

Datum: 24. 3. 2020

Zadeva: VABILO K ODDAJI PONUDBE

Vabimo vas k oddaji ponudbe za izvedbo Programa generične promocije in informiranja za mleko in mlečne izdelke, ki je nadaljevanje predhodnega programa Mlečno je super iz obdobja 2016 – 2019. Predmet vabila je oglaševalska akcija (kreativna rešitev in medijski načrt), promocijske aktivnosti, oblikovanje in izdelava komunikacijskih orodij ter zakup medijev.

Naročnik: GZS-ZKŽP/GIZ mlekarstva Slovenije, Dimičeva 13, Ljubljana

IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO PONUDBE:

Cilji:

- povečanje porabe mlečnih izdelkov iz EU, predvsem jogurtov, smetane, namazov in sirov
- spodbujanje porabe mleka in mlečnih izdelkov pri mladih, ki so bodoči odrasli potrošniki
- informiranje o hranilni sestavi in prehranskem pomenu mleka in mlečnih izdelkov za vse starostne skupine
- informiranje o varnosti, kakovosti, sledljivosti, pristnosti, označevanju ter trajnostni proizvodnji mleka in mlečnih izdelkov, s poudarkom na izdelkih iz EU

Ciljne skupine:

- mladi: otroci in mladostniki
- ženske: odraščajoče ženske in odrasle ženske
- starejši: 60 +

Glavna sporočila:

- Mleko in mlečni izdelki so hranljivi in naravni, ustrezajo sodobnemu načinu življenja in so v užitek potrošnikom,
- Mleko in mlečni izdelki so bogat vir kalcija in visoko vrednih beljakovin ter so pomemben del vsakodnevne uravnotežene prehrane,
- Na voljo je velik izbor mlečnih izdelkov, primernih za različne prehranske potrebe
- Sporočila morajo biti pozitivna in morajo upoštevati specifično naravo različnih trgov

- Informacije o hranilnih in zdravstvenih lastnostih mleka in mlečnih izdelkov morajo temeljiti na splošno sprejetih znanstvenih podatkih in izpolnjevati zahteve iz [Uredbe \(ES\) št. 1924/2006 o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih](#)

Ciljna trga: Bosna in Hercegovina, Črna gora

Obdobje trajanja: januar 2021 – december 2023

Ponudba naj vsebuje:

- Opis in stroškovnik posameznih ukrepov po državah
- Medijski načrt posameznih ukrepov po državah
- Osebno predstavitev (opis izkušenj s podobnimi programi ter poznavanje ciljnih trgov)

Glede na dosedanje izkušnje s preteklimi programi promocije predlagamo naslednje ukrepe, za katere določite strošek za vsako storitev posebej:

1. Koordinacija programa
2. Komunikacijska strategija
3. Celostna grafična podoba projekta
4. Tiskovna konferenca
5. Izobraževalne delavnice za otroke
6. Pospeševanje prodaje na prodajnih mestih
7. Tiskani in/ali digitalni oglasi in PR članki
8. Facebook, spletna stran
9. Letaki
10. Promocijski material po predlogu agencije
11. Morebitni drugi ukrepi po predlogu agencije
12. Evalvacija rezultatov

Stroškovnik:

Vse stroške vpišite v excel tabelo za vsako državo posebej ter skupno na naslednji način:

Vrsta ukrepa	1. LETO	2. LETO	3. LETO	SKUPAJ
	0 €	0 €	0 €	0 €
	0 €	0 €	0 €	0 €
	0 €	0 €	0 €	0 €

....

Kazalniki izvedbe in rezultatov:

Pri vsaki aktivnosti je potrebno navesti kazalnik izvedbe (npr. število oglasov) in kazalnik rezultata (število izpostavitvev, ki so jih ustvarili oglasi).

Vrednost programa: orientacijska vrednost programa brez DDV je 130.000 €/leto za BIH in 70.000 €/leto za Črno goro. Ponudba mora vključevati vse stroške, ki bodo nastali pri izvedbi. Pri strošku priprave vsebin promocijskih materialov je potrebno upoštevati, da bo strokovni del priprave prispeval naročnik. Ob koncu vsakega leta programa je potrebno predvideti strošek evalvacije rezultatov, ki jo opravi neodvisna agencija. Vsi stroški programa morajo biti podrobno razdeljeni po posameznih aktivnostih in časovnih obdobjih.

Pogoji programa:

Naročnik bo program predložil v odobritev na Evropsko komisijo na podlagi javnega razpisa: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/en/funding-opportunities/calls-for-proposals>

Program bo sofinanciran s sredstvi EU. Pri izvajanju programa je potrebno upoštevati pravila v zvezi z navajanjem porekla ter blagovnih znamk ter ostala pravila iz javnega razpisa. Program se bo izvajal v primeru odobritve s strani Evropske komisije in podpisa pogodbe naročnika z ARSKTRP.

Pogoji za priznanje sposobnosti:

Agencija mora za predložitev svoje ponudbe izpolnjevati tudi pogoje, ki so navedeni v prilogi tega vabila. Potrjena Izjava o izpolnjevanju pogojev mora biti priložena ponudbi.

Merila za izbor :

Pravočasno prisperele ponudbe agencij, ki izpolnjujejo pogoje za priznanje sposobnosti, bodo ocenjene po naslednjih merilih:

Kakovost predložene ponudbe (največ 30 točk)

- podana je celovita analiza tržišča, na katerem se izvaja program (opis ciljnih trgov, ozaveščenost potrošnikov, ipd.);
- jasno in podrobno opisane aktivnosti programa;
- izkušnje izvajalca.

Ustreznost predlagane strategije (največ 30 točk)

- ustrezna manifestacija ideje kampanje skozi posamezne komunikacijske kanale
- razdelitev in zakup medijskega prostora

Razmerje med kakovostjo in ceno (največ 40 točk)

Ocenjuje se cenovna učinkovitost posameznih storitev (izdelava promocijskih materialov, zakup medijskega prostora, kazalniki izvedbe in rezultata, honorar agencije ter ostali stroški).

Izbor ponudb:

Vse ponudbe, ki bodo pravočasno oddane in bodo vsebovale obe potrjeni prilogi, bo pregledala in ocenila tričlanska strokovna komisija. Pri končnem številu doseženih točk posameznega merila se upošteva aritmetično povprečje ocen vseh članov komisije. O končnem izboru bodo vse sodelujoče agencije obveščene naknadno.

Agencija z najbolje ocenjeno ponudbo bo pozvana na dopolnitev ponudbe in sodelovanje pri pripravi končnega programa ter pripravi angleškega prevoda programa. Če bo to glede na prispele ponudbe potrebno, lahko za izvajanje določenih dejavnosti programa komisija izbere drugo agencijo (med prispelimi ponudbami ali z naknadnim postopkom izbire).

Za več informacij smo na voljo na **barbara.rupnik@gzs.si**

Rok oddaje ponudbe: do vključno 9. 4. 2020 na e-naslov: barbara.rupnik@gzs.si

Lep pozdrav,

Barbara Rupnik, l.r.
Sekretarka Sekcije za mlekarstvo pri GZS-ZKŽP,
Sekretarka GIZ mlekarstva Slovenije

dr. Tatjana Zagorc, l.r.
direktorica GZS-ZKŽP

Tomaž Žnidarič, l.r.
predsednik UO GIZ mlekarstva