



Warszawa, 24.09.2024

## Zapytanie ofertowe nr 1/2024/PSPO

w sprawie zamówienia na realizację Kampanii radiowej - jingiel

### I. ZAMAWIAJĄCY

**Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju („PSPO”)**

ul. Wspólna 56, 00-684 Warszawa

NIP: 524 26 06 559, KRS: 0000280131

REGON: 140986290

www.pspo.com.pl

### II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy.

Postępowanie prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego. Do czynności podejmowanych przez Zamawiającego i dostawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2017 r. poz.459 z późn. zmianami) oraz niniejszego zapytania ofertowego. Postępowanie nie podlega procedurom wynikającym z ustawy Prawo zamówień publicznych.

### III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja Kampanii radiowej - jingiel

2. **Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:**

#### • KONTEKST ZADANIA

Radio pomaga budować znajomość i wizerunek produktu, a efekty wsparcia reklamą radiową działają długoterminowo. Jest to medium odporne na unikanie reklam (zapping). Równocześnie reklama radiowa jest postrzegana jako mało irytująca w porównaniu z reklamami w innych mediach. Jingiel to krótki dźwięk pełniący funkcję przerywnika transmisji, najczęściej wykorzystywany w programach radiowych. Zwykle przyjmuje on postać chwytliwej melodyjki lub wpadającego w ucho sloganu.

PSPO prowadzi szeroko zakrojone działania promocyjne ukierunkowane na upowszechnienie walorów odżywczych i zdrowotnych oleju rzepakowego. Jednym z nich będzie emisja jingla radiowego. W efekcie wcześniejszych działań przygotowaliśmy jingiel podkreślający benefits oleju rzepakowego oraz informację o finansowaniu z Funduszu Promocji Roślin Oleistych - jako wymóg formalny. Jingiel był wcześniej emitowany w stacjach ogólnopolskich i lokalnych. W ramach kampanii można wyemitować poprzedni jingiel w brzmieniu jak niżej.

Brzmienie ok. 15-sekundowego jingla emitowanego przez PSPO: „Czy wiesz, że olej rzepakowy zawiera aż 10 razy więcej kwasów omega-3 niż oliwa z oliwek? Nasza dieta jest w nie uboga, a to ważne dla zdrowia kwasy tłuszczowe. Kampania finansowana z Funduszu Promocji Roślin Oleistych.”

- **CEL**

Zwiększenie świadomości walorów żywieniowych zdrowotnych oleju rzepakowego poprzez komunikat – *olej rzepakowy zawiera 10 razy więcej kwasów Omega-3 niż oliwa z oliwek*

- **GRUPA DOCELOWA**

Konsumenci, słuchacze radia – kobiety 25-60 lat

Szczególną podgrupą istotną dla kampanii są kobiety w wieku 25-60 lat, które decydują o zakupach produktów spożywczych.

- **PRZEDMIOT ZADANIA**

Przedmiotem zadania będzie kampania radiowa w stacjach ogólnopolskich i lokalnych z wykorzystaniem 15-sekundowego jingla.

Czas trwania kampanii – około 4 tygodnie (minimum 3 tygodnie i nie więcej niż 6 tygodni).

Kampania powinna zakończyć się do 15.12.2024.

Kampania nie odnosi się do konkretnego znaku towarowego ani marki.

Kampania powinna dotrzeć do minimum 5,5 mln kobiet z grupy 25-60 lat.

- **OPIS KONCEPCJI ZADANIA**

W ramach opisu koncepcji zadania należy ująć:

- harmonogram emisji jingla we wskazanych stacjach radiowych,
- uzasadnienie wyboru wybranych stacji radiowych z uwzględnieniem parametrów efektywnościowych kampanii: zasięg 1+, 5+ i OTH

- **PLANOWANE REZULTATY**

Emisja jingla edukacyjnego dla grupy minimum 5,5 mln kobiet w wieku 25-60 lat.

Zwiększenie świadomości walorów żywieniowych i zdrowotnych oleju rzepakowego.

Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju będzie na bieżąco monitorować i autoryzować wszelkie działania podejmowane przez wybrany do ich realizacji podmiot.

Działania radiowe zostaną ocenione na podstawie wskaźników dotarcia wykazanych w raporcie poemisijnym. Nieosiągnięcie gwarantowanych zasięgów po zrealizowanej kampanii względem zadeklarowanych w formularzu oferty będzie skutkowało karą powiązaną ze skalą niedostarczenia gwarantowanego zasięgu w wysokości 10% całości wynagrodzenia za każde 100 tys. osób poniżej zadeklarowanego zasięgu w grupie kobiet 25-60 lat.

Dane słuchalności/zasięgi będą oceniane na ostatniej, dostępnej w badaniach słuchalności stacji radiowych, 3-miesięcznej fali.

- **BUDŻET ZADANIA**

Łączna maksymalna kwota brutto (tj. wraz z podatkiem VAT), jaką Zamawiający ma zamiar przeznaczyć na realizację działania, wynosi 350 000,00 zł brutto.

Koszty niezgodne z przedmiotem zadania i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane przez PSPO.

- **TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA**

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do nie dłużej niż do dnia 15 grudnia 2024 r.

- **WYMÓG FORMALNY**

Wykonawca zobowiązany jest do umieszczania we wszystkich przekazach dźwiękowych informacji o udzieleniu wsparcia ze środków finansowych Funduszu Promocji Roślin Oleistych na realizację tego zadania. Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju oświadcza, że wykonanie zadania bez spełnienia powyższego wymogu formalnego będzie potraktowane jako działanie niezrealizowane i nie będzie przyjmować raportów, faktur, ani dokonywać płatności za działania niespełniające wymogu formalnego. Na etapie przedkładania oferty należy to również mieć na uwadze i nie projektować działań, które nie będą mogły wypełnić wymogów formalnych.

- **RAPORT**

Po wykonaniu zadania wykonawca musi przedstawić raport poemisijny. Raport będzie zawierał m.in. liczbę wyemitowanych jingli, zasięgi łączne, zasięgi w grupie docelowej, podpisane listy emisyjne itp. Stanowi on

integralną część zadania i wykonawca nie może żądać dodatkowego wynagrodzenia za jego sporządzenie. Zamawiający może wnieść uwagi do raportu i wykonawca niezwłocznie musi je uwzględnić. Dopiero po przyjęciu przez zamawiającego raportu wykonawca będzie mógł wystawić fakturę. Wykonawca musi mieć świadomość, że zamawiający będzie rozliczał dotację w Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa i nawet kilka miesięcy po realizacji zadania KOWR może również wnieść uwagi do raportu i realizowanego zadania, a wykonawca będzie musiał w przeciągu kilku dni przedłożyć wyjaśnienia lub skorygować raport. Za przygotowanie raportu i nanoszenie poprawek oraz przygotowywanie wyjaśnień nie będzie mu przysługiwać żadne dodatkowe wynagrodzenie.

#### **IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA**

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą.
2. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy:
  - a) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności objętej zakresem zamówienia
  - b) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia
  - c) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia
3. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty.
4. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczególnych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351)” (załącznik nr 3).
5. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:
  - a) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,
  - b) w przypadku braku wszystkich załączników do oferty
  - c) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień, o których mowa w pkt VIII. 2 we wskazanym czasie.

#### **V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY**

1. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
4. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom, przy czym Wykonawca odpowiada za czynności wykonywane przez podwykonawców jak za swoje własne.
5. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
6. Oferent powinien złożyć ofertę na formularzu załączonym do niniejszego zapytania (załącznik nr 1).
7. Oferta powinna być: opatrzona pieczętką firmową; posiadać datę sporządzenia; zawierać adres, numer telefonu, e-mail, oraz KRS; podpisana przez osobę (osoby) uprawnione do reprezentowania wykonawcy.
8. Do oferty należy dołączyć:
  - a) opis koncepcji przedmiotu zamówienia,
  - b) wymagane załączniki,
9. Oferta cenowa musi obejmować całość zamówienia.
10. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.

#### **VI. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT**

1. Oferta powinna być przesłana za pośrednictwem: poczty elektronicznej na adres: [przetargi@pspo.com.pl](mailto:przetargi@pspo.com.pl) lub dostarczona osobiście na adres biura PSPO ul. Wspólna 56, 00-684 Warszawa do dnia 7 października 2024 r. do godziny 15.00. Preferowane jest wysłanie oferty elektronicznie na wskazaną skrzynkę pocztową.
2. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
3. Oferent przed upływem terminu składania ofert może zmienić lub wycofać swoją ofertę.

4. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie internetowej: [www.pspo.com.pl](http://www.pspo.com.pl)

## VII. OCENA OFERT

Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

### **Kryterium 1: parametry mediowe kampanii – waga kryterium 50%**

Komisja oceniająca dokona oceny parametrów mediowych kampanii. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Zasięg całkowity gwarantowany w populacji (wyrażony w osobach)	20
2.	Zasięg całkowity gwarantowany w grupie kobiet w wieku 25-60 lat (wyrażony w osobach)	15
3.	Parametry jakościowe kampanii: zasięg 5+ i OTH (w grupie kobiet w wieku 25-60 lat)	15

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 1}} \times 50 \text{ pkt}$$

### **Kryterium 2: koncepcja przedmiotu zamówienia – waga kryterium 10%**

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji przedmiotu zamówienia. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Dopasowanie stacji radiowych do grupy docelowej	6
2.	Harmonogram prac – zaplanowanie kampanii w sposób umożliwiający płynną i efektywną realizację działań	4

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 1}} \times 10 \text{ pkt}$$

### **Kryterium 3: Doświadczenie oferenta – waga kryterium 30%**

Komisja oceniająca dokona oceny doświadczenia oferentów w zakresie realizacji podobnych projektów. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 3 kampanii o podobnym charakterze (kampania spotowa w radiu) w ostatnich 5 latach	7
2.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 3 kampanii w ostatnich 5 latach dla klienta/produktów z branży tłuszczowej	10
3.	Doświadczenie we współpracy z co najmniej dwoma organizacjami pozarządowymi	7
4.	Doświadczenie co najmniej 2 osób z zespołu przydzielonego do realizacji zadania w projektach o podobnym charakterze jak przedmiot tego zadania.	6

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 3}} \times 30 \text{ pkt}$$

#### **Kryterium 4: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 10%**

Cena powinna zawierać wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia. Oferent, który zaoferuje najniższą łączną cenę brutto, otrzyma 10 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku).

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{najniższa cena brutto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 10 \text{ pkt}$$

#### **VIII. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do złożenia wyjaśnień dotyczących oferty.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą, może mieć to charakter video-spotkania.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria zostanie udokumentowany protokołem.
6. Zamawiający nie ma obowiązku ujawniania protokołu z wyboru.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty, poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwość wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona jako kolejna na liście.
8. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po wskazanym wyżej terminie nie zostanie uwzględniona.
9. Wykonawca związany jest ofertą 60 dni.
10. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
11. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.
12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Polskiego Stowarzyszenia Producentów Oleju [www.pspo.com.pl](http://www.pspo.com.pl)

## IX. DODATKOWE INFORMACJE

Dodatkowe informacje można uzyskać pod numerem telefonu 22 628 38 06 lub przesłać pytania pisemnie na adres: [przetargi@pspo.com.pl](mailto:przetargi@pspo.com.pl)

## X. ZAŁĄCZNIKI

1. Wzór formularza ofertowego.
2. Doświadczenie oferenta i wykaz zrealizowanych usług.
3. Oświadczenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym 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).
4. Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania przez Zamawiającego danych osobowych pozyskanych od Oferenta w związku zawarciem i realizacją umowy, dotycząca danych firmy, osób reprezentujących Oferenta oraz osób wskazanych przez Wykonawcę do realizacji przedmiotu Umowy lub innych osób uczestniczących w jej realizacji.