

## **ZAPROSZENIE**

**do składania wniosków**

**o dopuszczenie do udziału w postępowaniu przetargowym**

**na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii  
informacyjno-promocyjnej dotyczącej jabłek  
pt. „Czas na jabłka z Europy”  
skierowanej na rynki krajów trzecich: Egipt i Jordanię**

**Zamawiający:**

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

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

Grójec, dn. 04.11.2012r.

## 1. Informacje o zamawiającym

Organizacją Inicjującą jest **Związek Sadowników Rzeczypospolitej 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-promocyjnej dotyczącej jabłek pt. „Czas na jabłka z Europy” na rynkach Egiptu i Jordanii (dalej również program lub kampania).**

„Czas na jabłka z Europy” to trzyletni projekt skierowany na rynek Egiptu i Jordanii, którego celem jest promocja jabłek. Projekt będzie kontynuacją kampanii prowadzonej w Egipcie i Algierii w latach 2017-2019. Poprzednia kampania przyczyniła się do znacznego poszerzenia świadomości na temat zalet i bezpieczeństwa jabłek z UE (np. +32% wzrost eksportu jabłek z UE (2018) i +11, 5% wzrost pozytywnych opinii o jabłkach z UE w grupie importerów i dystrybutorów oraz +6% w grupie konsumentów w Egipcie).

Kampania koncentruje się na dwóch perspektywicznych rynkach jabłek w regionie Egiptu i Jordanii. Egipt jest już głównym partnerem handlowym Polski w zakresie jabłek w krajach trzecich; kraj ten wykazuje ogromny potencjał wzrostu. Jordania ma dobrą perspektywę wzrostu importu jabłek z UE. Główne cele projektu ukierunkowane są na zwiększenie eksportu jabłek z UE oraz zwiększenie świadomości grup docelowych o zaletach produkcji jabłek w UE – zwłaszcza w zakresie Integrowanej Produkcji Roślinnej i produkcji ekologicznej. Kampania opiera się na zrównoważonych działaniach B2B i B2C, co wpływa na podaż i zwiększenie popytu na jabłka europejskie.

Poprzednia kampania odniosła duży sukces pod względem wzrostu poziomu eksportu. Kontynuacja jest niezbędna w celu podniesienia świadomości korzyści płynących z jabłek pochodzących z UE, promocji rygorystycznych norm stosowanych w Unii w zakresie metod produkcji jabłek oraz zwiększenia konkurencyjności i konsumpcji jabłek z UE w Egipcie i Jordanii.

Projekt będzie skoncentrowany na celu ogólnym opisanym w art. 2 pkt 2 lit. b) Rozporządzenia 1144/2014 (UE) – co oznacza: *zwiększenie konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów rolnych (jabłek) (...) podniesienie ich rangi zarówno (...) poza Unią – w tym przypadku w Egipcie i Jordanii.*

Polska jest głównym producentem jabłek w Europie, w którym znajduje się 1/3 europejskich sadów. Jednocześnie Egipt i Jordania są jednymi z najbardziej obiecujących kierunków eksportu jabłek, zwłaszcza dla polskich producentów jabłek, którzy wciąż cierpią z powodu rosyjskiego zakazu.

Kampania będzie dalej podkreślać zrównoważenie środowiskowe produkcji jabłek w UE, jednocześnie odnotowując jej korzystny wpływ na klimat i środowisko. Projekt poinformuje o specyfice unijnych metod produkcji rolnej – jaką jest Integrowana Produkcja Roślin i jej pozytywnym wpływie na klimat. Należy podkreślić, że w Polsce już ok. 60% produkcji jabłek jest zorganizowana w metodyce Integrowanej Produkcji Roślinnej. Zgodnie ze Strategią „Od pola do stołu” „*promocja metod rolniczych, które ograniczają stosowanie pestycydów poprzez WPR, będzie miała największe znaczenie, a Plany Strategiczne powinny odzwierciedlać to przejście i promować dostęp do porad*”.<sup>1</sup> Plan zintegrowanej produkcji (IPP), w przypadku jabłek, skupia się na wykorzystaniu alternatywnych technik kontroli, takich jak płodozmian i odchwaszczanie mechaniczne. Zmniejsza również stosowanie i zależność od pestycydów chemicznych w ogóle, a w szczególności stosowanie bardziej niebezpiecznych pestycydów. Zintegrowany plan produkcji stanowi także dobrą bazą (i zachętą dla wielu producentów) do przejścia z produkcji konwencjonalnej na ekologiczną. Ponadto, metodologia zawiera ścisłe ograniczenia dotyczące minimalizacji stosowania nawozów i chemicznych pestycydów, racjonalnego korzystania z wody i promowania bioróżnorodności oraz specjalnych odmian jabłek, odpornych na zmiany klimatyczne. Ważnym czynnikiem w IPP jest również proces redukcji CO<sub>2</sub> przez drzewa w sadach jabłoniowych. Zrównoważonej produkcji rolnej w Polsce sprzyja stosunkowo czyste

środowisko (woda, gleba) oraz bogactwo gruntów pod zabudowę. Rolnictwo w Polsce od lat jest bliskie produkcji ekologicznej. Zdecydowana większość gospodarstw to małe, rodzinne gospodarstwa, mające kilka lub kilkanaście lat. W przeciwieństwie do innych krajów byłego bloku wschodniego w Polsce po II wojnie światowej nie było powszechnej kolektywizacji rolnictwa. W małych, ekstensywnych gospodarstwach środki produkcji, zwłaszcza nawozy i pestycydy, wprowadzono kilkadziesiąt lat później niż w Europie Zachodniej, USA i innych krajach wysoko uprzemysłowionych. Dzięki temu Polska ma dziś mniej zanieczyszczonej gleby i wody w porównaniu z tymi krajami.<sup>2</sup> Wszystkie te aspekty zostaną również podkreślone w Przesłaniach Projektu, aby skupić się na zrównoważonym rozwoju produkcji jabłek w Europie. Dodatkowo promocja jabłek będzie miała pozytywny wpływ na dietę konsumentów na rynkach docelowych, zgodnie z wytycznymi WHO, w których konsumpcja produktów roślinnych (także jabłek) ma kluczowe znaczenie.

**Kampania będzie skierowana do dwóch głównych grup docelowych:**

- TG1 - KONSUMENTY, PROFESJONALIŚCI (np. SZEFOWIE KUCHNI) I LIDERZY OPINII (np. dziennikarze, blogerzy): ogólnie, biznes, branża spożywcza, owocowa, HoReCa, detaliczna i dla smakoszy, kucharze, przedstawiciele organizacji i stowarzyszeń branżowych, przedstawiciele organizacji owocowych i detaliści, jednostki rządowe i okołobiznesowe, odpowiedzialne za import żywności, usługi fitosanitarne.
- TG2 - IMPORTERZY OWOCÓW I HURTOWNIE W SEKTORZE Ż&N: dystrybutorzy owoców, importerzy, hurtownicy, sieci dystrybucji, catering (hotele, restauracje itp.), stowarzyszenia importerów.

**Strategia skupia się na dwóch głównych filarach:**

- EDUKACJA w zakresie TG1 i TG2 – w tej sekcji Program skupi się głównie na korzyściach jabłek z UE oraz informacjach o metodzie uprawy jabłek w UE (wpływ na ogólny wzrost spożycia jabłek).
- ZWIĘKSZANIE RELACJI B2B w zakresie TG2 – w tej sekcji Program skupi się na relacjach biznesowych zwiększenie udziału w rynku jabłek z UE.

### **Planowane działania komunikacyjne będą koncentrować się na:**

- Promocja TG1 w Internecie i mediach społecznościowych / strona internetowa / public relations / narzędzia komunikacji
- Obecność TG2 na targach biznesowych / misja gospodarcza / public relations / strona internetowa / promocja w internecie i mediach społecznościowych / narzędzia komunikacji

Główny nacisk zostanie położony na reklamę internetową i media społecznościowe, które na obu rynkach rozwijają się najszybciej i są bardzo skuteczne w precyzyjnych narzędziach targetowania.

**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:**

Główne cele kampanii to:

- Zwiększenie wolumenu eksportu ponad naturalny trend o +15% w każdym kraju (wpływ ekonomiczny).
- Zwiększenie wiedzy o zaletach jabłek UE i ich zrównoważonej produkcji o +10% (wpływ na świadomość).

Jednym z głównych celów rocznego programu prac na 2021 r. rozporządzenia (UE) nr 1144/2014 jest zwiększenie liczby działań skierowanych do państw trzecich o największym potencjale wzrostu. Egipt i Jordania są bardzo perspektywicznymi rynkami dla eksporterów jabłek z UE (Egipt z wyjątkiem własnej populacji 102 mln (2020) 45 ma 339 MM konsumentów w promieniu 500 km). Oba kraje wykazują duży potencjał wzrostu w zakresie eksportu jabłek z UE.

W ramach kampanii będą realizowane trzy główne cele wymienione w rozporządzeniu (UE) nr 1144/2014:

- a) Zwiększenie świadomości zalet JABŁEK UE oraz wysokich standardów stosowanych w metodach produkcji w UE.
- b) Zwiększenie konkurencyjności i konsumpcji unijnych JABŁEK oraz podniesienie ich rangi w EGIPCIE I JORDANII.
- c) Zwiększenie udziału w rynku unijnych JABŁEK, koncentrując się w szczególności na tych rynkach w państwach trzecich, które mają największy potencjał wzrostu (EGIPT I JORDANIA).

Wyznaczone cele akcji bezpośrednio nawiązują do artykułu 2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady 1144/2014 (UE) nr 1144/2014. Akcja **zwiększy konkurencyjność sektora rolnego UE na planowanych rynkach docelowych – Egipcie i Jordanii pod względem sektora jabłek.**

Dotyczy to w szczególności:

- **podniesienia świadomości o zaletach produktów rolnych UE (jabłka)** oraz wysokich norm stosowanych w Unii w odniesieniu do metod produkcji jabłek (metody produkcji rolnej jabłek i normy bezpieczeństwa podczas produkcji i transportu do Egiptu i Jordanii) wśród ogółu społeczeństwa, liderów opinii oraz w sektorach handlu.
- **podniesienia świadomości na temat europejskich praktyk żywieniowych** pod względem spożycia jabłka jako właściwej praktyki dietetycznej, jako „1 z 5 dziennych porcji warzyw i owoców”.
- zwiększenia konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów rolnych (jabłek) oraz zwiększenia ich widoczności poza Unią.

**Ponadto, kampania ma na celu:**

- dostarczyć informacji na temat europejskich standardów produkcji, jakości i bezpieczeństwa europejskich produktów spożywczych oraz europejskich praktyk i kultury żywieniowej,
- wypromować wizerunek produktów europejskich na rynkach międzynarodowych, zwiększy świadomość produktów europejskich wśród egipskich, jordańskich i międzynarodowych klientów,

co stanowi realizację celów określonych w art. 3 ust. 1 lit. C) Rozporządzenie delegowanego Komisji 2015/1829.

Celem ogólnym kampanii pt. „Czas na jabłka z Europy” jest zwiększenie konkurencyjności unijnego sektora rolnego w zakresie jabłek. Podczas gdy Polska obejmuje prawie 1/3 produkcji jabłek, unijny wymiar tej działalności będzie miał znaczący wpływ na eksporterów z UE (zwłaszcza na Polskę, Francję i Włochy, które obejmują 59% produkcji jabłek w UE).

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

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi 2 568 544,00 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 jabłka z Europy” skierowanej na rynki krajów trzecich: Egipt i Jordanię, po których nastąpi wybór Wykonawcy.

ETAP	TERMIN
Publikacja zaproszenia do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu	04.11.2021
<b><u>Etap I</u></b> – Zaproszenie do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu	04.11.2021 - 17.11.2021
Otwarcie kopert złożonych w postępowaniu przetargowym	17.11.2021
Ogłoszenie wyników zakwalifikowania do II etapu postępowania przetargowego	17-18.11.2021
<b><u>Etap II</u></b> – Zaproszenie do negocjacji firm spełniających kryteria formalno-prawne	18.11.2021 - 19.11.2021
<b><u>Etap III</u></b> – Zaproszenie do składania ofert na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej – publikacja SIWZu	22.11.2021
<b>Otwarcie ofert</b>	<b>28.12.2021</b>
<b>Ogłoszenie wyników o wyborze Wykonawcy</b>	<b>29.12.2021</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 możliwość 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 co najmniej 6 misji gospodarczych na rynkach krajów trzecich .

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 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.

## **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.

**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 postęgowali 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 WNIOSKU**

**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- promocyjnej dotyczącej jabłek pt., „Czas na jabłka z Europy” skierowanej na rynki krajów trzecich: Egiptu i Jordanii 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 zorganizowanych misji gospodarczych, **zgodnie z wymogami**

**niniejszego Zaproszenia do udziału w postępowaniu**, 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 poleganiu 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. 2 500 000,00 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 żądanymi 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 zerojedynekową (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 przesłać 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 17.11.2021r. PRZED GODZ. 12.00 –**

**Trzyletnia kampania informacyjno-promocyjna dotycząca jabłek**

**pt. „ Czas na jabłka z Europy”**

**skierowana na rynki krajów trzecich: Egipt i Jordanię**

**(postępowanie przetargowe - I etap)”**.

Ostateczny termin składania wniosków wraz z dokumentacją upływa

**17.11.2021 roku, o godz. 12.00.**

**Ofertę uważa się za złożoną w terminie, jeżeli wpłynęła do siedziby**

**Związku Sadowników Rzeczpospolitej Polskiej**

**w terminie do 17 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-promocyjnej dotyczącej jabłek pt. „Czas na jabłka z Europy” skierowanej na rynki krajów trzecich: Egipt i Jordanię.

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-PROMOCYJNEGO.**

**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-promocyjnej.

#### **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 związanych z postępowaniem przetargowym na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek pt. „Czas na jabłka z Europy” skierowanej na rynki krajów trzecich: Egipt i Jordanię 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 jabłka z Europy”. 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, w III etapie Oferentom, którzy spełnią warunki formalno-prawne zawarte w niniejszym Zaproszeniu.**