

Warszawa, 16 grudnia 2024 roku

Zapytanie ofertowe nr 09/12/2024

na realizację kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce.

I. ZAMAWIAJĄCY

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego
Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa,
KRS 0000246895 / NIP 701-003-39-96 / REGON 140652872
Tel. /fax: +48 22 696 52 70, www.upemi.pl / e-mail: biuro@upemi.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Polska branża trzody chlewnej od dłuższego czasu mierzy się ze znacznym spadkiem pogłowia oraz cały czas spadającą ilością stad. Według danych GUS, na początku czerwca 2024 r. pogłowie trzody chlewnej wyniosło 9 132 tys. sztuk i było niższe o 304,3 tys. sztuk (o 3,2%) od stanu notowanego w analogicznym okresie 2023 roku, a w porównaniu z liczebnością stada świń w grudniu 2023 r. – niższe o 637,7 tys. sztuk, tj. o 6,5%. Nie są to jednak jedyne wskaźniki i czynniki, które warunkują obecną sytuację branży. Na sytuację branży wpływ mają również zwiększające się koszty produkcji, do czego przyczyniają się głównie rosnące koszty pracy, koszty energii oraz pasz. Jednocześnie branż przechodziła w ostatnim okresie wiele trudnych sytuacji, wśród których należy wymienić pandemię COVID-19 oraz stanowiący ciągle zagrożenie ASF. Jednocześnie rosną wymagania dotyczące ochrony środowiska i dobrostanu zwierząt nakładane przez Komisję Europejską i inicjatywy takie jak „Zielony Ład” oraz strategia „Od pola do stołu”, co przyczynia się w wielu przypadkach do wzrostów kosztów produkcji.

Powyższe sprawia, że produkcja trzody chlewnej charakteryzuje się niską rentownością w Polsce i pozostałych krajach Unii Europejskiej. Z szacunków IERiGŻ-PIB wynika, że średni dochód brutto z

działalności otwartej w Polsce (bez kosztów amortyzacji) w latach 2017-2021 mieścił się w przedziale 2-10% przychodów. W latach 2018-2022 odnotowano spadek produkcji wieprzowiny w Polsce o około 11%, co jest związane z wahaniami cen zysku producentów prosiąt i wykańczaczy, a także rozwojem ASF, o który zmniejszyła się populacja świń. W sezonie 2020/21 średnia cena trzody chlewnej spadła o 21,0% w stosunku do poprzedniego sezonu (z 6,04 zł/kg do 4,77 zł/kg). Konsumpcja wieprzowiny w Polsce pozostaje na dość stabilnym poziomie. Największe zmiany obserwowano w okresie wysokiej inflacji, podczas której konsumenci wybierali tańsze mięso drobiowe. Przewidywania OECD wskazują, że światowa konsumpcja wieprzowiny wzrośnie o prawie 8%, przy czym największe wzrosty spodziewane są w Ameryce Łacińskiej (20,2%), Azji (8,5%) i Ameryce Północnej (8,2%). Europa zaś będzie mierzyć się ze spadkami produkcji, a tym samym koniecznością zmiany podejścia do strategii eksportowej i podjęcia walki z konkurentami z Ameryki Południowej i Północnej.

Na rynek trzody chlewnej w ujęciu światowym oddziaływać będzie również sytuacja panująca w Chinach. W szczególności chodzi o rozpoczęcie postępowania antydumpingowego wobec europejskiej wieprzowiny, które obniży eksport do Chin, ale również, w dłuższym okresie czasu, może również doprowadzić do zawirowań na rynku Europejskim, który jest niezwykle istotny dla polskich producentów.

Kolejnym wyzwaniem dla branży są zmieniające się trendy konsumenckie. O ile, tak jak wspomniano powyżej, poziom konsumpcji wieprzowiny pozostaje na względnie stabilnym poziomie, a Polacy pozostają jednymi z największych konsumentów wieprzowiny w Europie, to zarówno w Polsce jak i w krajach Europy Zachodniej wzrastają wymagania konsumentów dotyczące jakości, bezpieczeństwa i wpływu jaki produkcja mięsa ma na środowisko oraz kwestie dobrostanu zwierząt. Wszystko to sprawia, że sprostanie wymaganiom rynkowym będzie musiało doprowadzić do zmian w sposobie hodowli trzody chlewnej, ale także zmian w strukturze całej branży. W Polsce zaś produkcja nadal jest dość mocno rozdrobniona, co nie gwarantuje „ciągłości” jakości oferowanych produktów, a tym samym spełniania wymogów nowoczesnego konsumenta. Jednocześnie do chwili obecnej nie przygotowano spójnego planu rozwoju polskiej branży trzody chlewnej, który pozwoliłby określić jej przyszłą strukturę. Obecnie coraz więcej polskich gospodarstw wycofuje się z nieformalnego modelu produkcji i decyduje się na tucz kontraktowy, który jednak nie jest modelem optymalnym. Uczestnicząc w tuczu kontraktowym, ферmy tuczników trzody chlewnej kończą współpracę z dotychczasowymi (zazwyczaj domowymi) dostawcami prosiąt. Tucz kontraktowy powoduje również niekorzystne zmiany w strukturze producentów. Zmiany te obejmują wzmocnienie dominacji dużych korporacji i zanik tradycji tuczu mniejszych, krajowych gospodarstw, które są w stanie zaoferować produkt wyższej jakości.

Problemem, na który odpowiadał będzie projekt jest zwiększenie rentowności/opłacalności produkcji trzody chlewnej w Polsce. Koszty produkcji i jej opłacalność są głównym powodem, dla którego spada pogłowie i zmniejsza się liczba stad. Rozwiązanie problemu umożliwi poprawę pozycji rynkowej hodowców trzody chlewnej zarówno na rynku krajowym, europejskim i światowym, gdzie o pozycji coraz częściej decyduje cena produktu. W obecnie stosowanym modelu produkcji, mamy zawsze do czynienia ze stroną poszkodowaną. Są nią albo hodowcy prosiąt albo hodowcy wykańczaczy. Tym samym sytuacja ta przyczynia się do zwiększenia poczucia niepewności co przyszłości hodowli oraz jej rozwoju oraz

prawidłowego oszacowania poziomu kosztów na każdym etapie produkcji, umożliwiającego osiągnięcie zysków. Dotychczasowe doświadczenia wskazują, że określenie rentowności produkcji nie może być w chwili obecnej określane jedynie na podstawie kalkulacji kosztów, które prowadzą gospodarstwa zajmujące się poszczególnymi elementami w łańcuchu hodowlanym. Należy dążyć więc do opracowania rozwiązań hodowlanych i ekonomicznych, które uwzględnią wszystkie zmienne i będą opierać się na kalkulacjach całego łańcucha produkcji, nie zaś jego poszczególnych elementów.

Projekt przyczyni się do złagodzenia/eliminacji opisanego problemu dzięki przeprowadzeniu badań naukowych zmierzających do opracowania narzędzia, umożliwiającego skalkulowanie rentowności produkcji na każdym jej etapie oraz z uwzględnieniem takich cech jak wahania podaży, ceny zwierząt gospodarskich i surowców niezbędnych do produkcji pasz, skali produkcji i wielu innych czynników zależnych zarówno od producenta (np. wykorzystanie paszy, obfitość gospodarcza), jak i rolnika (cena sprzedaży, cena paszy i dobrobyt rynkowy). Koszty związane z żywieniem zwierząt i wykorzystaniem pasz bardzo często wpływają na opłacalność lub brak produkcji.

Zaproponowane narzędzie przyczyni się do zmniejszenia efektu wahań cen (zapewnienia stabilności) i gwarantuje pozytywny wynik finansowy (lub minimalizację straty). Prowadzić będzie do stabilizacji cen prosiąt w oparciu o cenę prosiąt w momencie sprzedaży wykańczaczy do rzeźni. Może on zostać wdrożony na podstawie porozumienia (integracja pionowa) między producentami prosiąt i producentów wykańczaczy, a zatem opiera się na ściślejszej współpracy między oboma rodzajami producentów, podobnej do duńskiego modelu organizacji produkcji trzody chlewnej.

Algorytm łagodzenia wahań zysków producenta finishera opiera się na dwóch założeniach:

1. Zmiana zasady rozliczania pomiędzy finisherem a producentem prosiąt – zamiast 14-tygodniowej przerwy, następuje w dniu sprzedaży finishera, co wyklucza wpływ wahań cen, wynikających z cyklu trzody chlewnej, na zyski.
2. Przy obliczaniu zysku producenta prosiąt i producenta wykańczającego brane są pod uwagę różne kategorie kosztów: koszty karmienia, inne koszty operacyjne (koszty weterynaryjne, media, koszty transportu, upadki, koszty pracy).

Minimalizacja problemu, na który odpowiadać będzie projekt wymaga nie tylko przeprowadzenia badań naukowych oraz opracowania narzędzia umożliwiającego efektywną kalkulację rentowności produkcji, ale także odpowiedniego wypromowania rozwiązania wśród polskich hodowców. Jest to spowodowane koniecznością zmiany dotychczasowo realizowanego schematu współpracy i zwiększenia integracji pionowej. Aby mogło to mieć miejsce należy zwiększyć zaufanie hodowców pomiędzy sobą, a także pełne zrozumienie zaproponowanych rozwiązań. Zagwarantowanie dodatniego wyniku ekonomicznego dla gospodarstw tuczowych pozwala na stworzenie alternatywy w stosunku do tuczów kontraktowych – hotelowych. Dzięki temu producenci będą mogli zachować autonomię, co będzie dotyczyć zwłaszcza gospodarstw niskotowarowych, mających większe możliwości realizacji idei krótkiego łańcucha dostaw. Jednocześnie, producenci tuczników, uzyskując gwarancję stabilności zysku, bezpośrednio oddziałują na producentów prosiąt – zapewniają im gwarancję zbytu warchlaków, zachęcając ich do dalszego

prowadzenia działalności. Co ważne, powiązanie producentów warchlaków i tuczników, zarówno rozliczeniem, jak i umowami kupna-sprzedaży prosiąt, jest ważnym narzędziem trwałej integracji pionowej w sektorze trzody chlewnej.

CELE KAMPANII I EFEKTYWNOŚĆ

I. CELE GŁÓWNE

Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego

- ✓ Działania mające na celu odbudowę pogłowia trzody chlewnej oraz zwiększenie konkurencyjności polskiej produkcji wieprzowiny na rynku krajowym i na rynkach zagranicznych, w tym wspieranie produkcji żywności wysokiej jakości poprzez działania na rzecz wzmocnienia roli producentów w łańcuchu produkcyjnym;

II. CELE SZCZEGÓŁOWE KAMPANII

- ✓ poprawy rentowności produkcji trzody chlewnej w Polsce w wyniku dostarczeniu hodowcom trzody chlewnej narzędzia umożliwiającego kalkulację kosztów oraz opłacalności produkcji w całym łańcuchu dostaw
- ✓ zwiększenia pionowej integracji rynku trzody chlewnej
- ✓ zwiększenia wiedzy i kwalifikacji hodowców trzody chlewnej w zakresie zwiększania rentowności i zmniejszania podatności produkcji na zmieniające się warunki rynkowe.

Monitoring projektu będzie realizowany przez koordynatora projektu, który w cyklach miesięcznych będzie odpowiedzialny za przygotowanie raportów z realizacji poszczególnych działań. Raporty będą dotyczyć osiągniętych wskaźników działań zaplanowanych w ramach projektu. Dodatkowo wśród uczestników konferencji oraz szkoleń przeprowadzone zostaną ankiety oceniające realizację projektu i stopień jego przydatności dla poprawy sytuacji grupy docelowej.

Informacje niezbędne do dokonania ewaluacji projektu będą pozyskiwane dzięki analizie raportów przygotowywanych w ramach monitoringu oraz ankiet, które na zakończenie realizacji projektu posłużą do przygotowania raportu podsumowującego realizację projektu.

GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII

Grupa docelowa projektu to producenci trzody chlewnej z terenu całego kraju, którzy zajmują się wyspecjalizowaną produkcją prosiąt i sprzedają warchlaków oraz producenci tuczników. Polska hodowla trzody chlewnej jest silnie rozdrobniona i wykazuje brak integracji zarówno poziomej jak i pionowej. W wyniku tego mamy do czynienia z niską efektywnością technologiczną oraz wysokimi kosztami produkcji. Jednocześnie rozdrobnienie produkcji nie pozwala na zachowanie ciągłej, powtarzalnej wysokiej jakości

produkcji. Powyższe cechy przedstawicieli grupy docelowej są jedną z przyczyn zmniejszania się pogłowia, która jest bezpośrednim efektem rezygnacji z produkcji, w obliczu braku możliwości poradzenia sobie z wysokimi kosztami oraz ciągle zwiększającymi się wymogami dotyczącymi bezpieczeństwa, ochrony środowiska i dobrostanu zwierząt. Jednocześnie uniemożliwia to spełnienia wymagań nowoczesnych konsumentów odnośnie wysokiej jakości produktów, a tym samym dostosowanie się do nieuchronnych zmian wynikających z założeń Zielonego Ładu oraz strategii „Od pola do stołu”. Położenie nacisku na wysoką jakość i unikalność produkcji będzie stanowiło o przyszłej konkurencyjności polskiej trzody chlewnej. Obecnie ciągle rosnące koszty pracy i energii, sprawiają, że dotychczasowa przewaga cenowa polskiej wieprzowiny zanika i musi być zastąpiona jakością oraz nowoczesnością produkcji. Dotyczy to zarówno rynku krajowego jak i międzynarodowego, włączając w to kraje trzecie. Dodatkowo wśród producentów panuje duża nieufność i niechęć do podejmowania współpracy i integracji produkcji, którą możemy obserwować wśród największych europejskich producentów trzody chlewnej.

DZIAŁANIA STANOWIĄCE PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Działania projektu zostały podzielone na dwa typy. Pierwszym z nich jest przeprowadzenie prac badawczych i naukowych zmierzających do przygotowania narzędzia „Algorytm” oraz działania informacyjne i promocyjne upowszechniające przygotowane rozwiązanie wśród przedstawicieli grupy docelowej.

1. Działania badawczo-naukowe

- Przygotowanie eksperckiej analizy i badania naukowego do przygotowania narzędzia przeznaczonego do stabilizacji cen na rynku trzody chlewnej

W ramach działania przeprowadzone zostaną prace związane z utworzeniem i testowaniem narzędzia ekonometrycznego, które będzie analizowało trendy kosztowe i cenowe oparte na danych rynkowych pozyskiwanych z niezależnych źródeł branżowych takich jak VEZG, MINROL, MATIF, GUS, URE i innych.

- Utworzenie i administracja strony internetowej

Strona Internetowa będzie pełnić podwójną rolę. Pierwszą z nich będzie prezentacja narzędzia oraz zamieszczanie aktualnych rekomendacji dotyczących kosztów produkcji trzody chlewnej i podziału nadwyżki pomiędzy wszystkich uczestników łańcucha produkcji. Aktualizacja strony będzie następować cyklicznie w okresach tygodniowych.

- Opracowanie dokumentów prawnych i administracyjnych

Działanie jest ściśle związane z przedmiotem realizacji projektu. Jednym z jego założeń jest zwiększenie stopnia integracji pionowej producentów warchlaków i tuczników. W tym celu zostaną opracowane wzory dokumentów, które zostaną przekazane przedstawicielom grupy docelowej podczas konferencji i szkolenia, a także zamieszczone na stronie internetowej projektu. Dzięki nim producenci będą mogli automatycznie wdrożyć rozwiązania wynikające ze stosowania narzędzia.

- Badanie naukowe poprawności funkcjonowania narzędzia.

Działanie jest uzupełnieniem i rozwinięciem działania mającego na celu stworzenia narzędzia. Z racji tego, że narzędzie będzie uwzględniać wykorzystanie wielu rodzajów danych wyjściowych dotyczących ekonomii, agrobiznesu, ekonometrii i statystyki koniecznym jest przeprowadzenie analizy i badania poprawności jego funkcjonowania, tak żeby mogło się ono realnie przełożyć na zwiększenie stopnia opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce. Działanie będzie realizowane przez zespół niezależnych ekspertów z zakresu: ekonomii, agrobiznesu, statystyki i ekonometrii.

2. Działania promocyjne

- Organizacja konferencji branżowej wraz z warsztatem

Konferencja wraz z warsztatem będzie pierwszym działaniem promocyjnym mającym na celu popularyzację narzędzia wśród przedstawicieli grupy docelowej. Konferencja ma również na celu oficjalną prezentację narzędzia oraz wyjaśnienie jego sposobu funkcjonowania. Konferencja zostanie skierowana do 80 przedstawicieli grupy docelowej projektu.

- Organizacja cyklu 2 dniowych szkoleń dla producentów trzody chlewnej

Realizacja szkoleń będzie uzupełnieniem i rozszerzeniem konferencji prezentującej narzędzie oraz jego sposób funkcjonowania. Szkolenia będą nastawione na głęboką analizę możliwości wykorzystania narzędzia w praktyce oraz propagowania pionowej integracji przedstawicieli grupy docelowej projektu. Szkolenia będą przybierać formę praktycznych warsztatów stosowania narzędzia w realnych warunkach produkcyjnych. Szkolenia będą realizowane w 6, 2 dniowych edycjach. Ostateczne miejsce realizacji szkoleń zostanie ustalone w późniejszym terminie. W jednej edycji szkoleń weźmie udział 20 uczestników, łącznie ich liczba wyniesie 120 osób.

- Produkcja filmu promocyjnego oraz materiałów promocyjnych

Produkcja filmu promocyjnego oraz materiałów promocyjnych i informacyjnych wynikają z ogólnych założeń projektu. Film promocyjny będzie wykorzystywany podczas realizacji konferencji oraz szkoleń. Zostanie również zamieszczony na stronie internetowej projektu. Jego zadaniem będzie przybliżenie w atrakcyjnej, prostej formie działania narzędzia oraz prezentacji jego zalet dla producentów trzody chlewnej. Materiały promocyjne i informacyjne będą wykorzystywane podczas realizacji szkoleń oraz konferencji.

- Przygotowanie i druk publikacji naukowej opisującej sposób funkcjonowania i efekty stosowania narzędzia

Publikacja naukowa będzie elementem uwiarygadniającą całość działań promocyjnym. Wykorzystane w niej badania naukowe oraz potwierdzone przez niezależnych ekspertów ocena sposobu funkcjonowania o przydatności narzędzia. Publikacja będzie miała dwie formy – drukowaną, dystrybuowaną podczas konferencji oraz szkoleń i elektroniczną, zamieszczoną na stronie internetowej projektu.

Projekt będzie realizowany w okresie od stycznia do grudnia 2025.

Planowane rezultaty projektu:

- Stworzenie ekonometrycznego narzędzia do zwiększenia rentowności produkcji trzody chlewnej
- Stworzenie zestawu dokumentów prawnych umów oraz regulaminów wykorzystywanych przez producentów trzody chlewnej do wdrożenia narzędzia oraz zwiększenia integracji pionowej
- Produkcja 1 filmu promocyjnego

- Produkcja 200 sztuk materiałów informacyjnych
- Organizacja 1 konferencji promocyjnej wraz z warsztatem
- Przeprowadzenie 6 szkoleń dla producentów trzody chlewnej
- Przygotowanie i druk 200 egzemplarzy publikacji naukowej opisujące sposób funkcjonowania i efekty stosowania narzędzia

Wszystkie materiały promocyjno – informacyjne powinny posiadać informację o finansowaniu zgodną z Rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 czerwca 2023 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1122) - <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2023/1122>

Pliki logotypu funduszy promocji, w wersji kolorowej oraz achromatycznej można pobrać ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi:

<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktow-rolno-spozywczych>

Wszystkie materiały promocyjno – informacyjne powinny posiadać informację / logo organizacji branżowych reprezentującymi hodowców świń i producentów wieprzowiny, które w partnerstwie z UPEMI odpowiedzialne są za niniejszą kampanię.

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2025 r.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **566 310,00 zł (słownie: pięćset sześćdziesiąt sześć tysięcy trzysta dziesięć złotych i 00 groszy) brutto.**

LP.	KATEGORIA KOSZTOWA	WYKAZ SZCZEGÓŁOWY	ILOŚĆ	KWOTA BRUTTO
1	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Przygotowanie merytoryczne i graficzne kompletu materiałów promocyjnych (m.in. ulotki /broszury /wzory przykładowych zastosowań narzędzia) wraz z drukiem.	200	30 000,00
		Produkcja animowanego filmu promocyjnego (scenariusz, animacja, udźwiękowanie, postprodukcja)	1	42 780,00
2	organizacja szkoleń i konferencji	Organizacja 6 dwudniowych szkoleń prowadzonych w formie warsztatów dla producentów trzody prezentujących problemy branży związane z dołkami świńskimi wraz z prezentacją narzędzia oraz zasad przystąpienia i wdrożenia u poszczególnych producentów świń. Jednostkowe szkolenie dla 20 producentów świń.	6	158 670,00
		organizacja konferencji z prezentacją rozwiązania / narzędzia (w tym m.in. wynajem Sali, przygotowanie prezentacji, wynagrodzenie ekspertów)	1	24 600,00
3		budowa strony internetowej	1	12 300,00

Zapytanie ofertowe nr 09/12/2024 na realizację kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce.

	prorowadzenie serwisu internetowego	administrowanie stroną internetową wraz z zakładką prezentującą aktywnie aktualne rekomendacje kosztów produkcji i podziału nadwyżki	12 m-cy	108 000,00
4	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	opracowanie publikacji naukowej dot. narzędzia do stabilizacji cen na rynku trzody chlewnej wraz z uzasadnieniem naukowym i rekomendacjami dla branży oraz wydruk 200 egzemplarzy	1	27 600,00
5	badania naukowe i prace rozwojowe	zaprojektowanie i przeprowadzenie badania wraz z analizą poprawności działania systemu przez niezależnych ekspertów z zakresu ekonomii, agrobiznesu, ekonometrii i statystyki	440 h	162 360,00
			RAZEM	566 310,00

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. poz. 1025 z dnia 29.05.2018 r. z późn. zm.) art. 70¹ - 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
 - a) opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - b) komisyjne otwarcie ofert,
 - c) ocenę złożonych ofert,
 - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
5. Dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
8. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
11. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - a) nie podlegają wykluczeniu
 - b) spełniają warunki udziału w postępowaniu.
2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty.
3. W postępowaniu ofertowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:

- a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
 - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
 - c) dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
 - d) dysponują odpowiednim potencjałem technicznym;
 - e) posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;
 - f) nie podlegają wykluczeniu z procedury.
4. Z niniejszej procedury wyklucza się:
- 4.1 Oferentów, w stosunku, do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
 - 4.2 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
 - 4.3 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
 - 4.4 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z załącznikiem nr 1 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w rozdziale VIII;
 - 4.5 Oferentów, będących osobą fizyczną, która:
 - a) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
 - b) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
 - c) jest upoważniona do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
 - d) powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
 - e) jest powiązana osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
 - f) pozostaje 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 a-e;
 - 4.6 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.
 - 4.7 W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

VII. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli:

1. Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów ZO, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami ZO;
2. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i/lub kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
3. Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
4. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym Zapytaniu ofertowym;
6. Oferta zawiera rażąco niską cenę zgodnie z rozdz. XI pkt. 3 niniejszego Zapytania ofertowego.

VIII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy sporządzić na załączonym druku „Formularz ofertowy” dla całości zamówienia (Załącznik 1) w formie pisemnej w języku polskim, który powinien zostać podpisany przez osoby* upoważnione. **Brak poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.** Jeżeli do postępowania przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum. Wyjątek stanowią dokumenty opisane w pkt. 8.1 lit. a – c.
2. Do oferty należy dołączyć wszystkie wymagane Załączniki, które powinny zostać podpisane przez osoby upoważnione*. **Brak jakiegokolwiek, poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.**
3. Każdy z Oferentów ma prawo do złożenia jednej oferty na całość zamówienia. Złożenie dwóch ofert na zamówienie skutkować będzie odrzuceniem Wykonawcy w zamówieniu.
4. Wszystkie dokumenty w tym kopie dokumentów muszą być podpisane, poświadczane za zgodność z oryginałem przez osobę podpisującą ofertę (osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy).
5. Osoba podpisująca ofertę z załącznikami musi być osobą upoważnioną – za osobę/ osoby upoważnioną/e uznaje się osobę/y figurującą/e w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu, dołączonym do oferty.
6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
7. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
8. Do oferty należy dołączyć następujące dokumenty:
 - 8.1. **Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy** oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:
 - a) **aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego** albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów.

- b) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych**, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów.
- c) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego**, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów.
- d) **opis działalności firmy**, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.
- e) **umowę konsorcjum** (jeżeli dotyczy) – umowa cywilno-prawna ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

Poszukiwane podmioty powinny działać i mieć doświadczenie w zakresie doradztwa rolniczego, czyli udzielania rolnikom wsparcia, które ma na celu podnoszenie efektywności gospodarstw rolnych oraz zwiększanie dochodów z działalności rolniczej.

8.2 Koncepcję realizacji zamówienia obejmującą następujące elementy:

- 8.2.1 propozycję koncepcji merytorycznej i graficznej materiałów promocyjnych (ulotka, broszura)
- 8.2.2 propozycję koncepcji merytorycznej szkolenia w formie warsztatów dla hodowców;
- 8.2.3 propozycję koncepcji merytorycznej badania naukowego i analizy systemu/ narzędzia poprawy rentowności hodowli;

IX. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 09/12/2024”** do Zamawiającego na wskazany adres siedziby Zamawiającego:
**UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO,
AL. UJAZDOWSKIE 18 LOK. 16, 00-478 WARSZAWA**
w terminie do dnia 2 stycznia 2025 r. do godziny 10.00. Liczy się data wpłynięcia oferty do biura Zamawiającego.
2. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej jako zeskanowanych podpisanych dokumentów lub podpisanych podpisem kwalifikowalnym w pliku / plikach pdf. Ofertę w formie elektronicznej należy przesać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„ Odpowiedź na zapytanie nr 09/12/2024 w terminie do dnia 2 stycznia 2025 r. do godziny 10.00.** Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty na serwer Zamawiającego.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.

5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
6. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: www.upemi.pl

X. OCENA OFERT

1. Złożone oferty zostaną ocenione pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu.
2. W przypadku gdy oferta nie spełni któregokolwiek z warunków udziału w postępowaniu (brak formularza ofertowego oraz załączników, brak podpisów osób upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy) niniejszego zapytania ofertowego – oferta zostanie odrzucona. Z tytułu odrzucenia oferty, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia przeciw Zamawiającemu. Oferty oceniane będą punktowo. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 pkt.
3. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający będzie kierować się **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	50
2. JAKOŚĆ KONCEPCJA REALIZACJI	50

- 3.1. **CENA** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 50 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C \text{ min}}{C_x} \times 50 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- 3.2. **JAKOŚĆ KONCEPCJI REALIZACJI** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 50 pkt**) w oparciu o następujące kryteria:

1.	Kreatywność i atrakcyjność projektów materiałów informacyjno-promocyjnych ze szczególnym uwzględnieniem efektywności i sposobu przekazu informacji	1-10 pkt.
2.	Szczegółowość i atrakcyjność propozycji warsztatów ze szczególnym uwzględnieniem sposobów wykorzystania narzędzia zwiększającego rentowność	1-20 pkt.
3.	Szczegółowość i spójność koncepcji badania naukowego i analizy narzędzia zwiększającego rentowność	1-20 pkt.

XI. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
2. Zamawiający w celu ustalenia czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia może zwrócić się do każdego Oferenta o udzielenie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania od każdego Oferenta, którego oferta może zawierać rażąco niską cenę, wyjaśnień, w tym złożenia dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu, lub ich istotnych części składowych. Zamawiający oceniając złożone wyjaśnienia, weźmie pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności: ekonomię metody wykonania zamówienia, zaproponowane rozwiązania, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, oryginalność projektu Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie złoży wyjaśnień we wskazanym przez Zamawiającego terminie (w tym nie przedstawi we wskazanym przez Zamawiającego terminie wymaganych dokumentów) lub jeżeli Zamawiający oceni, że wyjaśnienia wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzają, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.
3. Wybór i ogłoszenie wybranego Oferenta nastąpią w terminie do 10 dni roboczych liczonych od dnia po dniu zakończenia przyjmowania ofert.
4. Zamawiający poinformuje Oferentów, którzy złożyli oferty o wyborze najkorzystniejszej oferty w zamówieniu.

XII. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO

Ewentualne pytania proszę kierować do pani Agnieszki Krzyżak – Karniło e-mail: a.krzyzak@upemi.pl.

XIII. WARUNKI SZCZEGÓLNE

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 30 dni od dnia jej złożenia.
2. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego zapytania ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.
3. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
4. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, przygotowaniem do zawarcia umowy.
5. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu będzie przebiegała w etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
6. Rozliczanie działań zrealizowanych w danym etapie będzie realizowane na koniec etapu w oparciu o przekazane dokumenty i obszerny materiał dowodowy potwierdzające należyte wykonanie działań (zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania).
7. Zamawiający zastrzega, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, której treść zostanie przekazana wybranemu Wykonawcy.

Zapytanie ofertowe nr 09/12/2024 na realizację kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce.

8. W przypadku, gdy projekt nie uzyska finansowania ze środków Funduszy Promocji, nie będzie realizowany i Oferentom nie przysługują z tego tytułu żadne roszczenia.

XIV. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy dla zamówienia
2. Załącznik nr 2 - Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 09/12/2024

Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

.....
.....

Numer telefonu: e-mail:

NIP..... REGON

W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe

1. Oświadczamy, że oferujemy wykonanie zamówienia w określonej kwocie:

Lp.	Podmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1	na realizację kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce	1		
Razem:				

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VIII ppkt. 8.2 stanowi załącznik nr 1 do niniejszego formularza ofertowego.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty jakie poniesie Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w zapytaniu ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
- ✓ posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);

Zapytanie ofertowe nr 09/12/2024 na realizację kampanii informacyjno - promocyjnej pt. „Zwiększenie rentowności i opłacalności produkcji trzody chlewnej” mającej na celu analizę ekspercką i fazę testową narzędzia ekonomicznego dla hodowców do oceny i kalkulacji m.in. trendów kosztowych i cenowych zwiększających stopień opłacalności hodowli trzody chlewnej w Polsce.

- ✓ znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ nie podlegamy wykluczeniu z procedury;
- ✓ akceptujemy warunki uczestnictwa w postępowaniu, określone w zapytaniu ofertowym.

.....
Miejsce i data

.....
(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

Załącznik nr 2. Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, do Zapytania ofertowego 09/12/2024

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 09/12/2024, oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- A. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- B. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji;
- C. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- D. pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

.....

Miejsce i data

.....

(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.