



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



## **DRUŠTVO ZA PROMOCIJO IN ZAŠČITO PREKMURSKIH DOBROT**

Štefana Kovača 40  
9000 Murska Sobota

Datum: 20.12.2016

Evropska komisija je dne 4.2.2016 v Uradnem listu Evropske unije št C 41/4 objavila »Razpis za zbiranje predlogov 2016, enostavni programi«; Ukrepi za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo, ki se izvaja na notranjem trgu in v tretjih državah v skladu z Uredbo (EU) št. 1144/2014. Društvo za promocijo in zaščito prekmurskih dobrot (v nadaljevanju društvo) je uspešno kandidiralo na tem razpisu s projektom »**PROMOCIJA SHEM "ZTP" IN "ZGO" IZDELKOV IZ PREKMURJA**«, z akronimom »**LOCAL FLAVOURS IN EU**« in objavlja:

### **POVABILO K ODDAJI PONUDBE**

#### **Predmet naročila:**

Izvedba dejavnosti informiranja o kmetijskih proizvodih in njihove promocije pri projektu »Promocija shem "ZTP" in "ZGO" izdelkov iz Prekmurja«, z akronimom »Local flavours in EU«.

Društvo je leta 2004 pridobilo nacionalno in leta 2010 evropsko zaščito za prekmursko gibanico, za shemo »ZTP« (zajamčena tradicionalna posebnost). Prekmurska gibanica ima zaščiteni ime in recepturo, proizvodnja pa geografsko ni omejena. Leta 2004 je društvo pridobilo nacionalno in leta 2014 evropsko zaščito za prekmursko šunko, za shemo »ZGO« (zaščiteni geografski označba), s čimer je zaščiteni njeno ime in tehnologija izdelave, proizvodnja pa je omejena na geografsko območje Prekmurja. Za vsakega od zaščitenih proizvodov je društvo pri Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano registriralo skupino proizvajalcev. Znotraj skupin so pravila določena s posebnimi pravilniki o delovanju. Skupina proizvajalcev prekmurske gibanice trenutno obsega 38 certificiranih proizvajalcev, skupina proizvajalcev prekmurske šunke pa 3 certificirane proizvajalce.

Po podatkih posebne raziskave Eurobarometra (št. 389) je prepoznavnost shem v Sloveniji sledeča: 13% anketiranih prepozna grafične znake sheme zajamčena tradicionalna posebnost in 16% anketiranih prepozna znake sheme zaščiteni geografski označba.

Namen projekta je doseči boljšo prepoznavnost evropskih zaščitnih znakov povezanih s shemami kakovosti ter povečati ozaveščenost potrošnikov o prednostih kmetijskih



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



proizvodov iz shem kakovosti, kar bo prispevalo k povečanemu deležu prodaje zaščitnih izdelkov certificiranih proizvajalcev ter posledično vplivalo na rast konkurenčnosti in dodane vrednosti v kmetijstvu in celotnem agroživilskem sektorju.

### Projektne cilji

1. Povečati raven prepoznavnosti zaščitnih znakov ZTP in ZGO in povečati prepoznavnost in ozaveščenost potrošnikov o prednostih prekmurske gibanice in prekmurske šunke kot nosilcev shem kakovosti.
  - najmanj 10.000 potrošnikov prepozna zaščitne znake ZTP in ZGO (potrošniki, ki doslej teh zaščitnih znakov niso poznali).
  - najmanj 10.000 potrošnikov prepozna prednosti prekmurske gibanice in prekmurske šunke kot zaščitnih proizvodov (potrošniki, ki tega prej niso vedeli).
2. Povečati obseg proizvodnje in prodaje prekmurske gibanice in prekmurske šunke certificiranih proizvajalcev.
  - povečati donos od prodaje prekmurske gibanice certificiranih proizvajalcev za 175.000 EUR do konca izvajanja programa.
  - povečati donos od prodaje prekmurske šunke certificiranih proizvajalcev za 25.000 EUR do konca izvajanja programa.

### Ciljne skupine:

- Končni potrošniki.
- Domači in tuji turisti.
- Gostinska podjetja, hoteli, turistične kmetije in drugi ponudniki, ki želijo svojim gostom oz. kupcem ponuditi vrhunske gastronomske proizvode z uradno priznano kakovostjo.
- Trgovci in posredniki s ponudbo izdelkov višje kakovosti.

### **Specifikacija aktivnosti:**

1. Priprava idejne zasnove in strategije komunikacije
  - Izdelava celostne grafične podobe.
  - Idejna zasnova s scenarijem izvedbe posameznih akcij.



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



- Strategija komunikacije (natančen terminski in časovni načrt izvedbe posameznih akcij, koncept oglaševanja dogodkov, koncept priprave ter distribucije informativnega in promocijskega materiala).

## 2. Organizacija dogodkov

- Diši po Prekmurju v Ljubljani – skupaj 3 prireditve (1 prireditev/leto)
  - najem prostora in stojnic na glavni ljubljanski tržnici in koordinacija,
  - organizacija in izvedba dogodka: priprava in objava najav (na spletnih portalih), priprava vabil za sodelujoče, dogovarjanje in koordinacija z udeleženci in podizvajalci, zbiranje ponudb in sklepanje pogodb, najem in postavitve opreme (šotor, mize, klopi...), najem in dostava drobnega inventarja ter izdelkov, kulturno animacijski program, zagotavljanje profesionalnega fotografa za objave na spletnih portalih.
- Festival prekmurske gibanice in šunke - skupaj 3 prireditve (1 prireditev/leto)
  - Organizacija in izvedba dogodka: priprava in objava najav, priprava vabil za sodelujoče, dogovarjanje in koordinacija z udeleženci in podizvajalci, zbiranje ponudb in sklepanje pogodb, najem in postavitve opreme (šotor, mize, klopi...), najem in dostava drobnega inventarja ter izdelkov, kulturno animacijski program, zagotovitev promotorjev na dogodku, organizacija in izvedba senzoričnega ocenjevanja prekmurske gibanice in prekmurske šunke (dve strokovni komisiji – 10 strokovnjakov), organizacija in izvedba razstave prekmurske gibanice in prekmurske šunke, zagotavljanje profesionalnega fotografa za objave na spletnih portalih.

## 3. Predstavitve na sejmi

Organizacija in izvedba sejmskih predstavitev na 9-tih sejmi v Sloveniji, Avstriji in Nemčiji (3 sejmske predstavitve/leto).

- Izbira ustreznih sejmov na predvidenih trgih.
- Organizacija in koordinacija (prijava, koordinacija z organizatorjem, priprava in nabava potrebnih materialov, drobnega inventarja, degustacije, zagotavljanje prevoza in namestitve promotorjev).



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



- Zagotavljanje promotorjev .
- Zagotavljanje vseh potrebnih materialov in izdelkov za degustacije.

#### 4. Promocijske predstavitve v sklopu gostinstva in turistične ponudbe, v trgovskih centrih in v sklopu drugih prireditev

Organizacija in izvedba 30-tih promocijskih predstavitev v sklopu gostinske in turistične ponudbe, v trgovskih centrih in v okviru drugih prireditev (10 predstavitev/leto).

Pomembna ciljna skupina je sektor gostinstva in turizma, zato je treba temu nameniti posebno pozornost. Osredotočiti se je treba predvsem na turistične destinacije v Sloveniji, kjer se bodo v sodelovanju z gostinci in hotelirji organizirali predstavitveni dogodki. Predhodno je treba to ciljno skupino na posameznih območjih nagovoriti, organizirati sestanke in okrogle mize ter predstaviti priložnosti v zvezi s pristopom k skupini proizvajalcev in s tem skupne promocije in nastopa na trgu. V sodelovanju z zainteresiranimi gostinci se bodo izvajale promocijske predstavitve in zagotoviti je treba pester in atraktiven program izvedbe, ki bo vključeval klasične elemente predstavitev (nagradne igre, glasbeni program, predstavitve priprave prekmurske gibanice in podobno).

V sodelovanju s predstavniki trgovskih verig je treba organizirati promocijske predstavitve v trgovskih centrih. Izvedba bo podobna kot v gostinstvu. Namen teh predstavitev je vzpostavljanje oziroma krepitev poslovnih odnosov s trgovci ter doseganje večjega števila potrošnikov.

V Sloveniji je v zadnjem času zelo atraktivna "odprta kuhinja", kjer ponudniki pred obiskovalci pripravljajo hrano. Z organizatorji se je treba dogovoriti za termine in izvesti promocijske predstavitve na podoben način kot je opisano predhodno.

Na podoben način je predvideno tudi sodelovanje na raznih kulinarčnih prireditvah v Sloveniji.

Za izvedbo promocijskih predstavitev je potrebno sledeče:

- Izbira ustreznih lokacij in gostujočih organizatorjev.



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



- Organizacija in koordinacija (dogovarjanje in koordinacija z gostujočimi organizatorji in izvajalci, potrebna oprema, sodelujoče osebe, drobni inventar, materiali, izdelki, logistika).
- Zagotavljanje prevoza materialov in opreme, osebja in nastopajočih.
- Zagotavljanje kulturnega programa .
- Zagotavljanje potrebnega osebja (2 kuharja in 2 promotorja).

Za vse prireditve, sejemske in promocijske predstavitve mora izvajalec zagotoviti skupino promotorjev z ustreznimi znanji in kompetencami za informiranje in anketiranje obiskovalcev, s čimer se bodo ugotavljala nova pridobljena znanja oz. prepoznavnost zaščitnih znakov in prednosti ter posebnosti zaščitnih izdelkov.

Prav tako je potrebno pri izvedbi prireditev, sejmskih in promocijskih predstavitev vključevati certificirane proizvajalce prekmurske gibanice in šunke.

Pri izvedbi promocijskih predstavitev je potrebno vključiti pomembne akterje na področju gostinsko turistične ponudbe in večjih trgovskih verig v Sloveniji.

## 5. Informiranje in promocijski materiali

### *Spletna stran*

Popolna prenova spletne strani <http://www.disi-po-prekmurju.si>:

- Zasnova spletnega mesta (vsebina, scenarij prehajanja skozi vsebino, komunikacijska orodja...).
- Grafična zasnova spletnega mesta.
- Programsko tehnična izvedba.
- Sistem za upravljanje spletnega mesta.
- Testiranja...

Zagotoviti najmanj 100.000 obiskovalcev spletne strani tekom izvajanja projekta.



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



### *Družbena omrežja*

Vključevanje družbenih omrežij za izvajanje informacijske kampanje.

### *Oblikovanje in tisk promocijskih materialov:*

- promocijska platna in panoji – 8 kosov,
- plakati - 4.000 kosov,
- zloženke s predstavitvijo obeh zaščitene izdelkov v štirih jezikih – 100.000 kosov,
- kartončki s predstavitvijo obeh zaščitene izdelkov v štirih jezikih – 20.000 kosov.

### *Embalaža in ostali materiali – nabava in tisk:*

- promocijske vrečke - 10.000 kosov,
- lesene promocijske škatle za prekmursko šunko z vžganim zaščitnim znakom – 500 kosov,
- lesene servirne deske za prekmursko šunko z vžganim zaščitnim znakom - 500 kosov,
- stojalca za promocijske kartončke – 200 kosov,
- promocijska oblačila (majice, oblačila za kuharje, animatorje: srajce, bluze, majice, predpasniki in podobno).

### *Medijske objave:*

Oglaševanje preko tiskanih medijev in radijskih oglasov (200 radijskih objav, 20 objav v tiskanih medijih in 20 brezplačnih objav).

Vsaka radijska objava v povprečju doseže 300.000 poslušalcev. Vsaka objava v tiskanih medijih doseže približno 200.000 bralcev. 20 neplačanih radijskih objav, ki vsaka doseže približno 300.000 poslušalcev. 20 neplačanih tiskanih objav, ki dosežejo približno 200.000 bralcev.

## 6. Študijsko potovanje

Organizacija in izvedba študijskega potovanja v eni od ciljnih držav: Italija ali Španija ali Francija. Zagotoviti obisk približno 5-tih združenj/proizvajalcev oz. institucij z ustreznimi izkušnjami na področju zaščitene izdelkov za izmenjavo dobrih praks glede prepoznavnosti shem kakovosti in zaščitene izdelkov ter njihovih posebnih lastnosti pri potrošnikih. Študijsko potovanje traja 5 delovnih dni za 6 udeležencev (zagotoviti potovanje, namestitve, prevoze do posameznih lokacij, organizacijo predstavitev in drugih aktivnosti s strani gostiteljev).



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



### **Merjenje rezultatov:**

Najpomembnejši rezultat projekta, ki bo posledično vplival tudi na realizacijo ostalih rezultatov je:

**Povečana raven prepoznavnosti zaščitnih znakov ZTP in ZGO in povečana prepoznavnost in ozaveščenost potrošnikov o prednostih prekmurske gibanice in prekmurske šunke kot nosilcev shem kakovosti.**

Kazalniki vpliva:

- najmanj 10.000 potrošnikov prepozna zaščitne znake ZTP in ZGO (potrošniki, ki doslej teh zaščitnih znakov niso poznali).
- najmanj 10.000 potrošnikov prepozna prednosti prekmurske gibanice in prekmurske šunke kot zaščitnih proizvodov (potrošniki, ki tega prej niso vedeli).

Drugi pomemben rezultat projekta je:

**Povečan obseg proizvodnje in prodaje prekmurske gibanice in prekmurske šunke certificiranih proizvajalcev**

Kazalniki vpliva:

- povečan donos od prodaje prekmurske gibanice certificiranih proizvajalcev za 175.000 EUR do konca izvajanja programa
- povečan donos od prodaje prekmurske šunke certificiranih proizvajalcev za 25.000 EUR do konca izvajanja programa

Z izvajanjem projektnih aktivnosti je treba doseči večjo prepoznavnost shem kakovosti in večjo ozaveščenost o prednostih zaščitnih izdelkov pri končnih potrošnikih, kar bo prispevalo k večjemu povpraševanju po izdelkih certificiranih proizvajalcev. Obenem pa bodo določene aktivnosti namenjene pridobivanju novih certificiranih proizvajalcev in širitvi trga.

Ocenjena vrednost naročila: 281.300,00 EUR brez DDV

Rok za izvedbo:



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



Aktivnosti se bodo pričele izvajati po podpisu pogodbe z Agencijo Republike Slovenije za kmetijske trge in razvoj podeželja, v mesecu februarju 2017. Obdobje trajanja projekta je tri leta.

Pogoji za sodelovanje:

- Organizacija, ki oddaja ponudbo za sodelovanje pri izvedbi projekta ni v postopku prisilne poravnave, stečajnem ali likvidacijskem postopku.
- Organizacija ima finančno in kadrovsko sposobnost za izvedbo projekta.

Merila za ocenjevanje:

Opis	Max. št. točk	Opombe
Reference o izvedbi projektov informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode, ki so vključeni v sheme kakovosti hrane	30	<ul style="list-style-type: none"><li>- izvedeni trije ali več projektov informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode vključene v sheme kakovosti hrane – 30 točk,</li><li>- izvedena dva projekta informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode vključene v sheme kakovosti hrane – 20 točk,</li><li>- izveden en projekt informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode vključene v sheme kakovosti hrane – 10 točk,</li><li>- ni bil izveden noben projekt informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode vključene v sheme kakovosti hrane – 0 točk,</li></ul>
Strategija ukrepa	10	<ul style="list-style-type: none"><li>- zajema vse točke iz specifikacije aktivnosti,</li><li>- je ustrezno zastavljena glede na ciljne skupine in je ustrezna za doseganje zastavljenih ciljev,</li><li>- orodja komuniciranja so ustrezno izbrana glede na ciljne skupine in posamezne dejavnosti.</li></ul>
Opis dejavnosti	30	<ul style="list-style-type: none"><li>- opis dejavnosti zajema vse točke iz specifikacije aktivnosti,</li><li>- dejavnosti so jasno vsebinsko in terminsko opredeljene v skladu s specifikacijo aktivnosti,</li><li>- rezultati posameznih dejavnosti so jasno predstavljeni in zagotavljajo doseganje projektnih rezultatov,</li><li>- v dejavnosti se aktivno vključujejo člani skupin proizvajalcev prekmurske gibanice in prekmurske šunke.</li></ul>
Kakovost upravljanja	10	<ul style="list-style-type: none"><li>- struktura upravljanja in sodelovanje z naročnikom je jasno opisano.</li></ul>





CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



		<ul style="list-style-type: none"><li>- opredeljeni so ustrezni postopki nadzora. Potekalo bo spremljanje doseganja kazalnikov in kakovosti rezultatov, upoštevanje rokov in proračuna.</li><li>- jasno je opisano obvladovanje tveganj.</li></ul>
Stroškovna učinkovitost	20	<ul style="list-style-type: none"><li>- stroški so učinkovito porazdeljeni po dejavnostih,</li><li>- z načrtovanimi sredstvi bo možno doseči zastavljene rezultate projekta,</li><li>- stroški dejavnosti so v sorazmerju z opisom in obsegom dejavnosti ter skladni s finančnim načrtom projekta.</li></ul>

**Rok in način prijave:**

Razpisna dokumentacija je objavljena na spletni strani [www.disi-po-prekmurju.si](http://www.disi-po-prekmurju.si) in obsega:

- Povabilo k oddaji ponudbe,
- Obrazec za prijavo,
- Finančni načrt,
- Izjava o izpolnjevanju pogojev.

Ponudbo, ki obsega:

- Obrazec za prijavo,
- Finančni načrt in
- Izjavo o izpolnjevanju pogojev

posredujte **v pisni obliki, s priporočeno pošto na naslov pisarne društva:** Društvo za promocijo in zaščito prekmurskih dobrot, Ulica arhitekta Novaka 9, 9000 Murska Sobota **do 6.1.2017** ali **osebno dostavite v pisarno društva: Ulica arhitekta Novaka 9, 9000 Murska Sobota.**

**Upoštevali bomo ponudbe, ki bodo dostavljene v pisarno društva do 6.1.2017 do 15. ure, oziroma bodo najkasneje 6.1.2017 oddane s priporočeno pošto.**

Ovojnica mora biti opremljena s pripisom: **»NE ODPIRAJ – PONUDBA ZA PROJEKT LOCAL FLAVOURS IN EU«.**

Ponudbe bodo ocenjene v skladu z merili za ocenjevanje in izbran bo ponudnik, ki bo zagotovil najboljše razmerje med kakovostjo in ceno. Z izbranim ponudnikom bo sklenjena pogodba o opravljanju storitev pri izvedbi projekta.

Kontaktna oseba s strani naročnika: Tatjana Škrilec

Kontaktne podatki: e-mail: [dpzpd@siol.net](mailto:dpzpd@siol.net)  
tel.št.: 02 526 14 35



CAMPAIGN FINANCED WITH AID  
FROM THE EUROPEAN UNION



S spoštovanjem,

Predsednik društva  
Janez Kodila