

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (sok aroniowy, aronia, aronia czarnoowocowa) 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:

P.P.H.U. Bio Juice Piotr Michalak

Dąbie 108a

21-400 Łuków

NIP 8252133182

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

Artur Bielecki

Sobietyno 79

17-332 Milejczyce

NIP 8251907492

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 – 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 pieczętą 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:

- sok aroniowy
- aronia
- aronia czarnoowocowa

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach systemu rolnictwa ekologicznego.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w pięciu etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.03.2021 do dnia 31.01.2023. 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 30s,
 - spoty nagrane w studiu lub w plenerze
 - spot emitowany w stacjach regionalnych
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
 - emisja w minimum 3 stacjach telewizyjnych, np. MasterTV, TVP3 Warszawa, TVP3 Katowice lub równoważne (stacje regionalne)
 - zaplanowana minimalna ilość emisji spotu- 105
 - 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 wykazu stacji telewizyjnych, w których będzie emitowany spot telewizyjny.

- RADIO:

- spot reklamowy 30s
- emisja spotu w stacjach regionalnych
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja reklamy,
- emisja w minimum 2 stacjach radiowych np. Chillizet, radio Warszawa lub równoważne (stacje regionalne)
- zaplanowana minimalna ilość emisji reklamy- 20
- 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 wykazu stacji radiowych, w których będzie emitowany spot radiowy.

- INTERNET:

- zakres reklamy:
 - banery reklamowe:
 - przygotowanie i emisja minimum 10 różnych kreacji w co najmniej 3 rozmiarach (2 x po 5) projektów banerów reklamowych w różnych formatach (np. 300x250px, 728x90px, 336x280px lub inne) dostosowanych do wymogów stron internetowych
 - banery animowane i statyczne
 - minimalna łączna ilość emisji- 4 250 000
 - Facebook/Instagram:
 - przygotowanie i emisja postów na Facebook i Instagram, moderacja profilu oraz płatna promocja postów
 - przygotowanie łącznie 500 projektów postów
 - obecność na portalach społecznościowych od początku II etapu do zakończenia V etapu
 - dedykowana podstrona internetowa:

- podstrona internetowa dedykowana produktom objętym promocją i systemowi rolnictwa ekologicznego
 - podstrona przygotowana w języku polskim, angielskim i niemieckim
 - dostosowanie do wersji mobilnej
 - utrzymanie strony internetowej przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej
- spot internetowy:
- przygotowanie dwóch spotów o długości 30s
 - dopuszcza się możliwość przygotowania dodatkowych spotów krótszych, wyprodukowanych na bazie materiałów nagranych do spotów głównych
 - spoty powinny być obecne w sieci od II etapu do końca kampanii
- mail informacyjno-promocyjny:
- przygotowanie dwóch maili informacyjno-promocyjnych
 - wysyłka maili do osób mieszczących się w określonej grupie docelowej (osoby spożywające sok aroniowy, aronia, aronia czarnoowocowa, w wieku 25-45 lat, głównie mieszkańcy miast)
 - wysyłka maili zarówno do użytkowników w Polsce jak i w Niemczech
 - zakładana łączna ilość wysłanych maili- 3 000 szt.
- artykuły informacyjno-promocyjne:
- przygotowanie i emisja pięciu różnych artykułów informacyjno-promocyjnych
 - artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę
- współpraca z influencerami:
- podjęcie współpracy z influencerami z kategorii zdrowy styl życia, wiedza na temat produktów ekologicznych i certyfikowanych, porady jak wytrwać w zdrowych nawykach, propagowanie zdrowego stylu życia
 - współpraca z influencerami o minimalnej liczbie followersów 3 000
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i emisja materiałów reklamowych,
 - emisja materiałów reklamowych na minimum 7 serwisach, np. Facebook, Instagram, YouTube, ipla.tv, portalspozywczy.pl, kierunekspozywczy.pl, money.pl lub równoważne (kierowane do podobnej grupy docelowej)
 - 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 wykazu stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

- PRASA
 - forma reklamy:
 - artykuły informacyjno-promocyjne:
 - przygotowanie i emisja dwóch artykułów informacyjno- promocyjnych
 - format- cała strona lub dwie strony
 - artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę
 - reklama banerowa:
 - przygotowanie i emisja jednej reklamy graficznej
 - format- ½ strony, cała strona lub dwie strony
 - emisja w minimum 3 czasopismach, np. Forbes, Food Forum, Gość Niedzielny lub równoważne (o podobnym profilu)
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów banerów reklamowych 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,
 - proponowany wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.

- MARKETING BEZPOŚREDNI:
 - formy reklamy:
 - ulotki i standy:
 - przygotowanie trzech projektów ulotek, projektu standu nablatowego i projektu standu podłogowego

- specyfikacja ulotek: format A4, A5 oraz A6, ulotki dwustronne, papier 250g, jednostronne pokrycie folią soft touch
 - standy wykonane z tektury lub pleksi
 - stand podłogowy: wysokość stojaka min. 160 cm, toper z logo firmy lub prezentacja grafiki boczna, ilość kieszeni: min. 3, materiał kieszeni: pleksi lub metal malowany proszkowo, format kieszeni: A4, A5, materiał stojaka: metal, stalowa podstawa stojaka zapewniająca stabilizację
 - wynajem miejsca do kolportażu ulotek w aptekach w Warszawie, Łukowie, Lublinie, Tychach, Katowicach, Poznaniu, Wrocławiu- lub w innych miastach na terenie Polski
 - wydruk min. 72 000 szt. ulotek
- kalendarze książkowe:
- format A5
 - kalendarz na rok
 - układ tygodniowy
 - z notatnikiem
 - z tasiemką,
 - papier biały
 - twarda oprawa
 - kalendarze z linii premium
 - produkcja min. 100 szt.
- koszulki bawełniane:
- przygotowanie dwóch projektów koszulek
 - koszulki typu T-shirt- krótki rękaw- gramatura ok. 140g/m²
 - koszulki typu polo- krótki rękaw- gramatura ok. 200g/m²
 - produkcja koszulek T-shirt min. 300 szt.
 - produkcja koszulek polo min. 200 szt.
- torby papierowe:
- format ok. 24x10x35 cm
 - papier kreda mat ok. 200g/m² + folia błyszcząca
 - nadruk CMYK dwustronny
 - wzmocniona górna i dolna krawędź torby
 - produkcja min. 2 000 szt.
- torby materiałowe:

- materiał: poliestr/bawełna
 - gramatura ok. 200g
 - z dwoma uszami
 - produkcja min. 2 000 szt.
- butelka bidon:
- pojemność ok. 500 ml (+/- 50 ml)
 - zakręcana
 - tworzywo PET
 - produkcja min. 500 szt.
- plecak:
- plecak typu worek
 - rozmiar ok. 23x46 cm
 - materiał: bawełna/poliester
 - gramatura ok. 140g/m²
 - dwa ramiączka
 - produkcja min. 500 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 Biofach Norymberga Niemcy 2022:
 - termin targów- zima 2022
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 16 m²
 - stoisko modułowe składające się m.in. z paneli graficznych, regału, lady, podświetlanego pylonu z kieszeniami na ulotki, standu multimedialnego (wypożyczenie telewizora), stołu z krzesłami
 - materiały reklamowe: katalogi A4 w języku obcym, długopisy, notesy
 - zapewnienie noclegów i przelotu dla 3 osób
 - zapewnienie obsługi przez hostessę

- 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.

- POKAZ
 - ilość pokazów kulinarnych- 1,
 - miejsce przeprowadzenia pokazu- targi żywności Warszawa lub równoważne (inne wydarzenie związane z promocją zdrowych produktów)
 - czas trwania pokazu- ok. 6 godzin
 - podczas pokazu profesjonalny kucharz przygotowuje ok. 4 potraw wykorzystujących promowane produkty, np. smoothie/koktajl, chleb z aronią, pieczeń z aronią, ciasto aroniowe (ostateczny dobór potraw zostanie ustalony przez kucharza)
 - stoisko pokazowe składające się ze ścianki w systemie modułowych, na której będą umieszczone panele graficzne, lamy do przygotowania pokazu oraz regału do prezentacji produktów
 - na potrzeby pokazu należy wynająć niezbędny sprzęt gastronomiczny (dobór sprzętu będzie zależał od kucharza- wstępnie założono piec konwekcyjno-parowy, kitel kucharski i czapka, deski do krojenia, noże, blender kielichowy)
 - zapewnienie obsługi przez trzy hostessy
 - 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 pokazów.

- DEGUSTACJE
 - ilość degustacji- 20,
 - miejsce przeprowadzenia degustacji- biobazary, targi śniadaniowe, sklepy sieci Auchan, E.Leclerc, Stokrotka, Piotr i Paweł, Selgros, Organic Farma Zdrowia (lub

inne sieci sklepów występujące w Polsce) w Warszawie, Katowicach, Poznaniu Trójmieście, Wrocławiu, Krakowie (lub innych miastach na terenie Polski)

- stoisko degustacyjne: lada o wymiarach ok. 95x95 cm z blatem, z zadrukowaną grafiką na froncie oraz półką od wewnętrznej strony lady, z toperem oraz potykacze dwustronne waterbase, które zostaną postawione przed wejściem do sklepu, w którym będzie degustacja
 - materiały reklamowe: kubeczki papierowe do degustacji (pojemność 50-100 ml)
 - strój dla hostess: spódnica tiulowa w kolorze burgundowym, przed kolano, koszulka typu polo lub t-shirt, białe tenisówki, narzutka, wianek lub opaskę z motywem owoców aronii
 - zatrudnienie supervisora- zadania supervisora:
 - koordynacja i nadzór pracy hostessy przy każdej z degustacji,
 - logistyka elementów stoiska degustacyjnego
 - współpraca z pracownikami sklepów
 - zrobienie zdjęć dokumentujących przeprowadzenie degustacji
 - koordynacja wysyłki stoisk degustacyjnych z wyposażeniem oraz wysyłka produktu promowanego
 - 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:
 - katalog z produktami objętymi promocją
 - format A4
 - 20 stron
 - papier o grubości 300-350 g
 - okładka satynowa
 - folia soft touch
 - zdobienie hot stamping na przedniej stronie

- kolor dwustronny 4+4
 - produkcja min. 2 000 szt.
- broszura:
 - format A3 składane do A4
 - 4 strony
 - kredo 250g
 - folia błysk
 - produkcja min. 4 000 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.
- REKLAMA OUTDOOR:
 - rodzaj reklamy:
 - billboard 12 m²- min. 43 nośniki
 - citylight 1,1m x 1,7m lub 1,2m x 1,8m- min. 50 nośników
 - metroframe 89,5cm x 30 cm- min. 15 nośników
 - metroboard 2,96m x 1.96m- min. 2 nośniki
 - lokalizacja nośników: Warszawa, Katowice, Poznań, Trójmiasto, Wrocław, Kraków (lub inne miasta na terenie Polski)
 - okres najmu metroframe i metroboard- minimum 2 tygodnie
 - 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 lokalizacji nośników outdoor.
- INNE FORMY REKLAMY:
 - stand reklamowy:
 - przygotowanie i produkcja standów reklamowych

- specyfikacja standu:

- stand ze sklejki 15 mm zabezpieczonej lakierem + nadruk UV
- półki wykonane z płyty wiórowej grubości 18 mm
- 4-5 półek
- nośność półek min. 15 kg
- wysokość miejsca na półkach min. 30 cm
- stand dwustronny z zadrukiem z boku oraz na toperze i podstawie
- boki standu w niestandardowym kształcie butelki z sokiem aroniowym
- skręcany na śruby

- na standach będą ustawione produkty objęte dotacją

- standy ustawione w aptekach (Warszawa, Łuków, Lublin, Tychy, Katowice, Poznań, Wrocław- lub inne miasta na terenie Polski) oraz sklepach ekologicznych, np. Organic Farma Zdrowia

- minimalna ilość standów- 50

○ sesja zdjęciowa:

- przeprowadzenie dwóch profesjonalnych sesji zdjęciowych

- w trakcie sesji należy zaplanować wykorzystanie dronu oraz przygotowanie kilkuminutowego filmu promocyjnego, pokazującego plantacje, etapy produkcji, gotowy produkt, wywiad z właścicielem oraz momenty konsumpcji produktu

- zdjęcia powinny obejmować różne plany zdjęciowe: plantacje, produkcje, produkt, konsumpcję produktu w różnych okolicznościach oraz plan aranżowany (np. w trakcie wykorzystania produktu w kuchni, zdjęcia z rekwizytami, czyli profesjonalne zdjęcia, które zachęcą do zakupu/spożywania produktu).

- ilość zdjęć wraz z obróbką w jednym etapie- ok. 150-200 szt.

○ reklama na samochodzie:

- oklejenie dwóch samochodów dostawczych folią i grafiką reklamową

- oklejenie całego kontenera folią polimerową o podwyższonej trwałości- bok + tył, oklejenie kabiny na drzwiach i froncie

○ konferencja:

- przeprowadzenie konferencji informacyjno-promocyjnej

- miejsce przeprowadzenia konferencji- Warszawa (np. targi WorldFood Poland, Expo XXI Warszawa lub inne o podobnym profilu)

- czas trwania konferencji- ok. 5 godzin

- ilość zaproszonych gości- ok. 50- osoby z kręgu dietetyków, trenerów personalnych, doradców żywieniowych, które mają wpływ na decyzje zakupowe osób mieszczących się w grupie docelowej
- zakres tematyczny konferencji: prozdrowotne właściwości produktów z aronii i soku z aronii, metody stosowania, wskazania do stosowania, przykładowe zastosowanie, zawartość witamin produktu, dostępne miejsca do zakupu
- cel konferencji: dobyte nowych klientów poprzez edukację usługodawców, z których korzystają potencjalni klienci zamawiającego
- zestawy reklamowe dla uczestników konferencji: produkty objęte promocją zapakowane w pudełka (format ok. 624x909mm po rozłożeniu, kolory 2 x 4+0 CMYK + folia błysk 1+0, surowiec karton GC2 210g, kaszerowanie 2-str, różną grafiką na mikrofali + wkładka z nacięciem zgodnym z rozmiarem produktów)
- na potrzeby konferencji należy wynająć sprzęt komputerowy, np. laptop, system nagłośnienia, projektor
- o terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- o 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 1 500 000 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 styczeń 2021/
- 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: 35 1240 2412 1111 0010 8656 2444
 - 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: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor. 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, outdoor).
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, outdoorowych, 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

telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor.

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 (przygotowane na podstawie wizualizacji wybranych produktów- załącznik nr 4 do zapytania):
 - KeyVisul i hasło kampanii
 - projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony
 - projekt baneru internetowego statycznego
 - projekt stoiska degustacyjnego

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, projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony, projekt baneru internetowego statycznego, projekt stoiska degustacyjnego)
- 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: **P.P.H.U. Bio Juice Piotr Michalak, Dąbie 108a, 21-400 Łuków**

LUB

- drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres karolina@biojuice.pl

w nieprzekraczalnym terminie do dnia 26.02.2021 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 26.02.2021 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 *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 26.02.2021 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.biojuice.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- wizualizacja wybranych produktów