|  |
| --- |
| **ZMIENIONY ZAŁĄCZNIK NR 3** |

Wykonawca:

…………………………………………………………………

*(pełna nazwa/firma, adres, w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG)*

reprezentowany przez:

…………………………………………………………………

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego **pn.  Usługa zaprojektowania strony internetowej o nazwie „Matchmaking Platform” wraz z wdrożeniem, przeprowadzeniem testów, uruchomieniem, gwarancją i wsprarciem technicznym**niniejszym oświadczam, że  zobowiązuję się do wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami stawianymi przez Zamawiającego, określonymi poniżej.
2. Oferty, które nie będą zawierać pełnego zakresu przedmiotu zamówienia zostaną odrzucone.

|  |
| --- |
| Matchmaking to kojarzenie i dopasowywanie ogniw w łańcuchu dostaw, tak aby w jak najlepszy sposób spełnić ich wzajemne cele i oczekiwania. Platforma matchmakingowa (PM) w zakresie alternatywnych łańcuchów dostaw żywności ma na celu wspomagać uczestników tzw. rynków dopasowanych do obrotu żywnością w ramach krótkich łańcuchów dostaw.  Uczestnikami takiego rodzaju rynków są rolnicy, farmerzy wytwarzający produkty rolne, pośrednicy wspierający aspekty logistyczne obrotu produktami i konsumenci je nabywający. W AFN ważna jest dla konsumenta m.in. jakość, świeżość produktów, lokalny charakter, ochrona środowiska, niski ślad węglowy, certyfikacja, wspieranie lokalnych producentów.  Dla dostawców (rolników) ważne jest dostarczanie produktów bezpośrednio do konsumentów, z pominięciem pośredników, w celu zwiększania swoich przychodów. Dla pośredników oferujących różnego typu usługi (transportowe, magazynowe, konfekcjonowania, dostarczania opakowań, czy kompleksowej organizacji łańcuchów dostaw) AFN to okazja do lokowania swojej oferty skierowanej do dostawców - rolników.  Na platformie swoje miejsce mogą znaleźć również instytucje wspierające rozwój AFN (np. ośrodki doradztwa rolniczego). W celu opracowania i uruchomienia PM należy stworzyć algorytm dopasowania potrzeb i oczekiwań uczestników AFN. Dopasowanie na linii: AFN - KONSUMENT; AFN-POŚREDNIK; AFN - INSTYTUCJA. Dopasowanie na linii: AFN (producent rolny) – Pośrednik (Operator logistyczny) oraz AFN – INSTYTUCJA. Konsument otrzymuje jedynie informacje o ofercie  od AFN, natomiast Pośrednik (operator logistyczny) dąży do budowania relacji biznesowych z producentem rolnym. |
| * 1. **Użytkownicy:**  1. Użytkownicy korzystający z platformy: 2. **AFN – rolnicy, producenci rolni, grupy operacyjne, spółdzielnie itp. oferując produkty rolne lokalnie:** 3. Informacje na profilu indywidualnym:  * nazwa AFN (dostawcy żywności), * kontakt (strona internetowa, poczta, adres, tel.), * objęty region (NUTS 2) i miejsca (w przypadku kilku realizacji) –  mapy  Google, * przesyłanie zdjęć logo i obrazów.  1. Opis profilu:  * ograniczona liczba znaków, * tworzenie informacji profilowych z odpowiednimi szczegółami m.in.  informacje o produktach, warunkach dostawy, rodzaju systemu produkcji/uprawy/hodowli (np. konwencjonalna, bioorganiczna, organiczna) itp. (w sumie około 25 kryteriów do wyboru – informacje opcjonalne do zaznaczenia, ale ważne dla kojarzenia i wyszukiwania oferty AFN dl B2B (AFN dla Pośredników) i B2C (AFN dla Konsumentów).  1. **Pośrednicy (dostawcy usług/infrastruktury logistycznej zlokalizowani w wybranych lokalizacjach):** 2. Informacje na profilu indywidualnym  * nazwa pośrednika (dostawcy usług logistycznych), * dane kontaktowe (strona internetowa, poczta, adres, tel.), * objęty region (NUTS 2) i miejsca (w przypadku kilku lokalizacji) –  mapy  Google, * przesyłanie zdjęć logo i obrazów.  1. Opis profilu:  * ograniczona liczba znaków, * tworzenie informacji profilowych z odpowiednimi szczegółami m.in. usługi transportowe, usługi magazynowania, infrastruktura magazynowa itp.  (około 15 kryteriów do wyboru – opcjonalne, ale ważne informacje dla  kojarzenia i wyszukiwania partnerów B2B).  1. **Konsumenci – korzystają i wyszukują interesujących ich produktów na Platformie:**   Co może zrobić konsument na MP?   1. nie tworzy profilu na MP, 2. poszukuje informacji o ofercie AFN, 3. kontakt z wybranymi AFN-ami w celu zakupu niektórych produktów (zakupu i  odbioru produktów dokonuje poza Platformą po bezpośrednim kontakcie z  producentem żywności), 4. spotyka się online z przedstawicielami AFN za pośrednictwem PW (google Meet lub  Zoom lub innej równoważnej platformy do komunikacji wideo ), 5. bierze udział w działaniach organizowanych przez Instytucje. 6. **Instytucje wspierające AFN (ośrodki doradztwa rolniczego, jednostki naukowe, instytucje branżowe):** 7. Informacje na profilu indywidualnym:  * nazwa Instytucji (np. ośrodka doradztwa rolniczego), * dane kontaktowe (strona internetowa, poczta, adres, tel.), * objęty region (NUTS 2) i miejsca (w przypadku kilku lokalizacji) –  mapy  Google, * przesyłanie zdjęć logo i obrazów.  1. Opis profilu:  * ograniczona liczba znaków, * tworzenie informacji profilowych z odpowiednimi szczegółami m.in. dobre praktyki, artykuły, oferta szkoleń (około 10 kryteriów do wyboru – opcjonalne, ale ważne informacje dla kojarzenia i wyszukiwania partnerów).  1. Użytkownicy administratorzy zapewniający techniczną obsługę Platformy |
| * 1. **Wybrane funkcjonalności Platformy:**  1. Moduł rejestracji/logowania - umożliwiający utworzenie/aktualizację własnego profilu organizacji (AFN, Pośrednicy, Instytucje). 2. Moduł wyszukiwania partnerów, produktów itd. 3. Rodzaj organizacji: AFN (dostawcy produktów), pośrednicy platformy (operatorzy logistyczni i usługodawcy), instytucje (ośrodki doradztwa rolniczego). 4. Wizualizacje lokalizacji (regiony – NUTS 2) – mapy google (**lub równoważne)** -  kryteria wyszukiwania. 5. Kategorie produktów – AFN (asortyment produktów) – kryteria wyszukiwania. 6. Kategorie usług – Pośrednicy (asortyment usług) – kryteria wyszukiwania. 7. Strefa aktualności - artykuły o nowych produktach, usługach. 8. Najlepsze praktyki podane jako link do Platformy Transferu Wiedzy – osobna platforma. 9. Statystyki (ilu użytkowników, jakich użytkowników, z jakiej lokalizacji, kto z kim nawiązał współpracę). 10. Algorytm dobierania partnerów - aby dopasować producentów żywności do  odpowiednich dostawców usług logistycznych w oparciu o takie czynniki jak:  lokalizacja i filtry oraz funkcję wyszukiwania, aby użytkownicy mogli znaleźć dopasowania w oparciu o określone kryteria w profilu użytkowników. 11. Interaktywna mapa umożliwiająca wyszukiwanie ogłoszeń z wykorzystaniem lokalizacji GPS **w ramach technicznych możliwości przeglądarek na urządzeniach użytkownika.** 12. Formularz umożliwiający kontakt z osobą, która opublikowała ogłoszenie: 13. imię i nazwisko, 14. adres mailowy, 15. telefon, 16. krótkie pole opisowe. 17. Współpraca z serwisami społecznościowymi **w zakresie działań marketingowych w celu promocji platformy matchmekingowej.** 18. Narzędzia komunikacji: bezpośredni kontakt między użytkownikami za pośrednictwem poczty elektronicznej, formularza kontaktowego, Google Meet, Zoomu – lub innej równoważnej platformy do komunikacji wideo. 19. Oceny i recenzje: funkcja umożliwiająca użytkownikom wzajemne ocenianie i  recenzowanie po zakończeniu usługi w celu budowania zaufania i niezawodności na  platformie. 20. System powiadomień - powiadamianie użytkowników (e-mailem) o nowym wejściu na  platformę. 21. Śledzenie użycia i kojarzeń - podstawowe funkcje raportowania umożliwiające śledzenie użycia i wydajności (rzeczywiste kojarzenie B2B): 22. ujęcie statystyczne (częstotliwość transakcji z punktu widzenia produktu, lokalizacji, itp., 23. ujęcie efektywnościowe (ile transakcji sfinalizowano w relacji do ilości "wejść" na  stronę sprzedającego, na stronę produktu. 24. Minimalistyczny design i doświadczenie użytkownika: przyjazny interfejs z intuicyjną nawigacją i minimalistycznym designem 25. Wersje regionalne – każdy partner otrzyma wzór platformy w języku angielskim – należy przetłumaczyć na języki narodowe (włoski, węgierski, słoweński, niemiecki) 26. Centrum wsparcia technicznego i pomocy (podstawowe wsparcie w zakresie zapytań użytkowników i rozwiązywania problemów) 27. Platforma powinna prawidłowo wyświetlać się i funkcjonować w przeglądarkach internetowych: co najmniej Firefox, Opera, Safari, Google Chrome, Microsoft Edge na urządzeniach stacjonarnych i mobilnych (w tym urządzeniach z systemem iOS i Android). 28. Warunki prywatności (RODO) – platforma będzie zgodna z przepisami w tym zakresie 29. Kod open source - platforma będzie oparta na tego rodzaju kodzie 30. Panel administracyjny – system CMS 31. Historia raportowania ruchu na platformie – statystyki: 32. ujęcie statystyczne (częstotliwość transakcji z punktu widzenia produktu, lokalizacji, itp., 33. ujęcie efektywnościowe (ile transakcji sfinalizowano w relacji do ilości "wejść" na stronę sprzedającego, na stronę produktu. 34. Gwarancja – utrzymanie MP w sprawności przez 12 miesięcy |
| * 1. **Platforma powinna zawierać co najmniej:**  1. Kategorie główne ogłoszeń, 2. Mechanizm wyszukiwania ogłoszeń, 3. Slider (wyróżnione ogłoszenia), 4. Interaktywna mapa, 5. Formularz kontaktowy, 6. Aktualności „News”, 7. Wersje językowe (angielska, włoska, słoweńska, niemiecka, węgierska i polska) 8. Stopka (zawierająca np. dane teleadresowe, logo i linki do wybranych artykułów.), 9. Mapa strony, 10. Odsyłacze do profili platformy internetowej w serwisach społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube). |
| * 1. **Wymagania techniczne i funkcjonalne**  1. Projektowanie i zorientowanie na użytkownika i dostępność: 2. Intuicyjny, responsywny projekt zoptymalizowany dla różnych urządzeń, 3. Zgodność z wytycznymi dotyczącymi dostępności treści internetowych (Web Content Accessilility Guideliness – WCAG) na rzecz inkluzywności, 4. Wielojęzyczne wsparcie, głównie w języku angielskim, z opcjami dla języka polskiego, włoskiego, słoweńskiego, węgierskiego i niemieckiego. 5. Kluczowe funkcjonalności: 6. Profile użytkowników dla różnych interesariuszy ze szczegółowymi informacjami na  temat umiejętności, doświadczenia i zainteresowań, 7. Interaktywne mapy Europy pokazujące rozmieszczenie geograficzne i szczegółowe informacje na temat interesariuszy (lokalne sieci producentów i dostawców lokalnie produkowanej żywności) będą prezentowane na stronie internetowej (na  interaktywnej mapie), która powinna mieć możliwość filtrowania i  wyszukiwania według treści, 8. Sekcje poświęcone możliwościom współpracy, wydarzeniom i spotkaniom oraz  treściom informacyjnym na temat ekosystemu AFN. 9. Zarządzanie treścią i bezpieczeństwo: 10. Solidny system zarządzania treścią (Content Management System – CMS), kompatybilny z Wordpress, 11. Bezpiecznej zarządzanie danymi użytkowników i przestrzeganie zasad prywatności 12. Skalowalność i utrzymanie: 13. Skalowalna infrastruktura dostosowana do rosnącej liczby użytkowników i ilości treści **w granicach technicznych możliwości wymaganej technologii Wordpress/PHP.** 14. Regularne aktualizacje i konserwacja po urchomieniu, 15. Hosting zostanie zapewniony przez Open ENLoCC, a zawartość zostanie oddana do  strony internetowej: <https://www.openelocc.net/> 16. W okresie obowiązywania umowy i podczas 12 miesięcznej gwarancji, cyklicznie co  miesiąc będą odbywały się spotkania zespołu projektowego, w tym przedstawiciela Wykonawcy. Każde spotkanie potrwa ok. 1h i będzie prowadzone w języku angielskim. |

|  |
| --- |
| Data: |
|  |