sekcji „Wymogi formalne”
- Informacja o doświadczeniu Wykonawcy (opis lub prezentacja)
- Referencje (min. 5)
- Oświadczenie o braku konfliktu interesów
- Część merytoryczna:
Przygotowanie wstępnej koncepcji działań w ramach projektu – w tym: rekomendacji kierunków strategicznych, podziału budżetu, propozycji wysokości wynagrodzenia agencji.

Kryteria oceny:

Ocenie merytorycznej podlegać będą tylko oferty agencji, które spełniły wymogi formalne i prawidłowo wpłaciły wadium.

Ogólna ocena oferty będzie wypadkową cząstkowych ocen poszczególnych członków Komisji d.s. Promocji i Komunikacji KRD-IG. Co będzie istotne przy ocenie:

- Trafność analizy bieżącej sytuacji i dostosowanie do niej proponowanych działań.
- Ocena strategii zadania i efektywności przekazu.
- Efektywność kosztowa.
- Doświadczenie agencji w obsłudze PR w branży artykułów rolno-spożywczych, w szczególności znajomość branży drobiarskiej oraz doświadczenie zespołu dedykowanego projektowi.
- Dodatkowe uwagi osób oceniających.

Uwagi

- *Oferty prosimy składać do **Biura KRD-IG w W-wie, ul. Czackiego 3/5 pok. 401** w wersji papierowej i elektronicznej na nośniku danych **do dnia 9 czerwca 2017 r. do godz. 11.00***
- *Istnieje także możliwość złożenia ofert w wersji elektronicznej **do dnia 9 czerwca 2017 r. do godz. 11.00** na adres: m.kedel@krd-ig.com.pl, przy czym:
Oferty składane elektronicznie należy przesłać w następujący sposób:
Treść Oferty - jeden plik pdf.
Skany dokumentów formalnych – drugi plik pdf.
Kosztorys - osobny plik Excel.
*Dokumenty przesłane w innym formacie nie będą rozpatrywane. Wyżej wymienione pliki oferty elektronicznej**

mogą mieć maksymalnie 10 MB.

Pytania proszę kierować najlepiej drogą mailową na adres: Marta Kędel, główny specjalista d.s. Administracji i Informacji / Koordynator projektu m.kedel@krd-ig.com.pl

KRD-IG odpowie na wszystkie pytania otrzymane **do dnia 6 czerwca 2017 r.** do godziny 15.00. KRD-IG nie ma obowiązku odpowiadania na pytania otrzymane po tym terminie.

Po podpisaniu umowy poszczególne elementy projektu będą musiały być zaakceptowane przez zespół ekspertów Komisji d.s. Promocji i Komunikacji KRD-IG. Wykonawca zapewni harmonogram prac umożliwiającą akceptacje.

Wyniki przetargu zostaną podane 14 czerwca 2016. KRD-IG zastrzega sobie prawo do II etapu projektu lub przesunięcia terminu rozstrzygnięcia ofert.

Przetarg zostanie rozstrzygnięty decyzją Prezydium Zarządu Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej w oparciu o opinie członków Komisji Komunikacji i Promocji KRD wśród firm, które w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

DANE PODANE W NINIEJSZYM PIŚMIE MAJĄ CHARAKTER INFORMACYJNY.

Niniejsze Zaproszenie nie stanowi oferty ani zaproszenia do rokowań w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego, jak też zaproszenia do negocjacji w rozumieniu Prawa zamówień publicznych. Prezydium Zarządu Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej zastrzega sobie prawo do skontaktowania się z wybranymi podmiotami w celu szczegółowych rozmów jak również do pozostawienia złożonych zgłoszeń bez odpowiedzi bez podawania jakichkolwiek przyczyn.

Złożone zgłoszenia nie będą stanowić utworów w rozumieniu przepisów prawa autorskiego, a podmiot składający zgłoszenie wyraża poprzez jego złożenie bezwarunkową i nieodwołalną zgodę na warunki określone w niniejszym Zaproszeniu.

Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zaproszeniu 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 Zaproszenia wyraża zgodę na fakt, iż za przygotowanie i złożenie zgłoszenia nie będzie rościć sobie w stosunku do Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej jakichkolwiek roszczeń finansowych, w szczególności zwrotu kosztów sporządzenia zgłoszenia bądź jakiegokolwiek wynagrodzenia za jej przygotowanie, złożenie bądź wykorzystanie.

(-) Rajmund Paczkowski
Prezes Zarządu KRD-IG