

ZAPYTANIE OFERTOWE 03/12/2019

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Polska Izba Mleka
ul. Mickiewicza 7 lok. 23
15-213 Białystok
tel.: (85) 674 73 29
e-mail: izba@izbamleka.pl
KRS: 0000307577, REGON: 200214918, NIP: 542 30 85 199

II. PROCEDURA ZAMÓWIENIA

Zamówienie jest udzielane w ramach konkurencyjnej procedury wyboru wykonawcy zadania, zgodnej z art. 9 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 2160). Procedura jest prowadzona w trybie zapytania ofertowego. Do zamówienia mają zastosowanie przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2019 r., poz. 1145 z późn. zm.) oraz niniejszego zapytania ofertowego. Zamówienie nie podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja w roku 2020 usługi – kampanii promocyjno – informacyjnej „Mamy kota na punkcie mleka”, jako zadania finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka. Opis zadania, obejmujący uzasadnienie, działania i planowane rezultaty znajduje się w załączonym wyciągu z dokumentu „Zestawienie rzeczowo-finansowe zadania” złożonego z wnioskiem o finansowanie zadania (załącznik nr 4).

Usługa będzie realizowana od momentu podpisania umowy do 31.12.2020 r.

Kompleksowa realizacja usługi powinna uwzględniać opis zadania oraz obejmować między innymi następujące elementy:

- Działania reklamowe
- Gadżety
- Prowadzenie strony www.kochammleko.pl, Facebook'a wraz z prowadzeniem aplikacji.
- Materiały do szkół itp.
- Działania PR



- Konkursy
- Działania w szkołach

Cena całkowita brutto oferty nie może przekroczyć kwoty 892750,00 złotych (słownie zł: osiemset dziewięćdziesiąt dwa tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych 00/100 groszy).

Poszczególne działania składające się na usługę:

1. DZIAŁANIA REKLAMOWE

Czas realizacji: 10 miesięcy

Wykupienie powierzchni reklamowej w m.in. Internecie, radio, telewizji, prasie, kinie itp. w celu promocji spożycia mleka i produktów mleczarskich oraz propagowanie zdrowotnych właściwości mleka i produktów mlecznych. Służyć temu mają m.in. artykuły sponsorowane, spoty radiowe, kinowe, filmy promujące spożycie mleka, bannery, inne formy promocji w Internecie, radio, telewizji, prasie itp. Nie mniej niż 5 publikacji w miesiącu.

2. STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA

Czas realizacji: 12 miesięcy

Witryna internetowa programu promocyjnego www.kochammleko.pl jest rozbudowanym serwisem internetowym, skupiającym oraz integrującym wszystkie działania realizowane w ramach programu, a także wszystkie grupy docelowe, do których są one adresowane. Stanowi ona główne źródło informacji o programie, a jednocześnie zachęca do aktywnego uczestnictwa. Witryna zawiera także informacje nt. prawidłowego żywienia dzieci oraz ciekawe przepisy kulinarne z wykorzystaniem polskiego mleka i produktów mleczarskich.

Prowadzenie Facebooka, zamieszczanie m.in. materiałów promocyjno – informacyjnych, przepisów itp.

Obsługa techniczna wraz z utrzymaniem i administrowaniem aplikacji.

3. MATERIAŁY PROMCYJNO – INFORMACYJNE

Czas realizacji: do końca maja 2020

Druk materiałów zachęcających do spożywania mleka i produktów mleczarskich w codziennej diecie, tj.:

- plakaty - 500 szt.
- broszury – 1 500 szt.
- książeczki promocyjno – informacyjne dla dzieci – 30 000 szt.
- karty pracy – 8 000 szt.

4. DZIAŁANIA PR

Czas realizacji: 12 miesięcy

Narzędzia PR takie jak: prowadzenie biura prasowego, informacje prasowe regularnie dystrybuowane przez biuro prasowe wśród dziennikarzy oraz materiały backgroundowe wykorzystywane w pracy biura prasowego z mediami; e-pr, pracę biura prasowego wspierać będą eksperci.

5. KONKURSY

Ilość: 4 szt.

Konkursy realizowane będą internetowo oraz w trakcie spotkań z uczestnikami projektu. Działania zmierzające do przeprowadzenia konkursów to: koszty przygotowania konkursów, koszty regulaminu, koszty związane z zaproszeniem uczestników, koszty związane z kontaktem z uczestnikami, koszty nagród i dyplomów dla uczestników, koszty promocji konkursów, koszty kapituły konkursowej, koszt wysyłki nagród i materiałów promocyjnych, plakatów, itp.

6. DZIAŁANIA W SZKOŁACH

Czas realizacji: 12 miesięcy

Pozyskiwanie szkół do programu.

Każda placówka, która zarejestruje się w programie otrzyma przesyłkę obejmującą odpowiednie ilości następujących materiałów przeznaczonych dla grup odbiorców (do wyczerpania zapasów): pakiet informacyjno – promocyjny, w którym znajdzie się m.in. informacja dla nauczyciela jako pomoc dydaktyczna, materiały edukacyjne dla uczniów oraz plakaty, gadżety zachęcające do spożycia mleka przez dzieci itp.

Zapewnienie wysyłki związanej z pozyskiwaniem szkół i z pakietem informacyjno – promocyjnym, spotkania w szkołach z kotem Mleczysławem lub Mleczną Kitą, uczestnictwo w piknikach itp.

7. GADŻETY

Gadżety promujące spożycie mleka w postaci drobnego upominku np.

Zakładka do książki – 1 000 szt.

Plan lekcji – 500 szt.

Kubek – 500 szt.

Magnesy - 7 000 szt.

IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zapytanie ofertowe jest skierowane do przedsiębiorców – podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, tj. osób fizycznych, jednostek organizacyjnych posiadających zdolność prawną bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). W przypadku oferty wspólnej (konsorcjum, spółka cywilna) należy wskazać lidera będącego jedynym podmiotem wskazanym do kontaktu oraz rozliczeń. Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej - tj. być uprawnionym do występowania w obrocie w zakresie prowadzonej działalności.

V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Ofertę należy przygotować w oparciu o wzór formularza ofertowego (załącznik nr 1) oraz wzór szczegółowego zestawienia kosztów (załącznik nr 2). Do oferty należy dołączyć koncepcję: **działań reklamowych, prowadzenia strony www, Facebook i aplikacji, materiałów informacyjno – promocyjnych (plakaty, broszury, książeczki, karty pracy), działań PR, konkursów, działań w szkołach z pozyskaniem szkół do programu, wizualną propozycji gadżetów oraz harmonogram realizacji uwzględniający płatności.**
3. Oferta musi zawierać: nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy:
 - a) nie znajdują się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty,
 - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
 - c) dysponują odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym wykonanie zamówienia.
5. 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 szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351) (załącznik nr 3).
6. Oferta winna być podpisana w sposób czytelny przez osobę lub osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym pełnomocnictwem. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem i pozostawieniem oferty bez rozpatrzenia.
7. Ofertę należy złożyć w języku polskim
8. Oferty należy składać w PLN.
9. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.

10. W zakresie działań określonych czasem ich realizacji, wynagrodzenie wykonawcy wypłacane za każdy miesiąc będzie miało charakter ryczałtowy (w rozumieniu art. 632 Kodeksu cywilnego). W zakresie działań określonych ilościowo wynagrodzenie wykonawcy wypłacane za każdy miesiąc będzie miało charakter obmiarowy. Płatność wynagrodzenia nastąpi w miesięcznym rozliczeniu, w oparciu o zrealizowany zakres działań oraz ich koszty wynikające ze szczegółowego zestawienia załączonego do oferty, w terminie 30 dni po doręczeniu prawidłowego wystawionej faktury.
11. Ofertę należy złożyć osobiście w Biurze Polskiej Izby Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok w godzinach pracy biura (8:00-16:00) lub doręczyć poprzez operatora pocztowego lub kuriera na adres Biura Polska Izba Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok z dopiskiem „Mamy kota na punkcie mleka” odpowiedź na zapytanie ofertowe 03/12/2019 przed upływem terminu składania ofert określonym w pkt. VI niniejszego zapytania – pod rygorem odrzucenia oferty.

VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:

Od 17.12.2019 roku do 09.01.2020 roku

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena oferty (brutto) – waga kryterium 40%.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który złoży ofertę niepodlegającą odrzuceniu z najniższą ceną otrzyma 40 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku)

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{cena oferty najniższą ceną}}{\text{cena badanej oferty}} \times 40 \text{ pkt}$$

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 40 pkt.

Kryterium 2: koncepcja planowanych działań i materiałów – waga kryterium 30%.

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji w zakresie realizacji projektu.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Koncepcja działań PR	3
2.	Koncepcja konkursów	5
3.	Koncepcja działań reklamowych	5

4.	Koncepcja działań w szkołach z pozyskiwania szkół do programu	4
5.	Koncepcja materiałów informacyjno-promocyjnych i gadżetów	6
6.	Koncepcja prowadzenia Facebook'a, aplikacji, strony internetowej programu z uwzględnieniem działań zachęcających najmłodszych do korzystania ze strony	4
7.	Jakość druku	3

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 30 pkt.

Kryterium 3: spójność i kompleksowe ujęcie przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30%

Komisja oceniająca dokona oceny spójności i kompleksowego ujęcia przedmiotu zamówienia.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Konsekwentne podejście do tematu, zgodnie ze specjalistyczną wiedzą dotyczącą marketingu, komunikacji	5
2.	Zapewnienie spójności merytorycznej przy realizacji prac objętych zamówieniem	4
3.	Zapewnienie zgodności z identyfikacją wizualną „Mamy kota na punkcie mleka”	6
4.	Zapewnienie spójności wizualnej przy produkcji materiałów promocyjnych	6
5.	Zapewnienie spójności z dotychczasową komunikacją w mediach	4
6.	Propozycje dodatkowych oryginalnych rozwiązań dotyczących promocji produktów mleczarskich	5

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 30 pkt.

W wymienionych powyżej kryteriach oceny punkty zostaną zaokrąglone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku w ten sposób, że jeżeli trzecia liczba po przecinku:

- jest mniejsza niż 5 - liczbę tę pomija się;
- jest równa lub większa niż 5 - drugą liczbę po przecinku zaokrągla się o jeden w górę.

Oferta może otrzymać łącznie we wszystkich kryteriach maksymalnie 100 pkt.

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Ostateczny termin realizacji zamówienia: od podpisania umowy do 31.12.2020 r.
Fakturowanie i terminy płatności: w miesięcznym rozliczeniu, zgodnie z pkt.V.10

IX. OSOBY UPOWAŻNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Pani Katarzyna Jankowska, adres email: izba@izbamleka.pl

X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą istotne tj. 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 lub uzupełnień oferty. W przypadku oczywistych omyłek pisarskich lub rachunkowych Zamawiający dokona ich poprawienia.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty w zakresie zawartej w niej koncepcji przed komisją oceniającą.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. 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.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy, w szczególności nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty Zamawiający może wybrać wykonawcę, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert.
8. Oferta powinna być sporządzona wyłącznie w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia.
9. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:
 - a) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
 - b) została złożona przez podmiot niespełniających warunków udziału w postępowaniu, chyba że Beneficjent nie przewiduje warunków udziału w postępowaniu,
 - c) jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych,
 - d) została złożona po terminie,
 - e) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,
 - f) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę (rozumianą jako cena niewiarygodna, nierealistyczna w porównaniu do cen rynkowych, nie pokrywająca kosztów wykonania zamówienia zgodnie z wymaganiami zamawiającego oraz obowiązującymi przepisami),
 - g) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X. 2,
 - h) Wykonawca nie dochowa warunków składania ofert określonych w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
10. Wykonawca związany jest ofertą przez okres 30 dni.
11. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

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 Polskiej Izby Mleka.
14. Zamawiający zastrzega sobie prawo podjęcia negocjacji cenowych z wybranym w wyniku wyboru konkurencyjnego Oferentem.
15. Odpowiedzi na pytania zadawane podczas biegu terminu składania ofert będą zamieszczane wyłącznie na stronie www.izbamleka.pl

Informujemy, że Zapytanie ofertowe zostało upublicznione poprzez zamieszczenie na stronie internetowej Polskiej Izby Mleka: www.izbamleka.pl

Załączniki:

1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1
2. Szczegółowe zestawienie kosztów – załącznik nr 2
3. Oświadczenie (dotyczy wyłącznie wykonawców-osób fizycznych) – załącznik nr 3.
4. Opis zadania – wyciąg z dokumentu „Zestawienie rzeczowo – finansowe zadania” złożonego wraz z wnioskiem o finansowanie zadania - załącznik nr 4



.....
(pieczęć Wykonawcy)

Dane Wykonawcy:

Nazwa:

Adres:

NIP:

REGON/PESEL:

Tel:, e-mail:

FORMULARZ OFERTOWY

w odpowiedzi na zapytanie ofertowe nr 03/12/2019 w sprawie zamówienia związanego z kompleksową realizacją w roku 2020 usługi – kampanii promocyjno – informacyjnej „Mamy kota na punkcie mleka” finansowanej ze środków Funduszu Promocji Mleka, składam(y) ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w zapytaniu ofertowym za wynagrodzenie **całkowite** w kwocie:

netto:zł (słownie zł:.....)

.....)

powiększonej o 23% podatku VAT wysokości zł (słownie zł:

.....)

brutto:zł (słownie zł:

.....)

Oświadczam, że:

1. Zapoznałam/em się z wymaganiami Zamawiającego, dotyczącymi przedmiotu zamówienia, zamieszczonymi w zapytaniu ofertowym oraz akceptuję je i nie wnoszę do nich żadnych zastrzeżeń,
2. nie znajduję się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty,
3. moja sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewnia terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
4. dysponuję odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym wykonanie zamówienia.
5. zamówienie zostanie zrealizowane w terminach określonych w zapytaniu ofertowym
6. cena oferty obejmuje wszystkie koszty związane z wykonaniem usługi i została skalkulowana z uwzględnieniem załączonego szczegółowego zestawienia kosztów.

.....
data i miejsce

.....
podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy

Szczegółowe zestawienie kosztów

DZIAŁANIE	ILOŚĆ/CZAS REALIZACJI	KOSZT (brutto, z uwzgl. 23% VAT)
DZIAŁANIA REKLAMOWE	10 MIESIĘCY	
STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA	12 MIESIĘCY	
MATERIAŁY INFORMACYJNO – PROMOCYJNE	40 000 SZT.	
DZIAŁANIA PR	12 MIESIĘCY	
KONKURSY	4 SZT.	
DZIAŁANIA W SZKOŁACH	12 MIESIĘCY	
GADŻETY	9 000 SZT.	

Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego 03/12/2019

(składają wyłącznie Oferenci będący osobami fizycznymi, w tym wspólnicy spółek cywilnych)

....., dn.....

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że **nie jestem / jestem*** osobą określoną 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)

§ 8. 3. Wykonawcą zadania, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, nie może być osoba fizyczna, która:

- 1) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
- 2) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- 3) jest osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- 4) 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 1–3.”

.....

podpis Oferenta

*niepotrzebne należy skreślić

Załącznik nr 4 do Zapytania ofertowego nr 03/12/2019

3.4. Opis działań:

DZIAŁANIA SĄ SKIEROWANE DO DZIECI WIEKU 6-10 LAT, PONIEWAŻ ŁATWO POPRZEZ ZABAWĘ PRZEKAZAĆ IM WIEDZĘ NA TEMAT WARTOŚCI MLEKA I PRODUKTÓW MLECZARSKICH.

W RAMACH PROGRAMU ZAPLANOWANO REALIZACJĘ NASTĘPUJĄCYCH DZIAŁAŃ NA WYBRANYCH PŁASZCZYZNACH:

1. REKLAMA W TELEWIZJI, RADIO, PRASIE LUB INNYCH MEDIACH

DZIAŁANIA REKLAMOWE

WYKUPIENIE POWIERZCHNI REKLAMOWYCH W CELU ZACHĘCENIA DO SPOŻYCIA MLEKA ORAZ W RAMACH PROMOCJI PROGRAMU. M.IN. ARTYKUŁY SPONSOROWANE, SPOTY RADIOWE, KINOWE, FILMY PROMUJĄCE SPOŻYCIE MLEKA, BANNERY, INNE FORMY PROMOCJI W INTERNECIE, RADIU, TELEWIZJI, PRASIE, ITP.

NIE MNIEJ NIŻ 5 DZIAŁAŃ REKLAMOWYCH W MIESIĄCU.

3. PRZYGOTOWANIE MATERIAŁÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

GADŻETY

PROMUJĄCE SPOŻYCIE MLEKA W POSTACI DROBNEGO UPOMINKU NP. ZAKŁADKA DO KSIĄŻKI, PLAN LEKCJI, KUBEK, MAGNESY, ITP.

6. PROWADZENIE SERWISU INTERNETOWEGO

STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA

WITRYNA INTERNETOWA PROGRAMU PROMOCYJNEGO WWW.KOCHAMMLEKO.PL JEST ROZBUDOWANYM SERWISEM INTERNETOWYM, SKUPIAJĄCYM ORAZ INTEGRUJĄCYM WSZYSTKIE DZIAŁANIA REALIZOWANE W RAMACH PROGRAMU, A TAKŻE WSZYSTKIE GRUPY DOCELOWE, DO KTÓRYCH SĄ ONE ADRESOWANE, STANOWIĄC Z JEDNEJ STRONY GŁÓWNE ŹRÓDŁO INFORMACJI O PROGRAMIE, Z DRUGIEJ ZAŚ INSPIRACJĘ I ZACHĘTĘ DO AKTYWNEGO UCZESTNICTWA. MOŻNA TAM RÓWNIEŻ ZAPOZNAĆ SIĘ Z INFORMACJAMI NT. PRAWIDŁOWEGO ŻYWIENIA DZIECI, A TAKŻE Z CIEKAWYMI PRZEPISAMI KULINARNYMI Z WYKORZYSTANIEM POLSKIEGO MLEKA I PRODUKTÓW MLECZARSKIECH.

PROWADZENIE FACEBOOKA, ZAMIESZCZANIE M.IN. MATERIAŁÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH, PRZEPISÓW, ITD.

OBSŁUGA TECHNICZNA APLIKACJI WRAZ Z UTRZYMANIEM I ADMINISTROWANIEM STRONY BEDĄCEJ SPRAWOZDANIEM ZREALIZOWANYCH DZIAŁAŃ I SPRAWOZDANIEM Z EFEKTYWNOŚCI WPROWADZONYCH MATERIAŁÓW.

8. PUBLIKACJA I DYSTRYBUCJA BROSZUR, ULOTEK, PLAKATÓW, ZAPROSZEŃ I INNYCH MATERIAŁÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

MATERIAŁY INFORMACYJNO - PROMOCYJNE

M.IN. PLAKATY, BROSZURY, DRUKOWANE KSIĄŻECZKI PROMOCYJNO-INFORMACYJNE DLA DZIECI, KARTY PRACY.

10. WYNAGRODZENIE DOSTAWCY TOWARÓW LUB USŁUG, NIEZBĘDNYCH DO REALIZACJI ZADANIA

DZIAŁANIA PR

CELEM DZIAŁAŃ PUBLIC RELATIONS ZAPLANOWANYCH W RAMACH PROGRAMU PROMOCYJNO-INFORMACYJNEGO DOTYCZĄCEGO MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH JEST PROMOCJA ZARÓWNO WALORÓW MLEKA, JOGURTÓW I SERÓW ŻÓŁTYCH, JAK I SAMEGO PROGRAMU.

ZASTOSOWANE ZOSTANĄ NARZĘDZIA PUBLIC RELATIONS, JAK: PROWADZENIE BIURA PRASOWEGO, INFORMACJE PRASOWE REGULARNIE DYSTRYBUOWANE PRZEZ BIURO PRASOWE WŚRÓD DZIENNIKARZY ORAZ MATERIAŁY BACKGROUNDOWE WYKORZYSTYWANE W PRACY BIURA PRASOWEGO Z MEDIAMI; E-PR, PRACĘ BIURA PRASOWEGO WSPIERAĆ BĘDĄ EKSPERCI PROGRAMU.

KONKURSY

KONKURSY INTERNETOWE CELEM KTÓRYCH JEST PRZEKAZANIE WIEDZY O WALORACH ZDROWOTNYCH MLEKA I PRODUKTÓW MLECZARSKICH POPRZEC ZABAWĘ.

KONKURSY REALIZOWANE W TRAKCIE SPOTKAŃ Z UCZESTNIKAMI PROJEKTU: KOSZTY PRZYGOTOWANIA KONKURSÓW, KOSZTY REGULAMINU, KOSZTY ZWIĄZANE Z ZAPROSZENIEM UCZESTNIKÓW, KOSZTY ZWIĄZANE Z KONTAKTEM Z UCZESTNIKAMI, KOSZTY NAGRÓD I DYPLOMÓW DLA UCZESTNIKÓW, KOSZTY PROMOCJI KONKURSÓW, KOSZTY KAPITUŁY KONKURSOWEJ, KOSZT WYSYŁKI NAGRÓD I MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH, PLAKATÓW, ITP.

KOORDYNATOR

KOORDYNATORZY PROJEKTU TO OSOBY, KTÓRE BĘDĄ ZARZĄDZAĆ PROWADZENIEM DZIAŁAŃ PRZEWIDZIANYCH W TYM ZADANIU, NADZOROWAĆ PRACĘ PODWYKONAWCÓW, TAK ABY ODBYWAŁY SIĘ ONE W SPOSÓB JEDNOLITY I DOPROWADZIŁY DO OSIĄGNIĘCIA CELU, TJ. JAK NAJLEPSZEGO ZREALIZOWANIA ZADANIA, BY ODNIOSŁO ONO NAJBARDZIEJ POŻĄDANE EFEKTY Z PUNKTU WIDZENIA BRANŻY MLECZARSKIEJ. WYNAGRODZENIE OSÓB, KOORDYNUJĄCYCH DZIAŁANIA PROJEKTU.

DZIAŁANIA W SZKOŁACH

POZYSKIWANIE SZKÓŁ DO PROGRAMU;

KAŻDA PLACÓWKA, KTÓRA ZAREJESTRUJE SIĘ W PROGRAMIE OTRZYMA PRZESYŁKĘ OBEJMUJĄCĄ ODPOWIEDNIE ILOŚCI MATERIAŁÓW PRZEZNACZONYCH DLA GRUP ODBIORCÓW, DO WYCZERPANIA ZAPASÓW.

PAKIET INFORMACYJNO-PROMOCYJNY, W KTÓRYM ZNAJDOWAĆ SIĘ BĘDĄ M.IN. INFORMACJA DLA NAUCZYCIELA JAKO POMOC DYDAKTYCZNA, KTÓREGO KLASA ZOSTANIE ZGŁOSZONA DO PROGRAMU, MATERIAŁY EDUKACYJNE DLA UCZNIÓW ORAZ PLAKATY, GADŻETY ZACHĘCAJĄCE DO SPOŻYCIA MLEKA PRZECZ DZIECI, ITP.

WYSYŁKA ZWIĄZANA Z POZYSKIWANIEM SZKÓŁ I Z PAKIETEM INFORMACYJNO-PROMOCYJNYM, SPOTKANIA W SZKOŁACH Z KOTEM MLECZYŚLAWEM LUB MLECZNĄ KITA, UCZESTNICTWO W PIKNIKACH, ITP.

