

**Specyfikacja istotnych warunków zamówienia
na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie dwuletniego programu
promocyjnego dotyczącego jabłek pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca
Europy” na rynkach Malezji i Tajlandii**

25.03.2021r.

ZAMAWIAJĄCY:

Konsorcjum w składzie: **Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”** z siedzibą w Słomczyn 80, 05-600 Grójec - LIDER oraz **Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej** z siedzibą ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec - KONSORCJANT.

Osoba do kontaktu: Paulina Kopeć tel. 696 859 993

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Koordinator Konsorcjum – Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” powstało w 2010 roku i od tego czasu nieprzerwanie dba o interesy swoich członków. Unia Owocowa ma niezwykle szeroki zakres działania poczynając od wspierania przejrzystych zasad eksportu, poprzez doradztwo prawno- ekonomiczne, aż po promocję polskiej żywności w kraju i za granicą i upowszechnienie nowoczesnych standardów jakościowych. Zdając sobie sprawę z pozycji i znaczenia sadownictwa, a także eksportu owoców, Stowarzyszenie skutecznie walczy o wypracowanie jednolitych zasad dla branży owocowej. W celu uzyskania wewnętrznej spójności w eksporcie, podejmuje liczne działania informacyjne i konsultacyjne. Prowadzi rozmowy z przedstawicielami polskiej i zagranicznej administracji oraz instytucjami gospodarczymi. Dążąc do przezwyciężenia problemów w eksporcie, promuje nowoczesne standardy jakościowe i techniczne w sferze produkcji oraz dystrybucji produktów roślinnych. Pierwsze podjęte przez Unię Owocową działania dotyczyły zniesienia wprowadzonych na rynku rosyjskim czasowych obostrzeń dla eksportu polskich owoców i warzyw. Poza działaniem na rzecz eksportu, celem Organizacji jest wspieranie polskich producentów i dystrybutorów owoców i warzyw oraz reprezentowanie ich interesów zarówno w kraju jak i za granicą. Unia Owocowa nieustannie promuje jakość i niepowtarzalny smak polskich owoców i warzyw. Podkreślając rolę zdrowych i naturalnych produktów, zaangażowaliśmy się w wypracowanie korzystnych regulacji związanych z wprowadzeniem w Polsce systemu Integrowanej Produkcji Owoców w taki sposób, aby była ona powszechnie stosowana w produkcji ogrodniczej. Istotnym elementem funkcjonowania Stowarzyszenia jest prowadzenie działalności informacyjnej, konsultacyjnej i wydawniczej. Dzięki stałej współpracy z mediami nagłaśniane są sukcesy i problemy branży. Dostarczane są również aktualne dane dotyczące tendencji panujących w branży, cen produktów i sytuacji na rynkach. Unia Owocowa współpracuje także z licznymi organizacjami, takimi jak: Związek Sadowników RP, Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych, Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw, Stowarzyszenie Sady Grójeckie. Szybki rozwój Stowarzyszenia, świadczy o zainteresowaniu jego działalnością i słuszności podejmowanych działań. Stowarzyszenie jest otwarte na współpracę z osobami oraz organizacjami, którym zależy na wspieraniu przejrzystych, korzystnych dla polskiej gospodarki zasad produkcji oraz sprzedaży owoców i warzyw. Wierzy, że wspólnie możemy działać skuteczniej dla polskiego rolnictwa i pozycji rodzimego eksportu.

Cele Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw “Unia Owocowa”:

- zapewnienie reprezentacji zrzeszonych członków i ich gospodarczych interesów,
- upowszechnienie zasad etyki i norm rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym,
- podejmowanie działań na rzecz racjonalnego kształtowania prawa gospodarczego,
- promocja i propagowanie najwyższych standardów jakościowych w sferze produkcji i dystrybucji żywności, ze szczególnym uwzględnieniem owoców i warzyw.

Konsorcjant - Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej jest Stowarzyszeniem apolitycznym, dobrowolnym, działającym na rzecz i w interesie polskich sadowników. Posiada siedzibę w Grójcu. Zatrudnia obecnie 4 pracowników na umowy cywilnoprawne. Organizacja pod nazwą Związek Sadowników Mazowsza została utworzona w maju 1999 roku z inicjatywy sadowników regionu grójeckiego, największego regionu sadowniczego w Polsce, nazywanego "Największym Sadem Europy". Zarząd Główny ZSRP jest organem wykonawczym - zarządzającym stowarzyszenia i działa na podstawie Statutu i Uchwał Walnego Zebrania Członków (Delegatów) oraz Regulaminu Zarządu

Głównego. ZSRP otwarte jest na współpracę z wszystkimi osobami, podmiotami i organizacjami, które zajmują się produkcją owoców w Polsce. Współpracuje z wieloma instytucjami Państwowymi oraz innymi Stowarzyszeniami z branży sadowniczej. Wszelkie podejmowane przez niego działania mają na celu upowszechnianie wiedzy sadowniczej w zakresie produkcji oraz standardów unijnych dotyczących jakości i ochrony, zachowania zasad zdrowej konkurencji na rynku. Statutowymi celami i zadaniami Związku Sadowników RP są m.in:

- działania promujące spożywanie owoców i zdrowe odżywianie;
- inicjowanie zmian norm prawnych dotyczących działalności w zakresie sadownictwa;
- podejmowanie działań dla tworzenia trwałych podstaw prawnych, ekonomicznych i organizacyjnych dla umocnienia polskiego sadownictwa oraz ich integracji w obrębie rynku Unii Europejskiej;
- upowszechnianie wiedzy technologicznej, ekonomicznej i prawnej związanej z branżą sadowniczą;
- działania wspierające rozwój gospodarczy branży sadowniczej w tym rozwój przedsiębiorczości;
- działalność promująca ekologiczne metody produkcji i ochronę środowiska naturalnego;
- działania na rzecz integracji europejskiej, rozwijania kontaktów i współpracy oraz doświadczeń pomiędzy społeczeństwami;
- pomoc przy pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej i budżetu krajowego;
- reprezentowanie potrzeb i interesów zawodowych sadowników; prowadzenie doradztwa w zakresie produkcji sadowniczej;
- kształtowanie opinii i ocen na temat produkcji sadowniczej;
- opiniowanie i wypowiedanie się w sprawach dotyczących sadowników;
- organizowanie życia koleżeńskiego i samopomocy koleżeńskiej;
- promocję sadownictwa, zdrowego odżywiania oraz stylu życia.

Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej realizuje swoją działalność poprzez:

- współpracę z organami administracji rządowej, terenowej i samorządowej;
- gromadzenie, utrwalanie i upowszechnianie wiedzy sadowniczej;
- organizowanie wystaw, odczytów, seminariów, imprez kulturalno – oświatowych;
- obronę interesów zawodowych sadowników;
- współpracę z pokrewnymi organizacjami krajowymi i zagranicznymi;
- organizowanie różnych form samopomocy koleżeńskiej.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1 Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.2020.1740 t.j. z dnia 2020.10.08 .) art. 70¹- 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

2.2 Program realizowany będzie w ramach programów prostych „Działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych wdrażane na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1144/2014”. Szczegółowe zasady ubiegania się o dofinansowanie ze środków UE i rozliczania programu określają:

- a. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz.Urz.UE L 317 z 4.11.2014, str. 56);

- b. Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz.Urz.UE L 266 z 13.10.2015, str. 3);
- c. Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz.Urz.UE L 266 z 13.10.2015, str.14).

2.3 Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

- a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert na stronie www.uniaowocowa.pl, www.polskiesadownictwo.pl, w siedzibie Słomczyn 80, 05-600 Grójec_w miejscu publicznie dostępnym, oraz w siedzibie konsorcjanta_ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec, dostarczenie zapytania do co najmniej 3 potencjalnych oferentów, oraz publikacja na stronach: <https://www.oferteo.pl/>, <https://www.oferty-biznesowe.net/>, <https://www.biznes-polska.pl/>
- b. komisyjne otwarcie ofert,
- c. weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych i pisemną ocenę złożonych ofert przez Komisję Oceniającą, na podstawie kryteriów zdefiniowanych w niniejszej Specyfikacji,
- d. wybór najkorzystniejszej oferty,
- e. opublikowanie wyników postępowania,
- f. powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty.

2.4 Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

2.5 Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

2.6 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

2.7 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

2.8 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w pkt. 12 niniejszego dokumentu, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

2.9 Oferenci mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. Oferenci występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w przypadku wyboru ich Oferty.

2.10 **Zamawiający zastrzega sobie prawo do odwołania przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.**

2.11 **Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:**

- Wszystkie wykorzystane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. KAMPANIA FINANSOWANA PRZY WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ]:



**CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION**

Jeżeli emblemat UE jest umieszczony w zestawieniu z innymi logo beneficjenta, musi on być odpowiednio wyeksponowany i mieć minimum 1 cm.

W przypadku mediów wizualnych emblemat i tekst należy umieścić w widoczny sposób na początku, w trakcie lub na końcu przekazu. W przypadku mediów audio tekst musi być wyraźnie słyszalny na końcu przekazu.

Na potrzeby wywiązania się z niniejszego obowiązku beneficjent (Zleceniodawca) może wykorzystać emblemat UE bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody Komisji. Nie oznacza to jednak przyznania mu prawa do jego wykorzystywania na zasadnie wyłączności.

- Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone hasłem: **„Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy”**
 - Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem **„Enjoy, it’s from Europe!”** (tłum. „Smacznego, to z Europy”).



który musi być:

- napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
- umieszczony pionowo;
- kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60);
- wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje.

Wizualne materiały informacyjne i promocyjne – z wyjątkiem małych materiałów promocyjnych (takich jak małe gadżety, np. długopisy) – muszą zawierać następujące zastrzeżenie:

„Treść niniejszego(-ej) [wstawić odpowiedni opis, np. reklamy, publikacji, artykułu itp.] odzwierciedla wyłącznie poglądy jego/jej autora i podlega jego/jej wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w nim/niej informacji”.

Na stronie internetowej niniejsze zastrzeżenie należy zawrzeć w części dotyczącej informacji prawnych.

Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it’s from Europe” dostępne są pod następującym linkiem:

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-on-the-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>

2.12 Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej Konsorcjum w składzie: **Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”** oraz **Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej**:



- 2.13 Informacje, o których mowa w pkt. 2.11 i 2.12 powinny znaleźć się we wszystkich materiałach wykorzystywanych w ramach Zadania, w szczególności promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych i edukacyjnych, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający dobrą widoczność. Wymóg ten dotyczy również stron internetowych oraz profili w portalach społecznościowych.
- 2.14 Dodatkowo w przypadku: stoiska targowego, katalogu i strony internetowej należy uwzględnić, logotypy członków Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.
- 2.15 Oferent zobowiązuje się do informowania o sposobie finansowania Zadania w odpowiedni sposób, w szczególności poprzez zamieszczenie informacji w brzmieniu zawartym w pkt. 2.11 i 2.12 w wydawanych w ramach Zadania publikacjach i materiałach informacyjnych,

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest *przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie dwuletniego programu promocyjnego dotyczącego jabłek* pt. **„Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy”** na rynkach **Malezji i Tajlandii** dotyczącej promocji produktu w postaci jabłek (dalej również program lub kampania) wedle wytycznych i założeń określonych w niniejszym SIWZ, zgodnie z Załącznikiem nr 1. **Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji na realizację programu prostego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.**

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi **2 507 856 EUR netto** (w tym koszty przygotowania i realizacji działań zaakceptowanych przez Komisję Europejską i opisanych w Załączniku nr 1 do niniejszej Specyfikacji, obejmujących także wynagrodzenie organizacji wdrażającej). Badania ewaluacyjne nie stanowią przedmiotu zamówienia. Wskazany budżet nie zawiera podatku VAT.

5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1 Zamówienie realizowane będzie w okresie 24 miesięcy od dnia określonego w umowie o udzielenie dotacji, zawartej pomiędzy Zamawiającym, a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR), tj. od pierwszego dnia miesiąca następującego po dacie wejścia w życie tejże umowy.

5.2 Zamówienie realizowane będzie zatem wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji na realizację programu prostego z KOWR. W przypadku niepodpisania umowy z KOWR, Oferentowi nie przysługuje żadne wynagrodzenie (w tym za przygotowanie i złożenie oferty).

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:

- a. nie podlegają wykluczeniu;
- b. spełniają warunki udziału w postępowaniu;
- c. nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty zgodnie z metodą zerojedynkową.

6.1 WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:

6.1.1 Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Ustawy Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018r. (Dz.U.2021.162 t.j. z dnia 2021.01.26.);

6.1.2 Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy

6.1.3 Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;

6.1.4 Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;

6.1.5 W przypadku, gdy wykonawcy ubiegają się wspólnie o udzielenie zamówienia Zamawiający wymaga, aby:

- a. ustanowili oni pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia;
- b. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

6.1.6 Wszystkie podmioty składające ofertę programu w przeprowadzanej przez organizację inicjującą procedurze konkursowej, zobowiązane są do przestrzegania przepisów RODO, w tym do realizacji obowiązków informacyjnych wynikających z art. 13 i 14 RODO wobec wszystkich osób, których dane udostępnione zostaną przez te podmioty Zamawiającemu.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który **w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert**, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:

6.2.1 Zrealizował lub jest w trakcie realizacji co **najmniej 1 kampanii dotyczącej produktów spożywczych** (kampania promująca i informująca o produktach, ich jakości lub ich

właściwościach), na rynku lub rynkach zagranicznych w stosunku do siedziby Zamawiającego oraz **która miała budżet co najmniej 5 000 000,00 PLN netto.**

- 6.2.2 Zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia o charakterze wystawienniczym** (targi) na rynku lub rynkach zagranicznych.
- 6.2.3 Prowadził ciągłe (co najmniej przez okres 12 miesięcy) działania PR na rynku lub rynkach zagranicznych, składające się co najmniej z:
 - stałego kontaktu z mediami, w tym z tworzenia i wysyłania informacji prasowych- monitoringu mediów
 - prowadzenia działań z influencerami
- 6.2.4 Prowadził trwającą (co najmniej 12 miesięcy) kampanię reklamową na rynku lub rynkach zagranicznych, składającą się z więcej niż jednego kanału komunikacji (outdoor/prasa/Internet/media społecznościowe).
- 6.2.5 Zorganizował serię co najmniej 12 spotkań B2B z zagranicznymi kontrahentami

W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, tzn., że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

Weryfikacja na podstawie wypełnionego wykazu stanowiącego Załącznik nr 4 SIWZ.

6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującym zespołem:

- 6.3.1 **Osoba specjalizująca się w organizacji eventów** – posiada min. 5 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizowała (tj. samodzielnie przygotowała oraz była osobiście obecna podczas wydarzenia) minimum 2 wydarzenia o charakterze targowym/ /misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnymi); posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.3.2 **Osoba specjalizująca się w public relations** - posiada min. 5 lat doświadczenia zawodowego w zakresie public relations; zrealizowała samodzielnie lub nadzorowała działania public relations na minimum 2 rynkach zagranicznych. Zamawiający rozumie działania public relations, jako działania które trwały w sposób ciągły minimum rok oraz w skład których wchodziło co najmniej: opracowywanie i dystrybucja informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługująca się biegle językiem angielskim.
- 6.3.3 **Osoba specjalizująca się w kreacji** – przygotowała samodzielnie lub nadzorowała przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikami i klientem) dla co najmniej 2 kampanii na rzecz branży spożywczej, z których co najmniej 1 była skierowana na rynek zagraniczny.
- 6.3.4 **Osoba zarządzająca projektem** – min. 10 lat doświadczenia zawodowego, w tym 5 lat na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 2 kampaniami promocyjnymi, z których co najmniej jedna była realizowana na rynkach poza unijnymi, biegle posługuje się językiem angielskim.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji informacji przedstawionych na temat zespołu na etapie podpisania umowy z Wykonawcą.

6.4 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWEJ OFERENTA

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującymi zdolnościami ekonomiczno - finansowymi:

- 6.4.1 Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w wysokości min. 1 500 000,00 PLN (słownie: jeden milion pięćset tysięcy złotych).
- 6.4.2 Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w kwocie 3 000 000,00 PLN. Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej obejmującej wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie, trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie, jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego i potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie. Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych, aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni.
- 6.4.3 Nie podlega wykluczeniu z procedury.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

- 6.5.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
- 6.5.2 Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata;
- 6.5.3 Oferentów, w stosunku, do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;

- 6.5.4 Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;
- 6.5.5 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- 6.5.6 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 8;

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli:

- 1. oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;
- 2. oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
- 3. oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
- 4. oferta została złożona po terminie określonym w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

8.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

- 8.1.1 Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz opisem programu stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej specyfikacji.
- 8.1.2 Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.
- 8.1.3 Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej specyfikacji muszą spełniać następujące wymogi:
 - a. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;
 - b. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
 - c. pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie.

- 8.1.4 Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- 8.1.5 Dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- 8.1.6 Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
- 8.1.7 We wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.
- 8.1.8 Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą i na wykonywanie pozostałych praw zależnych w zakresie związanym z podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.
- 8.1.9 Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części umowy, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.
- 8.1.10 Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesięcy. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Zamawiający ma prawo wezwać jednokrotnie Oferentów do przedłużenia terminu związania ofert o okres nie dłuższy niż 6 miesięcy.

8.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

Oferent zobowiązany jest do złożenia w terminie wskazanym w pkt. 9 niniejszej specyfikacji oraz w formie określonej w tejże specyfikacji następujących dokumentów:

- 8.2.1 **Formularz ofertowy** stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej specyfikacji. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum.
- 8.2.2 **Wykaz kampanii z ostatnich 5 lat**, wykaz wydarzeń o charakterze wystawienniczym (targi) na rynku lub rynkach zagranicznych, wykaz prowadzonych w sposób ciągły działań PR na rynku lub rynkach zagranicznych, wykaz kampanii reklamowych na rynku lub rynkach zagranicznych, wykaz spotkań B2B z zagranicznymi kontrahentami, **zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu**, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczone za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). **Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z udzielonych referencji oraz polegania na doświadczeniu podmiotów trzecich.** Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego odbiorcę usług. Wykaz zgodny z załącznikiem 4 do SIWZ.
- 8.2.3 **Opis zespołu Oferenta** potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. 6.3.

- 8.2.4 Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy** oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:
- a. Zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 1 500 000 PLN (słownie jeden milion pięćset tysięcy złotych), wydane przez bank lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowej nie starsze niż 3 miesiące od daty złożenia Oferty. W przypadku, kiedy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich konsorcjantów. Ponadto Zamawiający wymaga, aby postanowienia w przedmiotowym zakresie zostały zawarte w umowie konsorcjum.
 - b. Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem. Dokument potwierdzający brak wykluczenia zgodnie z pkt 6.5.3.
 - c. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa lider konsorcjum upoważniony umową konsorcjum do reprezentowania wszystkich konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim, należy złożyć wraz z tłumaczeniem.
 - d. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa lider konsorcjum upoważniony umową konsorcjum do reprezentowania wszystkich konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.
 - e. Ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, potwierdzająca, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych) oraz potwierdzenie opłacenia polisy. Jeżeli Oferenci wspólnie (np. w ramach konsorcjum) ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa lider konsorcjum, bądź grupa konsorcjantów na wspólną kwotę równą 3 000 000,00 PLN.
 - f. Oświadczenie o niewyrządzeniu szkody poprzez niewykonanie umowy lub wykonanie jej nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem postępowania. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli

natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata;

8.2.5 **Dokument potwierdzający wniesienie wadium** w formie określonej w pkt. 10 niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8.2.6 **Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowę konsorcjum (umowa cywilno-prawna) ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

8.2.7 **Opis działalności firmy**, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.

8.2.8 **Koncepcja realizacji zamówienia tj. następujące przykładowe projekty:**

- key visual, składający się z przykładowych projektów:

- przykładowy key visual kampanii
- przykładowy logotyp kampanii
- przykładowy projekt reklamy outdoor
- przykładowy projekt banneru do internetu
- przykładowy projekt torby papierowej
- przykładowy projekt ulotki
- przykładowy projekt notesu
- przykładowy projekt wizytówki
- przykładowy projekt długopisu
- przykładowy projekt gadżetu (np. wachlarz, pendrive, breloczek, podkładka drewniana, itp.)
- przykładowy profil Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn

- przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 48m²

- przykładowy projekt katalogu (okładka, 2 przykładowe rozkładowki) (grafika +treść)

- przykładowy projekt funkcjonalny strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona) (grafika+treść)

- przykładowy projekt reklamy prasowej (dla wszystkich grup docelowych)

Do oferty należy dołączyć wszystkie wyżej wskazane projekty.

Szczegóły zawarte w opisie programu Załączniku nr 1 „Opis programu”.

Dodatkowo przy projektowaniu: stoiska targowego, katalogu i strony internetowej należy uwzględnić: logotypy Członków Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”, zawarte w załączniku nr 5 “Lista Członków Stowarzyszenia „Unia Owocowa”, wraz z logotypami”. Zamawiający zastrzega, iż lista Członków Stowarzyszenia „Unia Owocowa” może ulec zmianie. W związku z tym, przy produkcji materiałów konieczne będzie uwzględnienie aktualnych logotypów.

9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.

Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach w pliku pdf (płyta CD lub pendrive). Oferta w wersji papierowej powinna mieć ponumerowane strony.

Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

<p>OFERTA</p> <p>na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej jabłek pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy” na rynkach Malezji i Tajlandii</p> <p>Nie otwierać przed godz. 12:00 w dniu 30 kwietnia 2021r.</p> <p>Dane oferenta:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego: **Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” Słomczyn 80, 05-600 Grójec**

do dnia **30.04.2021r. do godz. 12:00**. Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.

Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 30.04.2021 r. o godzinie 12.15 w siedzibie Zamawiającego, pod adresem:

**Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”
Słomczyn 80,
05-600 Grójec**

Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert.

10. WADIUM

10.1 Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie 50 000,00 PLN (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).

10.2 Wadium może być wnoszone w następujących formach:

- a. w gotówce,
- b. w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – rozliczeniowej, z tym, że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
- c. w gwarancjach bankowych,

d. w gwarancjach ubezpieczeniowych.

10.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2.

a. do 10.2. d. powyżej musi być załączony do oferty w formie oryginału.

10.4 W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

Nazwa banku: Alior Bank S.A.

Numer rachunku: 36 2490 0005 0000 4530 4489 6854

Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: „Wadium na program promocyjny dotyczący jabłek pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy” na rynkach Malezji i Tajlandii.”

10.5 Dowód wniesienia wadium należy załączyć do składanej oferty.

10.6 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi, jeżeli:

- a. upłynął termin związania ofertą lub;
- b. zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy lub;
- c. Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub;
- d. Zamawiający nie podpisze umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).

10.7 Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.

10.8 Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.

10.9 Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:

- a. odmówi podpisania umowy,
- b. zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

11. KRYTERIA OCENY OFERT

Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

Kryterium	Znaczenie procentowe kryterium	Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium
K1. Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa	30%	30pkt
K2. Kreacja dla kampanii	40%	40pkt
K3. Zasięg (liczony na post) postów na Facebook, (Tajlandia)	8%	8pkt
K4. Zasięg (liczony na post) postów na Facebook, (Malezja)	7%	7pkt
K5. Liczba spotkań B2B w trakcie kampanii	15%	15pkt
Razem	100%	100pkt

Wybór Oferenta dokonany zostanie na podstawie największej ilości uzyskanych punktów zgodnie z następującą metodologią:

KRYTERIUM 1 Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa, czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ przeznaczonych dla Organizacji Wdrażającej wyrażonych w EUR netto.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert

$$K1 = \text{-----} \times 30 \text{ pkt}$$

Koszty zaproponowane w rozpatrywanej ofercie

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 30 punktów.

KRYTERIUM 2 Kreacja dla kampanii

Kryterium będzie weryfikowane na podstawie przedstawionych propozycji projektów/kreacji/scenariuszy wraz z uzasadnieniem kontekstu dotarcia do określonych grup docelowych, dla zaplanowanych dla kampanii działań do realizacji.

Każdy element kreacji przedstawiony przez Oferenta (projekt/kreacja/scenariusz) będzie podlegał ocenie przez każdego z członków Komisji. *Kryterium 2 Kreacja dla kampanii* będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 40pkt) dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej następujące obszary:

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Key visual, przykładowe: - logotyp kampanii - projekt reklamy outdoor - projekt banneru do internetu - projekt torby papierowej - projekt ulotki - projekt notesu - projekt wizytówki - projekt długopisu - projekt gadżetu (np. wachlarz, pendrive, breloczek, podkładka drewniana, itp.) - profil Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn	- dostosowanie projektu do promowanego produktu tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i rodzaju czcionek (0-4) - powiązanie projektu z hasłem kampanii „ Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy ” (0-4)	0-8
2. przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 48m ²	- atrakcyjność stoiska (kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych elementów przyciągających uwagę odwiedzających) (0-3) - funkcjonalność stoiska - zaprojektowanie miejsc do ekspozycji jabłek, wygodny podział oraz część do	0-8

	rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni, zaplecze stoiska (0-3) - sposób wkomponowania logotypów firm będących Członkami Stowarzyszenia „Unia Owocowa” w projekt stoiska (0-2)	
3. przykładowy projekt katalogu (okładka, 2 przykładowe rozkładówki) (grafika +treść)	- wkomponowanie promowanego produktu w elementy projektu graficznego, czytelna grafika, kolorystyka (0-3) - dostosowanie zaproponowanego komunikatu do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-3) - sposób zaprezentowania logotypów firm będących Członkami Stowarzyszenia „Unia Owocowa” w projekt katalogu (0-2)	0-8
4. przykładowy projekt funkcjonalny strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona) (grafika+treść)	- dostosowanie projektu do grup docelowych (0-4) - nawigacja strony (przejrzysty układ strony), połączenie z FB i innymi social media, innowacyjne rozwiązania zastosowane do obsługi strony przez użytkownika, innowacyjne rozwiązania przedstawianych treści (0-4)	0-8
5. przykładowy projekt reklamy prasowej (dla wszystkich grup docelowych)	- dostosowanie zaproponowanej reklamy prasowej do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-4) - atrakcyjność wizualna (kolorystyka przyciągająca uwagę, czytelna grafika), wkomponowanie promowanego produktu w elementy projektu graficznego (0-4)	0-8

Liczba punktów, którą otrzyma Oferent w tym kryterium zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

$$K2 = \frac{\text{Suma indywidualnych ocen (1-40) członków Komisji przyznanych ofercie ocenianej}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej oceny ocenianej oferty}}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 40 pkt.

KRYTERIUM 3 Zasięg (liczony na post) postów na Facebook (Tajlandia)

Zasięg liczony na post na Facebook (Tajlandia) (min. 42 000) tj. **zapewnienie dotarcia do określonej liczby użytkowników, która zobaczy post w ramach programu pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy”.**

W ramach kryterium oceniana będzie liczba odbiorców do których dotrze post (min. 42 000).

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w tym obszarze zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K3 = \frac{\text{Proponowany przez danego oferenta zasięg każdego z postów na Facebook (Tajlandia)}}{\text{Największy zaproponowany zasięg każdego z postów na Facebook (Tajlandia) wśród złożonych ofert}} \times 8\text{pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 8pkt

KRYTERIUM 4 Zasięg (liczony na post) postów na Facebook, (Malezja)

Zasięg liczony na post na Facebook (Malezja) (min. 40 000) tj. **zapewnienie dotarcia do określonej liczby użytkowników, która zobaczy post przygotowany w ramach programu pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy”.**

W ramach kryterium oceniana będzie liczba odbiorców do których dotrze post (min. 40 000).

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w tym obszarze zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K4 = \frac{\text{Proponowany przez danego oferenta zasięg każdego z postów na Facebook (Malezja)}}{\text{Największy zaproponowany zasięg każdego z postów na Facebook (Malezja) wśród złożonych ofert.}} \times 7\text{pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 7pkt

KRYTERIUM 5 Liczba spotkań B2B w trakcie kampanii

Ilość spotkań B2B (min. 112)

W ramach kryterium oceniana będzie zaproponowana ilość spotkań (min. 112 – w tym min. 56 w ramach targów i min. 56 podczas misji gospodarczych) w trakcie kampanii zagwarantowana przez Oferenta.

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w tym obszarze zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K5 = \frac{\text{Proponowana przez danego Oferenta liczba spotkań B2B}}{\text{Największa liczba zaproponowanych spotkań B2B wśród złożonych ofert.}} \times 15\text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 15 pkt

S- suma punktów danej oferty

K1 - liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium „Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa”

K2 – liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium „Kreacja dla kampanii”

K3 – liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach „Zasięg (liczony na post) postów na Facebook (Tajlandia) “

K4 – liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium „Zasięg (liczony na post) postów na Facebook (Malezja)”

K5- liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium “Liczba spotkań B2B w trakcie kampanii”

Oferta, która otrzyma największą liczbę punktów zgodnie ze wzorem $S = K1 + K2 + K3 + K4 + K5$ zostanie uznana za najkorzystniejszą.

12. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert –**25.03.2021r.**
- Termin na składanie ofert – **30.04.2021r. godz. 12:00**
- Otwarcie ofert – **30.04.2021r. godz. 12:15**
- Ocena ofert – **od 30.04.2021r. do 07.05.2021r.** (Doprecyzowanie niejasności/ czas na ewentualne uzupełnienie dokumentacji przetargowej nie wpływające na jakość oferty.)
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania – **10.05.2021 r. do godz. 16.00**

12.1 WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

- a. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszej SIWZ.
- b. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.
- c. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.

12.2 ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

- 12.2.1 Zawarcie umowy z Oferentem nastąpi najpóźniej w terminie do 14 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania z zastrzeżeniem, iż przedmiotowa umowa wejdzie w życie z dniem podpisania umowy Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych.

12.2.2 Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy - w wysokości 5 % wartości netto przedmiotu umowy, określonej w pkt 4, tj. w kwocie **125 392,80 EURO (słownie: sto dwadzieścia pięć tysięcy trzysta dziewięćdziesiąt dwa 80/100 euro)**, najpóźniej w dniu podpisania umowy. Jeżeli w toku realizacji umowy zmianie ulegnie termin wykonania Oferent zobowiązany jest odpowiednio przesunąć termin obowiązywania zabezpieczenia dla zachowania jego ciągłości.

W przypadku zabezpieczenia wnoszonego w formie gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, gwarancja będzie bezwarunkowa, nieodwołalna, płatna na pierwsze żądanie oraz bez prawa powoływania się na jakiegokolwiek okoliczności wynikające ze stosunku podstawowego pomiędzy Zamawiającym a Oferentem.

Zamawiającemu przysługuje prawo pokrycia z zabezpieczenia roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, a w szczególności:

- a) pokrycia nie uregulowanych przez Oferenta roszczeń Zamawiającego z tytułu stwierdzonych wad i usterek,
- b) zaliczenia zabezpieczenia należytego wykonania umowy na poczet kar umownych.

12.2.3 Zabezpieczenie można wnieść w formie:

- a. gotówkowej na wyodrębniony rachunek bankowy Zamawiającego;
- b. poręczenia bankowego lub poręczenia SKOK;
- c. gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej;
- d. weksła.

12.2.4 Zabezpieczenie należy wpłacić w walucie polskiej, przyjmując do celów przeliczeniowych ostatni kurs wymiany walut wyznaczony przez Europejski Bank Centralny (EBC), w miesiącu poprzedzającym pierwszy dzień miesiąca, w którym nastąpi wpłata na rzecz Zamawiającego kwoty zabezpieczenia.

12.2.5 Dokument potwierdzający wniesienie zabezpieczenia musi być przekazany Zamawiającemu w formie oryginału niezwłocznie po dokonaniu wpłaty.

12.2.6 Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy ponosi Oferent.

12.2.7 Termin i zasady zwrotu lub zwolnienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostały określone w Załączniku nr 3 do SIWZ.

12.2.8 Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu działań objętych niniejszym postępowaniem. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:

- a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- b. w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy,
- c. zmiany świadczenia na lepszej jakości przy zachowaniu tożsamości przedmiotu zamówienia za porozumieniem stron,
- d. inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy.

12.3 Realizacja dwuletniego programu promocyjnego dotyczącego jabłek pt. „Dar polskich sadów. Jabłka z serca Europy” na rynkach Malezji i Tajlandii

Zasady dotyczące realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej zawarte są we wzorze Istotnych Postanowień Umowy, stanowiącym **Załącznik nr 3** do niniejszej specyfikacji.

13. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

- 13.1 Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż na 7 dni przed terminem otwarcia ofert.
- 13.2 Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
- 13.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
- 13.4 Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronach www.uniaowocowa.pl, www.polskiesadownictwo.pl, <https://www.oferteo.pl/>, <https://www.oferty-biznesowe.net/>, <https://www.biznes-polska.pl/>, w siedzibie Słomczyn 80 05-600 Grójec, oraz w siedzibie konsorcjanta ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec, w miejscu publicznie dostępnym oraz zostanie dostarczona do wszystkich potencjalnych oferentów, których otrzymali pierwotne zapytania.
- 13.5 Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
- 13.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: Paulina Kopeć e-mail: biuro@uniaowocowa.pl lub tel. 696 859 993.

14 ZAŁĄCZNIKI

- **Załącznik nr 1 - Opis programu**
- **Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego**
- **Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)**
- **Załącznik nr 4 - Wykaz realizacji**
- **Załącznik nr 5 - Lista Członków zrzeszonych w Stowarzyszeniu Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” wraz z logotypami**