

## ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

*Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (bio wypiek mini pizza z szynką, bio wypiek mini pizza margherita, bio pizza Rossa wegetariańska, bio pizza Rossa z kielbasą myśliwską i pieczarkami, bio pizza Gustavo z kielbasą myśliwską, bio zapiekanka z pieczarkami, bio zapiekanka z kielbasą myśliwską, jabłka) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemie jakości, w ramach którego te produkty zostały wytworzone (system rolnictwa ekologicznego)*

realizowanego w ramach poddziałania 3.2 *Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym* objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Zamawiający:

**Przedsiębiorstwo Wielobranżowe Maxtop**

**A.Malasewicz J.Maleta R.Maleta sp.j.**

**ul. Fabryczna 10**

**41-260 Sławków**

**NIP 6290006444**

**Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z**

**Kamil Kutyna**

**Wojciechów 7a**

**24-335 Łaziska**

## **I. Przedmiot zamówienia:**

Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- zgodnie z treścią zapytania przedstawioną poniżej.

## **II. Oferta winna zawierać przynajmniej:**

1. Pełną nazwę i adres oferenta oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze (np. KRS), w którym ujawniony jest oferent. Zapisy we właściwym rejestrze, w którym został wpisany oferent powinny potwierdzać, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.

W przypadku reprezentowania oferenta przez Pełnomocnika nie wymienionego w właściwym rejestrze, pełnomocnik powinien dołączyć oryginał dokumentu pełnomocnictwa lub notarialnie poświadczoną kopię. *Jeżeli Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast numeru NIP umieszcza w ofercie numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo dołącza się wydruk oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze w którym ujawniony jest oferent. Wydruk lub wypis z właściwego rejestru potwierdzający nr wpisu oferenta do rejestru oraz potwierdzający, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.*

2. Adres e-mail oferenta, służący do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania
3. Pełną nazwę i adres siedziby zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym jeśli jest inny niż adres siedziby)
4. Pełną nazwę projektu zgodnie z niniejszym zapytaniem ofertowym
5. Datę sporządzenia oferty
6. Datę ważności oferty – wymagane minimum 2 miesiące
7. **Wartość oferty netto i brutto przedmiotu zamówienia po uwzględnieniu ewentualnych upustów.**
  - a. **W wartości oferty nie może być ujęty koszt cła, opakowania, koszt szkolenia, koszty dojazdów i diet oferenta.**
  - b. **Na wartość oferty składa się kompleksowe wykonania zadania.**

8. Wycenę odrębną każdego z poniżej wyszczególnionych zadań (każdej z form reklamy) w wartości netto i brutto – oferent jest zobowiązany do wypełnienia i dołączenia do oferty załącznika nr 1.
9. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
10. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez uczestników konsorcjum. Z treści umowy konsorcjum winna jednoznacznie wynikać możliwość oferowania i wykonania zadań objętych niniejszym zapytaniem.
11. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej na papierze firmowym Oferenta lub opatrzona pieczętką firmową oraz powinna być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta.
12. Oferta sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez tłumacza przysięgłego

**Dokumenty składane w formie kopii powinny być potwierdzone podpisem osoby reprezentującej oferenta na każdej stronie.  
Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.**

### **III. Wymogi dotyczące zapisów oferty**

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form reklamy.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania więcej niż jednej oferty przez jednego oferenta lub grupę działających wspólnie oferentów.
3. Nie dopuszcza się składania ofert zawierających więcej niż jeden wariant realizacji zadania.
4. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
5. Koszt przygotowania i dostarczenia oferty pokrywa Oferent. Zamawiający nie może być pociągany do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.

6. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.

**Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.**

#### **IV. Opis przedmiotu zamówienia:**

a) Wykaz produktów przeznaczonych do promocji:

- bio wypiek mini pizza z szynką
- bio wypiek mini pizza margherita
- bio pizza Rossa wegetariańska
- bio pizza Rossa z kielbasą myśliwską i pieczarkami
- bio pizza Gustavo z kielbasą myśliwską
- bio zapiekanka z pieczarkami
- bio zapiekanka z kielbasą myśliwską
- jabłka

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach systemu rolnictwa ekologicznego.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w czterech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.05.2022. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

c) Wymagany zakres zadań do zrealizowania przez oferenta (formy reklamy):

- TELEWIZJA:
  - spot reklamowy 10s, w tym 3 s na wyświetlenie planszy informacyjnej
  - spot dostosowany do wymagań technicznych poszczególnych stacji telewizyjnych
  - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
  - emisja w 1 stacji telewizyjnej, np.. TVP Katowice lub równoważna (stacje regionalne)
  - zaplanowana łączna minimalna ilość emisji- 200,
  - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
  - oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
- wykaz stacji telewizyjnych, w których będzie emitowany spot telewizyjny.

- RADIO:

- dwa spoty reklamowe 15s
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
- emisja w minimum 1 stacji radiowej np. Polskie Radio Katowice lub równoważna (stacje regionalne),
- zaplanowana minimalna ilość emisji obydwu spotów- 50,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
  - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
  - wykaz stacji radiowych, w których będzie emitowany spot radiowy.

- INTERNET:

- zakres reklamy:
  - kampania banerowa:
    - przygotowanie i emisja siedmiu projektów banerów reklamowych w różnych formatach dostosowanych zarówno do wyświetlania na komputerach jak i na urządzeniach mobilnych
    - emisja pozwalająca na łatwe dotarcie do osób z określonej grupy docelowej (kobiety prowadzące gospodarstwo domowe, młodzież, studenci, single, emeryci)
    - minimalna łączna ilość odsłon- 8 000 000
  - kampania Facebook/Instagram/Pinterest:
    - przygotowanie postów oraz ich emisja na portalach społecznościowych Facebook, Instagram i Pinterest
    - przygotowanie minimum 30 różnych postów

- obecność w mediach społecznościowych powinna być utrzymana do końca trwania kampanii
- spot internetowy:
  - przygotowanie i emisja dwóch spotów internetowych
  - spoty powinny wyświetlać się głównie osobom mieszcącym się w określonej grupie docelowej (kobiety prowadzące gospodarstwo domowe, młodzież, studenci, single, emeryci)
- dedykowana strona internetowa:
  - strona internetowa dedykowana produktom objętym promocją i systemowi rolnictwa ekologicznego
  - system zarządzania dedykowaną stroną internetową CMS
  - stworzenie wersji mobilnej dedykowanej strony internetowej
  - hosting i zarządzanie dedykowaną stroną internetową przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej
- e-mail promocyjny:
  - przygotowanie siedmiu maili informacyjnych i ich wysyłka
  - profesjonalna wysyłka maili do osób mieszkających na terenie Polski, mieszcących się w grupie docelowej (kobiety prowadzące gospodarstwo domowe, młodzież, studenci, single, emeryci)
  - łączna minimalna ilość wysłanych maili- 300 000
- artykuły informacyjno-promocyjne:
  - opracowanie sześciu artykułów informacyjno-promocyjnych
  - każdy artykuł powinien zawierać zarówno tekst jak i grafikę
  - emisja łącznie minimum 20 artykułów (każdy artykuł może być wykorzystywany więcej niż jeden raz)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów i emisja materiałów reklamowych,
- emisja materiałów reklamowych na minimum 5 stronach internetowych, np. portalspozywczy.pl, wiadomoscihandlowe.pl, polki.pl, durszlak.pl, styl.pl lub równoważne (strony o podobnym profilu) oraz serwisy Facebook, Instagram, Pinterest,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
- wykaz stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

- PRASA

- forma reklamy- artykuły informacyjno-promocyjne:
  - opracowanie sześciu artykułów informacyjno-promocyjnych
  - każdy artykuł powinien zawierać zarówno tekst jak i grafikę
  - emisja łącznie minimum 12 artykułów (każdy artykuł może być wykorzystywany więcej niż jeden raz)
- emisja w minimum czasopismach, np. Przemysł Spożywczy, Wiadomości Handlowe Handel lub równoważne (inne czasopisma branżowe)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi opracowanie tekstowe i graficzne artykułów oraz ich emisja,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
  - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
  - wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.

- MARKETING BEZPOŚREDNI:

- formy reklamy:
  - ulotki reklamowe:
    - siedem projektów
    - Papier kreda 200g + tworzywo przezroczyste
    - ulotka umożliwiająca pokazanie z czego składa się produkt poprzez nałożenie na bazę (zdjęcie bazy na papierze kredowym) dwóch lub trzech kolejnych warstw (zdjęcia wydrukowane na przezroczystym tworzywie)
    - format i składanie wg indywidualnego wykrojnika
    - uszlachetnienie: lakier UV wybiórczo.
    - wydruk min. 50 000 szt.
  - koszulki reklamowe:

- pięć projektów
  - t-shirt 160g
  - wersja jasna i ciemna
  - metoda znakowania: haft/sitodruk bezpośredni/nadruk transferowy, fullprint (nadruk na całej koszulce)
  - rozmiar L lub równoważne
  - produkcja min. 500 szt.
- kubeczki reklamowe:
- dwa projekty
  - dwie wersje: 1) kubek biały z uchwytem wykonany ze stali nierdzewnej, wysokość ok.17,5 cm, średnica ok. 7,9 cm.; 2) kubek szary wykonany z mix materiałów (materiały ekologiczne), wysokość ok .11 cm, średnica ok. 9 cm.
  - indywidualny nadruk reklamowy
  - produkcja min. 1 000 szt.
- wizytowniki reklamowe:
- dwa projekty
  - materiał: poliester
  - wymiary ok. 16,4cm x 9,7cm x 1,1cm
  - zamykane na zatrzask
  - indywidualny nadruk reklamowy
  - produkcja min. 500 szt.
- podkładki reklamowe:
- dwa projekty
  - podkładki w kształcie desek drewnianych z nadrukiem
  - wymiary ok. 225 x 315 mm
  - podkładki wykonane wg indywidualnego wykrojnika
  - indywidualny nadruk/grawer reklamowy
  - produkcja min. 1 000 szt.
- torby reklamowe:
- cztery projekty
  - materiał: filc 2mm
  - gramatura ok. 230g
  - wymiary ok. 33x42 cm

- indywidualny nadruk reklamowy
    - produkcja min. 1 000 szt.
  - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i produkcja ulotek/gadżetów reklamowych
  - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
  - oferta powinna zawierać minimum:
    - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
- UDZIAŁ W TARGACH:
- udział w targach:
    - Anuga Kolonia Niemcy 2021:
      - termin targów- jesień 2021
      - planowana wielkość powierzchni targowej- 28 m<sup>2</sup>
      - stoisko targowe- - zabudowa indywidualna, na ścianach grafiki, elementy drewniane, w ścianie wbudowany piekarnik, stół, kanapa skórzana, fotele, lada, hokery drewniane, kieszenie z plexi na ulotki, donice + żywe rośliny
      - zapewnienie dwóch hostess
    - PLMA Amsterdam Holandia 2022:
      - termin targów- jesień 2022
      - planowana wielkość powierzchni targowej- 28 m<sup>2</sup>
      - stoisko targowe- zabudowa indywidualna, na ścianach grafiki, elementy drewniane, w ścianie wbudowany piekarnik, stół, kanapa skórzana, fotele, lada, hokery drewniane, kieszenie z plexi na ulotki, donice + żywe rośliny
      - zapewnienie dwóch hostess
  - oferta powinna zawierać minimum:
    - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- POKAZ

- ilość pokazów kulinarnych- 10,
- miejsce przeprowadzenia pokazów- sale konferencyjne w Szczecinie, Wrocławiu lub innych miastach
- pokazy kierowane zarówno do konsumentów docelowych jak i do przedstawicieli handlowych dystrybutorów produktów żywnościowych
- planowana ilość zaproszonych gości- 70 na każdy pokaz,
- czas trwania każdego pokazu- ok. 7 godzin
- przygotowanie na żywo przez profesjonalnego kucharza potraw na bazie produktów objętych promocją
- stoisko pokazowe:
  - stoisko modułowe z profili stalowych, sklejki i blachy trapezowej (szerokość modułów: 1m/1,5m/2 m).
  - główny element zabudowy- lada- odpowiednio wyeksponowana i oświetlona nadrukiem reklamowy, wzmocniona, z wentylacją na profesjonalny piekarnik montowany w środku, który powinien zostać wynajęty na potrzeby przeprowadzenia pokazów
  - użyte materiały muszą być odporne na działanie wysokich temperatur
- stroje dla hostess- koszula, spódnica, fartuszek
- stroje dla kucharzy- bluza, spodnie, czapka, podkoszulek, buty
- wynajem sprzętu gastronomicznego niezbędnego do przeprowadzenia pokazów
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
  - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
  - propozycję miejsca przeprowadzenia pokazu.

- DEGUSTACJE

- ilość degustacji- 60,
- miejsce przeprowadzenia degustacji- sieć sklepów np. sieć sklepów Dino, Intermarche, Netto, Carrefour lub inne sklepy wielkopowierzchniowe

- stoiska degustacyjne z profili stalowych, sklejki i blachy trapezowej, (szerokość 1,5 m)
  - strój dla hostess (koszula długi rękaw 140g, spódnica 200g, fartuszek 200g- wersja powiększona tzw. kelnerska)
  - zakup piecyków, które pozwolą na podawanie do degustacji ciepłych produktów
  - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
  - oferta powinna zawierać minimum:
    - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
    - propozycję miejsc przeprowadzenia degustacji.
- PUBLIKACJE:
    - forma reklamy- katalog:
      - dwanaście projektów
      - formaty katalogów:
        - OKŁADKA kreda 350 g, lakier UV wybiórczy, środek 24 str - kreda 250 g mat, + 4 kalki - format z wykrojnika, mieszczący dodatkowe wkładki A4
        - - OKŁADKA kreda 350 g, lakier UV wybiórczy, środek 8 str. - kreda 250 mat, format z wykrojnika, mieszczący dodatkowe wkładki A4
        - OKŁADKA kreda 350 g, lakier UV wybiórczy, środek 8 str. - kreda 250 mat, + 4 kalki, format z wykrojnika, mieszczący dodatkowe wkładki A4-
        - OKŁADKA kreda 350 g, lakier UV wybiórczy, środek 12 str. - kreda 250 mat, + 4 kalki, format z wykrojnika, mieszczący dodatkowe wkładki A4
      - łączna produkcja min. 8 000 szt.
    - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
    - oferta powinna zawierać minimum:
      - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- KONFERENCJA:
  - ilość konferencji- 4
  - miejsce przeprowadzenia konferencji- sale konferencyjne w Szczecinie, Wrocławiu lub innych miastach (każda sala powinna być przystosowana do przeprowadzenia konferencji dla ok. 50 osób)
  - konferencje przeznaczone dla liderów grup dystrybucyjnych, osób odpowiedzialnych za wprowadzanie produktów u poszczególnych dystrybutorów, właściciele firm dystrybucyjnych, tzw. kupców sieciowych czyli osób odpowiedzialnych za decyzje zakupowe
  - ilość osób na każdej konferencji- ok. 50
  - zakres tematyczny konferencji- przedstawienie szczegółowych informacji o promowanych produktach oraz o systemie rolnictwa ekologicznego
  - materiały informacyjno-promocyjne: kubeczki reklamowe, wizytowniki reklamowe, podkładki reklamowe, torby reklamowe (wg projektów z kanału marketing bezpośredni)- produkcja min. 100 szt. każdego gadżetu (po min. dwa różne gadżety reklamowe dla każdego uczestnika konferencji)
  - prowadzenie konferencji przez uznanych autorytetów wśród uczestników konferencji
  - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
  - oferta powinna zawierać minimum:
    - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

**Wartość złożonej oferty nie może przekroczyć kwoty 2 500 000 zł netto (maksymalny budżet).**

- d) **Budżet oferty złożonej w ramach postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone ze względów formalnych.**

- e) W przypadku kosztów związanych z transportem stawka za 1 km nie może przekraczać 0,8358 zł.
- f) W przypadku kosztów związanych z noclegiem stawka za 1 dobę nie może przekraczać 380 zł/osobę.
- g) W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.
- h) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- i) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaków PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy> /wersja maj 2020/
- j) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w I etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem I etapu projektu.
- k) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- l) Przedstawiona oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kompleksowej kampanii reklamowej. Zamawiający nie dopuszcza podwyższania wartości zadań w trakcie realizacji zadań objętych ofertą.

#### **V. Warunki udziału w postępowaniu:**

Oferent musi spełniać niżej wymienione warunki:

- Oferent powinien posiadać uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zapytania ofertowego oraz nie może podlegać wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą aktualnego elektronicznego odpisu KRS lub CEIDG.
- Oferent musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 100 000 zł. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm, każdy uczestnik konsorcjum musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 100 000 zł. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą kopii aktualnej polisy ubezpieczeniowej od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej.
- Oferent nie może znajdować się w stanie upadłości lub likwidacji. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.
- Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert wnieść wadium w kwocie 30 000 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych 0/100 groszy):
  - Za moment wniesienia wadium uważa się datę wpływu środków pieniężnych w należytej wysokości na wskazany rachunek bankowy Zamawiającego - Oferent zobowiązany jest do dołączenia do oferty potwierdzenia wykonania przelewu.
  - Wadium należy wnieść w pieniądzu.
  - Kwotę wadium należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:
    - nr rachunku: 51 1140 1078 0000 3278 4200 1001
    - tytuł przelewu: *Wadium w postępowaniu ofertowym na kompleksową realizację kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*
  - Dowód wniesienia wadium należy dołączyć do oferty.
  - Zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania ofertowego i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.

- W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
- Oferent jest zobowiązany wykazać zrealizowanie minimum jednej kampanii reklamowej współfinansowanej z udziałem środków pomocy publicznej (UE)- kampanie o zasięgu ogólnopolskim, dotyczące produktów spożywczych. Kampania o wartości nie niższej niż 70% maksymalnego budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym. Zrealizowana kampania musi obejmować wszystkie kanały przekazu spośród: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje. Przy czym w przypadku:
  - telewizji- wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,
  - radia -wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,
  - internetu - wymagana jest kreacja grafik oraz zakup mediów,
  - prasy - wymagana jest kreacja grafik oraz zakup mediów.

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty informacje o zrealizowanej kampanii reklamowej zawierającą przynajmniej:

- nazwę zleceniodawcy kampanii,
- wartość netto w PLN kampanii,
- okres realizacji kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu kampanii,
- źródło pochodzenia środków pomocy publicznej, w ramach którego realizowano kampanię (np. nazwę programu pomocowego)

Informacja powinna być opatrzona podpisem oferenta.

- Oferent powinien wykazać się doświadczeniem w realizacji wymaganych przez Zamawiającego kanałów przekazu objętych niniejszym zapytaniem (telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje).

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanały przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje (np. scany przykładowych reklam prasowych, banerów internetowych, „zrzuty ekranowe” spotu TV, dokumentacja fotograficzna z realizacji targów, degustacji, pokazów, gadżetów reklamowych, ulotek, folderów, dokumentacja dot realizacji spotów radiowych- scenariusz, etc).

- Oferent musi posiadać niezbędną wiedzę i doświadczenie dotyczące wykonania niniejszego zamówienia. Oferent powinien wykazać się dysponowaniem pracownikami możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii posiadającymi przynajmniej dwuletnie doświadczenie w realizacji kampanii reklamowej obejmujących telewizję, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje.

W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

- Oferent powinien dołączyć do oferty wstępne projekty następujących materiałów reklamowych:
  - KeyVisul i hasło kampanii
  - proponowany adres dedykowanej strony internetowej
  - projekt baneru internetowego statycznego
  - projekt stoiska degustacyjnego
  - scenariusz telewizyjnego spotu animowanego 10 s wraz ze storyboardem

Ocena spełniania przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana na podstawie weryfikacji czy do oferty dołączono:

- a. aktualny wydruk KRS/CEIDG,
- b. aktualną polisę ubezpieczeniową,
- c. podpisane przez Oferenta oświadczenie wg wzoru załączonego do niniejszego zapytania (załącznik nr 2),
- d. dowód wniesienia wadium (bankowe potwierdzenie przelewu),
- e. informację o zrealizowanej kampanii reklamowej o wartości stanowiącej przynajmniej 70% budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym
- f. wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanałów przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje
- g. wstępne projekty materiałów reklamowych (KeyVisul i hasło kampanii, proponowany adres dedykowanej strony internetowej, projekt baneru internetowego statycznego, projekt stoiska degustacyjnego, scenariusz telewizyjnego spotu animowanego 10 s)
- h. wycenę poszczególnych elementów oferowanej kampanii (wypełniony załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego)

## **VI. Warunki wykluczenia Oferenta z postępowania:**

W postępowaniu nie mogą brać udziału następujące podmioty:

- Podmioty powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu beneficjenta 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 co najmniej 10 % udziałów lub akcji;
  - c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
  - d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa w linii drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
  - e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

**Oferent zobowiązany jest dołączyć do oferty stosowne oświadczenie potwierdzające brak przesłanek do wykluczenia oferty z postępowania. Wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 3 do niniejszego zapytania. Brak dołączonego oświadczenia potwierdzającego spełnianie powyższych warunków przez Oferenta będzie skutkowało odrzuceniem oferty.**

## **VII. Kryteria oceny ofert:**

- a) Ocena ofert zostanie przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria oraz ich wagę:
  - 1. cena netto przedmiotu zamówienia – waga 60%

2. warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- waga 40%

Oferent zobowiązany jest do umieszczenia w ofercie danych pozwalających na ocenę punktową złożonej oferty. W przypadku braku jednoznacznych danych pozwalających na ocenę oferty, oferta otrzyma w ramach danego kryterium 0 pkt.

**b) Sposób przyznawania punktacji za spełnienie kryterium:**

Oceniana oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikających z kryteriów oceny oferty wyliczanych na podstawie następujących wzorów:

**1. Cena netto przedmiotu zamówienia- max. 60 pkt.:**

$$\text{Cena} = \frac{\text{cena oferty najtańszej (netto w pln)}}{\text{cena oferty badanej (netto w pln)}} \times 100 \times \text{znaczenie } 60\% \quad - \quad \text{max. } 60 \text{ pkt.}$$

Wartość ofert podana w walucie obcej zostanie przeliczona na PLN wg kursu sprzedaży Narodowego Banku Polskiego z dnia wystawienia oferty.

**2. Warunki płatności- wielkość zaliczki w % koniecznej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- max. 40 pkt.:**

$$\text{Wielkość zaliczki} = \frac{\text{wielkość najniższej zaliczki w \%}}{\text{zaliczka w \% w ofercie badanej}} \times 100 \times \text{znaczenie } 40\% \quad - \quad \text{max. } 40 \text{ pkt.}$$

Oferent powinien umieścić w ofercie informację o procentowej wielkości zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego etapu operacji. Wielkość wymaganych zaliczek powinna być procentowo taka sama dla wszystkich etapów operacji.

c) W przypadku uzyskania przez więcej niż jedną ofertę takiej samej ilości punktów wyliczonych wg ww. kryteriów, wybór nastąpi w oparciu o:

- Kryterium 1 – Cena netto przedmiotu zamówienia, następnie
- Kryterium 2- Warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów

**Elementy oferty, które podlegają ocenie punktowej będą obowiązujące w przypadku zawarcia umowy z oferentem i zostaną przeniesione do umowy z oferentem. Warunki umowy zawartej przez Zamawiającego z wybranym oferentem nie mogą być gorsze, niż zawarte w złożonej przez oferenta ofercie.**

#### **VIII. Termin składania i otwarcia ofert:**

a) Ofertę należy złożyć:

- przesyłką kurierską lub pocztową w: **Przedsiębiorstwo Wielobranżowe Maxtop A.Malasewicz J.Maleta R.Maleta sp.j. ul. Fabryczna 10; 41-260 Sławków**  
LUB

- drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres [marzena@maxtop.pl](mailto:marzena@maxtop.pl)

**w nieprzekraczalnym terminie do dnia 30.09.2020 do godz. 15.00**

b) Ofertę przesłaną w formie papierowej należy złożyć w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed otwarciem kopercie. Kopertę należy opisać następująco: *Oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- nie otwierać do 30.09.2020 do godz. 15.30.*

c) Na kopercie należy umieścić nazwę i adres oferenta oraz nazwę i adres zamawiającego

d) W przypadku oferty przesłanej drogą mailową w tytule maila należy wpisać *Maxtop-oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*

- e) Dopuszczone formy złożenia oferty: za pośrednictwem poczty, za pośrednictwem kuriera lub w formie zeskanowanej podpisanej oferty. W każdym przypadku liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego lub na adres mailowy wskazany powyżej.
- f) Z uwagi na trwającą sytuację epidemiczną nie dopuszcza się składania ofert osobiście.
- g) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.
- h) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu 30.09.2020 o godz. 15.30.

#### **IX. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty:**

Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym zapytaniu ofertowym. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi wszystkich Oferentów poprzez publikację stosownej informacji na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe- [www.maxtop.pl](http://www.maxtop.pl)

#### **X. Zasady modyfikacji treści zapytania ofertowego oraz modyfikacji ofert:**

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert. W przypadku modyfikacji treści zapytania, stosowna informacja zostanie umieszczona na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe. W przypadku zmiany treści zapytania, termin składania ofert może zostać wydłużony - jeśli wprowadzona zmiana będzie miała wpływ na czas potrzebny do przygotowania oferty. Modyfikacja zapytania po terminie składania ofert nie jest możliwa.
2. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.

#### **XI. Odrzucenie oferty:**

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

1. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub
2. została złożona przez podmiot:

a) niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru wykonawcy danego zadania ujętego w zapytaniu ofertowym, lub

b)) powiązany osobowo lub kapitałowo z Beneficjentem lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą. Wymienione wyżej powiązania polegają na:

- uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
- posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
- pozostawaniu 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;
- pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób;

3. Została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

## **XII. Unieważnienie postępowania:**

**Zamawiający zastrzega możliwość unieważnienia postępowania ofertowego na każdym etapie bez podania przyczyny oraz rozpisanie ponownego postępowania w tym samym zakresie.**

## **XIII. Zawarcie umowy na realizację kampanii:**

1. Zamawiający, w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza umowę na realizację kampanii reklamowej.
2. Zamawiający będzie miał prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku niepodpisania umowy o przyznanie pomocy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. W takim przypadku Wykonawca będzie miał prawo żądać od Zamawiającego zapłaty za zadania zrealizowane do momentu otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy. Zrealizowanie zadań powinno być udokumentowane przez Wykonawcę.
3. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:

- zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
  - w przypadku wystąpienia zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym zmian i obostrzeń wynikających ze stanu epidemicznego związanego z wirusem Covid-Sars-2
  - zmian wynikających z obostrzeń sanitarnych w czasie obowiązywania stanu pandemii, w szczególności zmiany miejsc realizacji poszczególnych zadań lub usunięcia zadań z zakresu zawartej umowy.
  - w zakresie harmonogramu planowanej operacji, w następujących okolicznościach:
    - działanie siły wyższej, mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy. Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.
    - inne istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili zawarcia umowy, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość wykonania zadania.
4. Strony uprawnione są do zmiany Umowy w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego w przypadkach, których strony nie mogły przewidzieć w dniu zawarcia umowy.
5. Wszelkie zmiany w umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Oferentem wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

#### **XIV. Poufność danych**

Informacje zawarte w złożonych ofertach zostaną objęte przez Zamawiającego tajemnicą handlową i nie będą udostępniane innym podmiotom za wyjątkiem Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jako podmiotu współfinansującego operację oraz instytucji kontrolnych krajowych i UE.

Po zakończeniu postępowania zamawiający umieści na stronie internetowej, na której opublikowano niniejsze zapytanie ofertowe, informację o:

- wyborze wykonawcy albo
- odrzuceniu wszystkich złożonych ofert, albo
- niezłożeniu żadnej oferty, albo
- zakończeniu tego postępowania bez wyboru żadnej z ofert.

**Załączniki do zapytania ofertowego:**

1. Załącznik nr 1- harmonogram kampanii reklamowej
2. Załącznik nr 2 - oświadczenie oferenta dotyczące warunków udziału w postępowaniu
3. Załącznik nr 3 - oświadczenie oferenta o braku powiązań osobowych lub kapitałowych z Zamawiającym
4. Załącznik nr 4- wizualizacje produktów