

## **ZAPROSZENIE**

**do składania wniosków**

**o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym**

**na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii  
informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych  
pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców”  
skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię**

**Zamawiający:**

**Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej z siedzibą ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec**

**Osoba do kontaktu:** Agnieszka Dywan tel. 602 324 073

Grójec, dn. 28.10.2012r.

## 1. Informacje o zamawiającym

Organizacją Inicjującą jest **Związek Sadowników Rzeczpospolitej Polskiej (ZSRP)**. Organizacja reprezentuje polskich sadowników w obszarze przede wszystkim producentów jabłek oraz owoców jagodowych. ZSRP ma już ponad 10-letnie doświadczenie w realizacji działań promocyjnych i edukacyjnych zarówno na rynku polskim, rynkach unijnych jak i w krajach trzecich. Od lat ZSRP organizuje także szereg działań (spotkań, szkoleń, artykułów w prasie branżowej), których celem jest promocja i edukacja w zakresie Integrowanej Produkcji Roślin, a także ekologicznego prowadzenia sadów. W szczególności należy podkreślić, że ZSRP posiada doświadczenie we wprowadzeniu Integrowanej / ekologicznej produkcji zarówno od strony formalnej, merytorycznej jak i promocyjnej. W zakresie działań formalnych ZSRP współuczestniczy w tworzeniu przepisów dotyczących sadownictwa w Polsce oraz na forum UE oraz doradza firmom w zakresie rejestracji nowych preparatów biologicznych. W zakresie działań merytorycznych prowadzi wiele szkoleń, konferencji, doradztwa nt. zasad produkcji oraz prowadzi analizy rynkowe dotyczące cen owoców uzyskiwanych w różnych kategoriach produkcji. Jednocześnie w zakresie promocji upowszechnia wiedzę wśród konsumentów zarówno poprzez media społecznościowe jak i podczas dedykowanych akcji promocyjnych.

**ZSRP** – jest apolitycznym, dobrowolnym stowarzyszeniem, działającym na rzecz i w interesie sadowników. Ma siedzibę w Grójcu, w centrum Polski, niecałe 50 km od Warszawy. Region grójecki jest jednym z najbardziej znanych w Polsce z produkcji jabłek i nazywany jest również "największym sadem w Europie". Organizacja została założona w maju 1999 r. i koncentruje się na działaniach, które **rozpowszechniają wiedzę na temat owoców i jabłek w dziedzinie produkcji oraz norm UE dotyczących jakości i ochrony, zachowując zasady zdrowej konkurencji na rynku**. Wśród innych celów statutowych ZSRP są:

- działania promujące spożycie owoców i zdrowe odżywianie;
- inicjowanie zmian w normach prawnych dotyczących działalności w zakresie uprawy owoców oraz podejmowanie działań w celu stworzenia trwałych podstaw prawnych, gospodarczych i organizacyjnych dla wzmocnienia uprawy owoców i ich integracji z rynkiem Unii Europejskiej;

- upowszechnianie wiedzy technologicznej, gospodarczej i prawnej związanej z przemysłem owocowym oraz wspieranie rozwoju gospodarczego przemysłu owocowego, w tym przedsiębiorczości;
- działania na rzecz integracji europejskiej, rozwijanie kontaktów i współpracy, a także doświadczenia między podobnymi stowarzyszeniami UE;

Organizacja posiada szerokie i wieloletnie doświadczenie w promowaniu jabłek zarówno w UE, jak i w krajach trzecich, wśród których najważniejsze były:

- "Czas na jabłka z Europy"; 2017-2019; Egipt i Algieria
- "Niezwyczajne właściwości zwykłych owoców"; 2015-2018; Polska, Czechy, Finlandia, Austria, Szwecja
- "Jabłka każdego dnia", 2012-2015, Rosja i Ukraina

## 2. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie **trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” na rynkach Polski, Austrii i Niemiec** (dalej również **program** lub **kampania**).

"Czas na zrównoważoną produkcję owoców" to 3-letnia kampania informacyjno-edukacyjna skierowana na wewnętrzne rynki UE: **Polskę, Niemcy i Austrię**, współfinansowana ze środków UE. Projekt jest realizowany w ramach priorytetu 3-AGRIP-SIMPLE-2021-IM-SUSTAINABLE i skupi się na podkreśleniu zrównoważenia środowiskowego rolnictwa Unii Europejskiej na przykładzie sektora owoców, w szczególności metodologii zintegrowanej produkcji owoców (jabłka i jagody). Zintegrowana produkcja w sektorze uprawy owoców jest ważną podstawą (wprowadzeniem) do produkcji ekologicznej. Z tego powodu projekt będzie bezpośrednio przyczyniał się do: ochrony różnorodności biologicznej i zrównoważonego wykorzystania zasobów naturalnych (np. poprzez ograniczenie stosowania pestycydów); zrównoważonej gospodarki wodnej (np. poprzez oszczędność wody, zmniejszenie zawartości składników odżywczych i pestycydów); (iii) zrównoważone użytkowanie gleby (np. poprzez zrównoważoną zawartość składników odżywczych, zapobieganie zakwaszeniu i zasoleniu, zmniejszenie zawartości pestycydów); zachowanie sadów jako elementu przyczyniającego się

do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla i zrównoważonej konsumpcji poprzez promowanie owoców (jabłek i owoców jagodowych).

**Grupy docelowe:**

Działania w ramach kampanii zostaną podzielone na aktywności skierowane do dwóch głównych grup docelowych:

- **B2B** – sadownicy i handlowcy
  - o **B2B-A** - sadownicy
  - o **B2B-B** – handlowcy, przedstawiciele sieci handlowych na trzech rynkach docelowych
- **B2C** – konsumenci na rynkach trzech krajów docelowych (Polska, Austria, Niemcy) w podziale na dwie podgrupy w zakresie komunikatów
  - o **B2C-A**- wszyscy konsumenci kupujący i spożywający owoce (jabłka, owoce jagodowe) – komunikacja dotycząca zalet i specyfikacji Integrowanej Produkcji Roślin oraz produkcji ekologicznej
  - o **B2C-B** – konsumenci zainteresowani owocami ekologicznymi – komunikacja dotyczące Integrowanej Produkcji Roślin poszerzona o owoców ekologicznych

**Główne działania w ramach kampanii skupią się na:**

- public relations (w tym kontakty z mediami, artykuły sponsorowane, organizacja wydarzeń prasowych itd.),
- stronie www i mediach społecznościowych,
- reklamach (OOH, internetowa),
- obecności na targach (Niemcy),
- organizacji wyjazdów studyjnych,
- produkcji i dystrybucji materiałów informacyjno-edukacyjnych (typu gadżety, broszury, film edukacyjny).

Kampania poszerzać będzie **wiedzę o unijnym zrównoważonym rolnictwie i roli sektora rolno-spożywczego w działaniach na rzecz klimatu i środowiska** (AGRIP-SIMPLE-2021-IM-

SUSTAINABLE) . Działania **będą podkreślać zrównoważenie środowiskowe sadownictwa w UE, jednocześnie zwracając uwagę na jego korzystny wpływ na działania w dziedzinie klimatu i środowiska.** W ramach projektu poszerzona zostanie wiedza o Integrowanej Produkcji Roślin oraz o produkcji ekologicznej jabłek i owoców jagodowych oraz ich pozytywnym wpływie na klimat, przede wszystkim w zakresie wprowadzania odmian odpornych na zmiany klimatyczne. W szczególności **kampania koncentrować się będzie na zagadnieniach związanych z dostosowaniem do zmian klimatycznych poprzez wprowadzanie odmian drzew w sadach odpornych na zmiany klimatyczne oraz prowadzenie racjonalnej gospodarki wodą.** Ponadto działania będą edukować w zakresie, w którym Integrowana Produkcja Roślin i produkcja ekologiczna wpływają na: **ochronę bioróżnorodności i zrównoważonego wykorzystania zasobów naturalnych, zrównoważone użytkowania gleb oraz zrównoważone spożycie** (poprzez promocję konsumpcji owoców jako jednej z pięciu porcji dziennych owoców). Zgodnie z założeniami Strategii „Od pola do stołu” w osiągnięciu zrównoważoności łańcucha żywnościowego rolę odegrać muszą wszystkie podmioty w łańcuchu żywnościowym. Dla sektora sadowniczego oznacza to, że rolnicy (sadownicy) muszą szybciej zmieniać swoje metody produkcji, jak najszerszej korzystać z rozwiązań opartych na środowisku naturalnym, rozwiązań technologicznych, cyfrowych i wykorzystujących nawigację satelitarną. Zmiana metod produkcji pozwoli osiągnąć lepsze wyniki w zakresie klimatu i ochrony środowiska, zwiększać odporność na zmiany klimatu oraz ograniczyć i zoptymalizować stosowanie środków produkcji (pestycydów, nawozów). Stosowanie pestycydów chemicznych w sadownictwie przyczynia się przede wszystkim do zanieczyszczenia gleby, wody i powietrza, utraty różnorodności biologicznej i może być szkodliwe dla roślin niebędących przedmiotem zwalczania, w tym pożytecznych owadów, ptaków, ssaków i płazów.

Innym istotnym założeniem Strategii „od pola do stołu” jest wzmocnienie przepisów dotyczących **integrowanej ochrony roślin** (ang. integrated plant protection – IPP and integrated pest management – IPM), co przyczyni się do szerszego stosowania bezpiecznych alternatywnych sposobów ochrony plonów przed agrofagami i chorobami. Integrowana ochrona roślin zachęca do stosowania alternatywnych technik kontroli, takich jak zmianowanie upraw i odchwaszczanie mechaniczne. W Polsce, gdzie znajduje się około 1/3 europejskich sadów, Integrowana Produkcja Roślin jest jednym z głównych narzędzi

ograniczania stosowania pestycydów chemicznych i zależności od nich, a w szczególności stosowania bardziej niebezpiecznych pestycydów. Praktyki rolnicze ograniczające stosowanie pestycydów mają we Wspólnej Polityce Rolnej ogromne znaczenie, a plany strategiczne mają odzwierciedlać tę transformację i sprzyjać dostępowi do doradztwa.

Integrowana Produkcja jabłek i owoców jagodowych posiada szczególne rozwiązania na ochronę gleby przed nadmiarem składników pokarmowych w glebie, w szczególności na nadmiar azotu i fosforu, które wynikają z nadmiernej eksploatacji. Dzięki temu istotnie zmniejsza zanieczyszczenia powietrza, gleby i wody oraz pozytywnie wpływa na klimat. Jednocześnie w sadownictwie Integrowana Produkcja Roślin jest bardzo dobrym przygotowaniem producentów do rolnictwa ekologicznego, ponieważ bazuje w praktyce na podobnych zasadach, a podstawową różnicą jest możliwość używania pestycydów. **Powyższe oznacza, że edukacja w zakresie Integrowanej Produkcji Roślin wpływać będzie bezpośrednio także na rozwój sadownictwa ekologicznego.** Ponadto promocja jabłek i owoców jagodowych będzie miała pozytywny wpływ na dietę konsumentów na rynkach docelowych.

W ramach kampanii promowane będą następujące produkty wedle kodów CN: **jabłka** (0808 10), **borówka** (0810 40 50) **malina** (0810 20 10), **porzeczka czarna i czerwona** (0810 30 10 oraz 0810 30 30). Na potrzeby analizy statystyki i porównania powierzchni upraw rolniczych oraz zużycia nawozów w produkcji konwencjonalnej oraz ekologicznej analizowane będą także kategorie ORGCROP – F1110 jabłka (apples) oraz F3000 owoce jagodowe (kategoria berries – z wyłączeniem truskawek).

Kampania będzie **promować zrównoważone metody produkcji** dla w/w wymienionych owoców opierające się na wymogach określonych dla całej Unii Europejskiej w wymogach określonych w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego 2009/128/WE Art. 14 pkt. 4.

**Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji na realizację programu prostego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.**

### 3. Cele kampanii:

Cele programu nawiązują do art. 2 rozporządzenia 1144/2014 a w szczególności do:

- poszerzenia wiedzy o zaletach unijnych produktów rolnych (**rozumianych w niniejszej kampanii jako jabłka i owoce jagodowe**) i wysokich standardach mających zastosowanie do metod produkcji w Unii (**rozumianych w niniejszej kampanii jako integrowana produkcja będąca wstępem do ekologicznej produkcji jabłek oraz sama ekologiczna produkcja jabłek**);
- zwiększenie konkurencyjności i spożycia unijnych produktów rolnych (**rozumianych w tej kampanii jako jabłka i owoce jagodowe**) w Unii;

Ponadto w budowaniu celów programu istotne znaczenie mają poniższe cele wyznaczone w Strategii „Od pola do stołu”. Zgodnie z wnioskami przedstawionymi w analizie rynkowej oraz SWOT sadownictwo ma istotny wpływ na realizację poniższych celów strategicznych:

- zmniejszenie stosowania pestycydów chemicznych i związanych z nimi zagrożeń o 50 proc. do 2030 r.
- ograniczenie stosowania nawozów o co najmniej 20 proc. do 2030 r.
- zwiększenie powierzchni upraw ekologicznych do 2030 r. tak aby stanowiły one do 25 proc. powierzchni gruntów rolnych.

Jednocześnie jak wykazano w analizie rynkowej oraz analizie grup docelowych, jako podstawowe wyzwania ograniczające zarówno przechodzenie na Integrowaną Produkcję Roślin, jak i na sadownictwo ekologiczne są obawy sadowników wynikające z braku wiedzy lub też braku wiedzy nt. metod produkcji i dostępności produktów (np. odpowiednich odmian sadzonek owoców lub nawozów biologicznych).

Istotne jest także utrzymanie zaufania do systemu rolnictwa ekologicznego wśród konsumentów oraz zwiększenie ich wiedzy na temat Integrowanej Produkcji Roślin, która obecnie jest na bardzo niskim poziomie. Wyższa wiedza konsumentów wpłynie bowiem jak wykazano na zwiększenie popytu w dwóch kategoriach: zarówno premium (owoców ekologicznych) dla konsumentów zarabiających znacznie powyżej średniej oraz kategorii owoców produkowanych w systemie IPR.

Kluczowym aspektem pozwalającym na sukces programu będzie zatem wpływ na poziom wiedzy poprzez:

- niwelację barier edukacyjnych w grupie tworzącej podaż (sadownicy)
- zwiększenie wiedzy i chęci zakupu w grupach tworzących popyt (handlowcy, konsumenci)

**Dlatego głównymi celami programu będą:**

- **zwiększenie poziomu zaufania do integrowanej produkcji jabłek i owoców jagodowych wśród grupy B2B-A (sadownicy) o +20%**
- **zwiększenie poziomu zaufania do integrowanej produkcji jabłek i owoców jagodowych wśród pozostałych grup docelowych o +10%**

Wskazane cele zostały opracowane zgodnie z metodologią SMART i jednocześnie nawiązują do głównego celu tematu AGRIP-SIMPLE-2021-IM-SUSTAINABLE tj. podkreślają zrównoważenie środowiskowe rolnictwa na przykładzie sadownictwa w UE a także: ochronę bioróżnorodności w sadach i ich okolicy, zrównoważone wykorzystanie wody, gleb i zasobów naturalnych oraz zrównoważone spożycie (poprzez promocję owoców).

Weryfikacja poziomu wiedzy określonych w celach odbędzie się w oparciu o zestaw pytań, z których odpowiedź pozytywna na co najmniej 75% świadczyć będzie o wzroście poziomu wiedzy i zaufania. Finalna treść kwestionariusza badawczego zostanie opracowana z niezależną agencją badawczą – aczkolwiek zakłada się, że zbadane zostaną poziomy poniższych kluczowych wskaźników.

#### **4. Wartość przedmiotu zamówienia**

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi **1 463 224,76 brutto** (w tym koszty przygotowania i realizacji działań zaakceptowanych przez Komisję Europejską, obejmujących także wynagrodzenie organizacji wdrażającej).

Badania ewaluacyjne nie stanowią przedmiotu niniejszego zamówienia.

Wskazany budżet zawiera 23 % podatku VAT.



## 5. Podstawa prawna

5.1 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. 70<sup>1</sup>- 70<sup>5</sup>, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

5.2 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).

## 6. Termin realizacji zamówienia

- 6.1. Zamówienie realizowane będzie w okresie **36 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.
- 6.2. 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).

## 7. Zasady dotyczące udziału w postępowaniu

7.1 Postępowanie prowadzone jest w trzech etapach:

- I etap - zaproszenie do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu,
- II etap - negocjacje z oferentami spełniającymi wymogi formalno-prawne,
- III etap - zaproszenie do składania ofert na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię po których nastąpi wybór Wykonawcy.

ETAP	TERMIN
Publikacja zaproszenia do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu	28.10.2021
<b><u>Etap I</u></b> – Zaproszenie do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu	28.10.2021 - 5.11.2021
Otwarcie kopert złożonych w postępowaniu przetargowym	5.11.2021
Ogłoszenie wyników zakwalifikowania do II etapu postępowania przetargowego	5-8.11.2021
<b><u>Etap II</u></b> – Zaproszenie do negocjacji firm spełniających kryteria formalno-prawne	8.11.2021 - 12.11.2021
<b><u>Etap III</u></b> – Zaproszenie do składania ofert na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej – publikacja SIWZu	15.11.2021
<b>Otwarcie ofert</b>	<b>21.12.2021</b>
<b>Ogłoszenie wyników o wyborze Wykonawcy</b>	<b>22.12.2021</b>

7.2. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

7.3. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

7.4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

7.5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

## **8. I ETAP - ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA WNIOSKÓW O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU.**

### **8.1 W postępowaniu mogą wziąć udział Oferenci, spełniający następujące warunki formalno-prawne:**

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

8.3 Posiadają doświadczenie i wiedzę w realizacji kampanii informacyjnych i promocyjnych na rynkach zagranicznych zapewniające wykonanie umowy

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

8.5 Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym i ludzkim;

8.6 Posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;

8.7 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.

8.8 Nie podlegają wykluczeniu z procedury.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

### **8.9 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:

**8.9.1** Zrealizował w całości ( tj. przeprowadził działania i zakończył ich rozliczenie) co **najmniej 2 kampanie dotyczące produktów spożywczych** (kampania promująca i

informująca o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), na rynku lub rynkach zagranicznych w stosunku do siedziby Zamawiającego oraz każda **miała budżet co najmniej 5 000 000,00 PLN netto**;

**8.9.2** Zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia o charakterze wystawienniczym** (targi) na rynku lub rynkach zagranicznych o budżecie 100 000,00 PLN netto;

**8.9.3** Prowadził ciągłe (co najmniej przez okres 12 miesięcy) działania PR na rynku lub rynkach zagranicznych, składające się co najmniej ze stałego kontaktu z mediami, w tym z tworzenia i wysyłania informacji prasowych - monitoringu mediów;

**8.9.4** 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);

**8.9.5** 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.

## **8.10 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM**

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

**8.10.1 Osoba specjalizująca się w organizacji eventów** – posiada min. 3 lata 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.

**8.10.2 Osoba specjalizująca się w public relations** - posiada min. 3 lata 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.

**8.10.3 Osoba specjalizująca się w kreacji** – przygotowała samodzielnie lub nadzorowała przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikami i klientem) dla co najmniej 3 kampanii na rzecz branży spożywczej, z których co najmniej 1 była skierowana na rynek zagraniczny.

**8.10.4 Osoba zarządzająca projektem** – min. 8 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

unijnych, biegle posługuje się językiem angielskim oraz niemieckim w sposób komunikatywny.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

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

### **8.11 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWEJ OFERENTA**

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

**8.11.1** Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w skali roku kalendarzowego w wysokości min. 2 500 000,00 PLN (słownie: dwa miliony pięćset tysięcy złotych). W przypadku kiedy Oferent aplikuje w innym postępowaniu przetargowym ogłoszonym przez Zamawiającego zdolność kredytowa liczona jest dla każdego programu indywidualnie w wysokości min. 2 500 000,00 PLN.

**8.11.2** Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w kwocie minimum 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.

**8.11.3** Nie podlega wykluczeniu z procedury.

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

## **9. Z NINIEJSZEJ PROCEDURY WYKLUCZA SIĘ:**

- 9.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
- 9.2 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;
- 9.3 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;
- 9.4 Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub postugiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;
- 9.5 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- 9.6 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 1 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 8.

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

## **10. PODSTAWY ODRZUCENIA WNIOSEK**

### **Zamawiający odrzuca wniosek, jeżeli:**

- 10.1 Wniosek nie spełnia wymagań określonych w niniejszym zaproszeniu do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym;
- 10.2 Wniosek został złożony przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
- 10.3 Wniosek został złożony przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
- 10.4 Wniosek został złożony po terminie określonym w zaproszeniu do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym.

## **11. Dokumentacja wymagana w celu spełnienia warunków formalno-prawnych na etapie składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu (tj. I etapie):**

Oferent zobowiązany jest do złożenia w terminie wskazanym w pkt. 13 niniejszego zaproszenia do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt., „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię następujących dokumentów:

11.1 **Formularz wniosku** stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego zaproszenia. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum.

11.2 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 Zaproszenia do udziału w postępowaniu wskazanymi w pkt. 8.9, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczony za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie zostały wykonane należycie** (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). **Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użytych referencji oraz polegania na doświadczeniu podmiotów trzecich.** Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego odbiorcę usług. Wykaz zgodny z załącznikiem 4;

11.3 **Opis zespołu Oferenta** potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. 8.10;

11.4 **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. 2 500 000 PLN (słownie: dwa miliony pięćset tysięcy złotych), wydane przez bank lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowej nie starsze niż 3 miesiące od daty złożenia Oferty zgodne z wymogami wskazanymi w pkt. 8.11.1. 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. Sprawozdanie finansowe, a jeżeli podlega ono badaniu przez biegłego rewidenta zgodnie z przepisami o rachunkowości również z opinią odpowiednio o badanym sprawozdaniu albo jego części, a w przypadku Oferentów niezobowiązanych do sporządzania sprawozdania finansowego innych dokumentów określających obroty (w wysokości nie mniejszej niż 2 mln PLN netto w każdym roku) oraz zobowiązania i należności - za okres nie dłuższy niż ostatnie trzy lata obrotowe, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - za ten okres. W przypadku, kiedy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z nich.
- c. 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.
- d. 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.

- e. 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.
- f. 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.
- g. 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;

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

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

## **12. Wykonawcy, którzy zostaną zaproszeni do II etapu:**

12.1 Spośród Wykonawców, którzy złożą wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu wraz z oświadczeniami i wszystkimi dokumentami żdanymi przez Zamawiającego, do II etapu postępowania zostaną zaproszeni wszyscy Oferenci spełniający warunki udziału w postępowaniu określone w pkt.8.

12.2 Wykonawca, który nie zostanie zaproszony do II etapu postępowania będzie traktowany jako wykluczony z postępowania.

### **UWAGA!**

**Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty zgodnie z metodą zerojedynkową (tabela oceny stanowi Załącznik 2 do niniejszego dokumentu).**

## **13. Sposób, termin i miejsce składania dokumentów**

a. Dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu przetargowym, o których mowa powyżej, muszą być przedstawione w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę. Wnioski oraz wymagane dokumenty muszą być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy;

b. Do dokumentów musi być dołączony czytelnie wypełniony i podpisany przez osoby uprawnione do reprezentacji Wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu (będący **Załącznikiem 1** do niniejszego dokumentu);

c. Jeżeli prawo do reprezentacji i podpisywania dokumentów w postępowaniu przetargowym nie wynika z dokumentów rejestrowych Wykonawcy, do wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy dołączyć oryginał pełnomocnictwa lub kopię pełnomocnictwa poświadczoną za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę;

d. Wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym, wraz ze wszystkimi dokumentami, o których mowa powyżej, należy przesać kurierem, listem poleconym za potwierdzeniem odbioru lub dostarczyć osobiście na adres:

**ZWIĄZEK SADOWNIKÓW RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

**ul. Sportowa 4a /10**

**05-600 Grójec**

Koperta musi być opatrzona opisem

**„NIE OTWIERAĆ PRZED 05.11.2021r. PRZED GODZ. 12.00 –**

**Trzyletnia kampania informacyjno-edukacyjna dotycząca jabłek i owoców jagodowych  
pt. „ Czas na zrównoważoną produkcję owoców”  
skierowana na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię  
(postępowanie przetargowe - I etap)”.**

Ostateczny termin składania wniosków wraz z dokumentacją upływa  
**05.11.2021 roku, o godz. 12.00.**

**Ofertę uważa się za złożoną w terminie, jeżeli wpłynęła do siedziby  
Związku Sadowników Rzeczpospolitej Polskiej  
w terminie do 05 listopada 2021 r., do godz. 12.00.**

Osobą uprawnioną do bezpośredniego kontaktowania się z Wykonawcami jest:

**Agnieszka Dywan, tel.602 324 073, mail: [biuro@polskiesadownictwo.pl](mailto:biuro@polskiesadownictwo.pl)**

**14. II ETAP - NEGOCJACJE Z OFERENTAMI SPEŁNIAJĄCYMI WYMOGI FORMALNO-PRAWNE**

Do negocjacji zaproszeni zostaną oferenci spełniający wymogi formalno-prawne, o których mowa w pkt.8 Zaprośzenia do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię.

Podczas negocjacji od Oferentów wymagane jest:

- zaprezentowanie działalności firmy Oferenta;
- zaprezentowanie Zespołu z uwzględnieniem osób dedykowanych do programu w tym zakresie ich zadań w aktualnie koordynowanych przez nich działaniach;
- zaprezentowanie sytuacji finansowej firmy, wraz z informacją na temat możliwości finansowania działań kampanii;

Zamawiający podczas negocjacji przybliży Oferentom oczekiwania dotyczące realizacji działań w ramach programu.

**Planowany czas negocjacji z jednym Oferentem – 1, 5 godziny, w tym:**

- 45 min. na prezentację Oferenta,
- 45 min. na pytania i odpowiedzi dotyczące programu

## **15. III ETAP - ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT PROGRAMU INFORMACYJNO-EDUKACYJNEGO.**

**15.1** Oferenci spełniający wymogi formalno-prawne, o których mowa w pkt. 8 oraz uczestniczący następnie w negocjacjach na wyżej opisanych zasadach zostaną zaproszeni do składania oferty na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej.

### **16. Informacja o przetwarzaniu danych osobowych:**

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej jako „RODO”, wszystkie osoby, które ubiegają się o udzielenie zamówienia/ złożyły ofertę. Zamawiający informuje, że:

#### **a) Administrator danych osobowych**

Administratorem, czyli podmiotem decydującym o celach i środkach przetwarzania Pani/Pana danych osobowych, jest Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej zwany dalej jako „Administrator”, z siedzibą w Grójcu. Z administratorem może się Pani/Pan skontaktować poprzez adres e-mail: [biuro@polskiesadownictwo.pl](mailto:biuro@polskiesadownictwo.pl) lub pisemnie na adres korespondencyjny: Sportowa 4a/10 05-600 Grójec .

#### **b) Cele i podstawy prawne przetwarzania danych osobowych**

Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą w celach związanym z postępowaniem przetargowym na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych

pt., „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię w celach związanych z realizacją obowiązków administratora, które wynikają z obowiązujących przepisów prawa.

Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą także w celu realizacji obowiązku prowadzenia ewidencji korespondencji i archiwizacji dokumentacji zgodnie z ustawą z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. z 2020 r. poz. 164 z późn. zm.).

#### **c) Odbiorcy danych osobowych**

Pani/Pana dane będą udostępniane ARiMR/KOWR w związku z ubieganiem się przez Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej o dofinansowanie na realizację programu prostego pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców”. Ograniczenie dostępu do Pani/Pana danych, o których mowa wyżej może wystąpić jedynie w szczególnych przypadkach, jeśli jest to uzasadnione ochroną prywatności.

Pani/Pana dane osobowe mogą być udostępniane innym osobom lub podmiotom, jeżeli obowiązek taki będzie wynikać z przepisów prawa.

Do Pani/Pana danych mogą też mieć dostęp podmioty przetwarzające dane w naszym imieniu, np. podmioty świadczące pomoc prawną, usługi informatyczne, usługi niszczenia dokumentów, jak również inni administratorzy danych osobowych przetwarzający dane we własnym imieniu, np. podmioty prowadzące działalność pocztową lub kurierską.

#### **d) Okres przetwarzania danych osobowych**

Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane przez okres przewidziany przepisami prawa w tym zakresie, w tym przez okres przechowywania dokumentacji określony w przepisach powszechnych i uregulowaniach wewnętrznych Administratora w zakresie archiwizacji dokumentów, okres przedawnienia roszczeń przysługujących Administratorowi i w stosunku do niego.

#### **e) Informacja o wymogu/dobrowolności podania danych osobowych**

Podanie Pani/Pana danych osobowych w związku z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia ma charakter dobrowolny, ale jest niezbędne do wzięcia w nim udziału.

#### **f) Prawa osób, których dane dotyczą**

Zgodnie z RODO przysługuje Pani/Panu:

- 1) prawo dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii;
- 2) prawo do sprostowania (poprawiania) swoich danych;

- 3) prawo do usunięcia danych osobowych, w sytuacji, gdy przetwarzanie danych nie następuje w celu wywiązania się z obowiązku wynikającego z przepisu prawa lub w ramach sprawowania władzy publicznej;
- 4) prawo do ograniczenia przetwarzania danych, przy czym przepisy odrębne mogą wyłączyć możliwość skorzystania z tego prawa.

Jeżeli chce Pani/Pan skorzystać z któregośkolwiek z tych uprawnień, prosimy o kontakt ze Związkiem Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej, wskazany w pkt 2 lub pisemnie na adres korespondencyjny, wskazany w pkt 1.

Zgodnie z RODO, każdej osobie, której dane są przetwarzane przysługuje prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

**g) Zautomatyzowane podejmowanie decyzji i przekazywanie danych do państw trzecich**

W oparciu o Pani/Pana dane osobowe administrator nie będzie podejmował wobec Pani/Pana zautomatyzowanych decyzji, w tym decyzji będących wynikiem profilowania.

Administrator nie przewiduje przekazywania Pani/Pana danych osobowych do państwa trzeciego (tj. państwa, które nie należy do Europejskiego Obszaru Gospodarczego obejmującego Unię Europejską, Norwegię, Liechtenstein i Islandię) ani do organizacji międzynarodowych.

**Załączniki:**

Załącznik 1 – Wzór wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu.

Załącznik 2 – Tabela oceny.

Załącznik 3 – Projekt Istotnych postanowień umowy (IPU).

Załącznik 4 – Wykaz zrealizowanych kampanii

**Wszystkie szczegółowe warunki przystąpienia do postępowania przetargowego znajdują się w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia przekazanej w zaproszeniu do składania ofert na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie, tj. w III etapie Oferentom, którzy spełnią warunki formalno-prawne zawarte w niniejszym Zaproszeniu i wezmą udział w negocjacjach.**