

**Specyfikacja istotnych warunków zamówienia w III etapie postępowania
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
15.11.2021r.**

ZAMAWIAJĄCY:

Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej z siedzibą ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec
Osoba do kontaktu: Agnieszka Dywan tel. 602 324 073

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
- "Niezwykłe właściwości zwykłych owoców"; 2015-2018; Polska, Czechy, Finlandia, Austria, Szwecja
- "Jabłka każdego dnia", 2012-2015, Rosja i Ukraina

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 rozliczenia 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 jest trzyetapowo i obejmuje:

2.3.1 **Etap pierwszy:** opublikowanie zaproszenia o dopuszczenie do udziału w postępowaniu na stronie www.polskiesadownictwo.pl, w siedzibie Zamawiającego ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec w miejscu publicznie dostępnym, dostarczenie zapytania do co najmniej 3 potencjalnych oferentów, oraz publikacja na stronach np.: <https://www.oferteo.pl/>, <https://www.oferty-biznesowe.net/>, <https://www.biznes-polska.pl/>, komisyjne otwarcie ofert, ocena formalno-prawna Oferentów, zaproszenie Oferentów spełniających wymogi formalno-prawne do II etapu, tj. negocjacji – postępowanie zakończone;

2.3.2 **Etap drugi:** negocjacje z oferentami spełniającymi wymogi formalno-prawne- postępowanie zakończone;

2.3.3 **Etap trzeci:** opublikowanie zaproszenia do składania ofert programu informacyjno-edukacyjnego **na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „ Czas na zrównoważoną produkcję owoców”, po którym nastąpi wybór Wykonawcy) – w niniejszym etapie biorą udział wyłącznie Oferenci, którzy złożyli wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców”;**

2.4 Komisyjne otwarcie ofert po I i III etapie.

2.5 Wybór najkorzystniejszej oferty i Wykonawcy po III etapie.

2.6 Opublikowanie wyników postępowania,

2.7 Powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty.

2.8 Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

2.9 Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

2.10 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

2.11 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

2.12 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w pkt. 7 niniejszego dokumentu, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

2.13 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.

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

2.15 **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]:



Co-funded by the
European Union

Lub



Co-funded by 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: **„Czas na zrównoważoną produkcję owoców”**
 - 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>

2.16 Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej - **Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej**:



2.17 Informacje, o których mowa w pkt. 2.15 i 2.16 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.

2.18 Oferent zobowiązuje się do informowania o sposobie finansowania Zadania w odpowiedni sposób, w szczególności poprzez zamieszczenie informacji w brzmieniu zawartym w pkt. 2.15 i 2.16 w wydawanych w ramach Zadania publikacjach i materiałach informacyjnych,

3. 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) wedle wytycznych i założeń określonych w niniejszym SIWZ.

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 **1 463 224,76 EUR brutto** (w tym koszty przygotowania i realizacji działań zaakceptowanych przez Komisję Europejską i opisanych w Załączniku nr 2 do niniejszej Specyfikacji, obejmujących także wynagrodzenie organizacji wdrażającej).

Badania ewaluacyjne nie stanowią przedmiotu zamówienia.

Wskazany budżet zawiera 23 % podatku VAT.

5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1 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.

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. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY *dotyczącej przygotowania 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.

6.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

6.1.1 Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz opisem programu stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej specyfikacji.

6.1.2 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.

- 6.1.3 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 poświadczonych 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 poświadczonych notarialnie.
- 6.1.4 Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- 6.1.5 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.
- 6.1.6 Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
- 6.1.7 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.
- 6.1.8 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.
- 6.1.9 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.
- 6.1.10 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.

6.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY na *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 (tj. w III etapie).

Oferent zobowiązany jest do złożenia w terminie wskazanym w pkt. 7 niniejszej specyfikacji oraz w formie określonej w tejże specyfikacji następujących dokumentów:

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

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

- key visual, składający się z przykładowych projektów:
 - przykładowy projekt reklamy outdoor,
 - przykładowy projekt banneru do Internetu,
 - przykładowy projekt torby materiałowej,
 - przykładowy projekt długopisu,
 - przykładowy profil Facebook,
- przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 40m²
- 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 2 „Opis programu”.

7 TERMIN, MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT na 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 (tj. III etap)

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 (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 trzyletniej kampanii informacyjno- edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych</p> <p>pt. „ Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE:</p> <p>Polskę, Niemcy i Austrię</p> <p>(postępowanie przetargowe - III etap)</p> <p>Nie otwierać przed godz. 12:00 w dniu 22.12.2021r.</p> <p>Dane Oferenta:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego: Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej, ul. Sportowa 4a/10, 05-600 Grójec do dnia **22.12.2021r. 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 22.12.2021 r. o godzinie 12.15 w siedzibie Zamawiającego, pod adresem:

Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej

Ul. Sportowa 4a/10

05-600 Grójec

Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

8 WADIUM

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

8.2 Wadium może być wnoszone w następujących formach:

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

8.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 8.1 do 8.2 musi być załączony do oferty w formie oryginału.

8.4 W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego: Związek Sądowników Rzeczypospolitej Polskiej

Nazwa banku: Bank Spółdzielczy w Górcju

Numer rachunku: 81 9128 0002 2001 0014 1862 0001

8.5 Dowód wniesienia wadium należy załączyć do składanej oferty.

8.6 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).

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

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

8.9 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.

9 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	20%	20 pkt
K2. Kreacja dla kampanii	35%	35 pkt
K3. Zasięg (liczony na post) postów na Facebook, (Polska)	20%	20 pkt
K4. Zasięg (liczony na post) postów na Facebook, (Niemcy i Austria)	10%	10 pkt
K5. Dodatkowe działania bezkosztowe - ich wartość i efektywność	15%	15 pkt
Razem	100%	100 pkt

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 2 do SIWZ przeznaczonych dla Organizacji Wdrażającej wyrażonych w EUR brutto.

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

Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert

$$K1 = \text{-----} \times 20 \text{ pkt}$$

Koszty zaproponowane w rozpatrywanej ofercie

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 20 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 35 pkt) dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej następujące obszary:

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Key visual, przykładowe: - projekt reklamy outdoor- tablice redukcji CO2 - projekt banneru do Internetu - projekt torby materiałowej - projekt długopisu - profil Facebook, YouTube	- dostosowanie projektu do promowanego produktu tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych adekwatnych do tematyki, wielkości i rodzaju czcionek (0-3) - powiązanie projektu z hasłem kampanii „Czas na zrównoważoną produkcje owoców” tj. uwzględnienie równowagi ze środowiskiem naturalnym oraz zapotrzebowaniem lokalnej społeczności (0-4)	0-7
2. Przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 40m2	- atrakcyjność stoiska (kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych i ekologicznych elementów tj. naturalnych przyciągających uwagę odwiedzających) (0-5) - funkcjonalność stoiska - wygodny podział stoiska zawierający część do rozmów, optymalne rozplanowanie przestrzeni, zaplecze stoiska (0-2)	0-7
3. Przykładowy projekt katalogu edukacyjnego (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 B2B-A i B2B-B (0-4)	0-7
4. Przykładowy projekt funkcjonalny strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona) (grafika+treść)	- dostosowanie projektu do grup docelowych (0-3) - 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)	0-7
5. Przykładowy projekt reklamy prasowej (dla wszystkich grup docelowych)	- dostosowanie zaproponowanej reklamy prasowej do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-3) - atrakcyjność wizualna (kolorystyka przyciągająca uwagę, czytelna grafika), wkomponowanie promowanej tematyki i treści w elementy projektu graficznego (0-4)	0-7

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

$$K2 = \frac{\text{Suma indywidualnych ocen (1-35) członków Komisji przyznanych ofercie ocenianej}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej oceny ocenianej oferty}}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 35 pkt.

KRYTERIUM 3 Zasięg kampanii na Facebook –u (Polska)

Zasięg kampanii na Facebook (Polska) (min. 800 000) tj. **zapewnienie dotarcia do określonej liczby użytkowników, która zobaczy posty przygotowane w ramach programu pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię”.**

W ramach kryterium oceniana będzie liczba odbiorców, do których dotrą posty (min. 800 000).

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

$$K3 = \frac{\text{Proponowany przez danego oferenta zasięg kampanii na Facebook-u (Polska)}}{\text{Największy zaproponowany zasięg kampanii na Facebook-u (Polska) wśród złożonych ofert}} \times 20 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 20 pkt

KRYTERIUM 4 Zasięg kampanii na Facebook-u (Niemcy i Austria)

Zasięg kampanii na Facebook-u (Niemcy i Austria) (min. 400 000) tj. **zapewnienie dotarcia do określonej liczby użytkowników, która zobaczy posty przygotowane w ramach programu pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię”.**

W ramach kryterium oceniana będzie liczba odbiorców, do których dotrą posty (min. 400 000).

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

$$K4 = \frac{\text{Proponowany przez danego oferenta zasięg kampanii na Facebook-u (Niemcy i Austria)}}{\text{Największy zaproponowany zasięg kampanii na Facebook-u (Niemcy i Austria) wśród złożonych ofert}} \times 10 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 10pkt

KRYTERIUM 5 Dodatkowe działania bezkosztowe – ilość i ich efektywność/ jakość

Dodatkowe działania bezkosztowe (min. 3 działania dodatkowe) , które:

- będą w swym założeniu uzupełnieniem działań zawartych w opisie programu stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;
- będą działaniami spójnymi w stosunku do strategii wskazanej w Załączniku nr.1 i stanowią dodatkową wartość mającą na celu osiągnięcie założeń kampanii;
- będą innowacyjne i oryginalne, oraz lub skierowane do konkretnej grupy docelowej;

Zaproponowane dodatkowe działania bezkosztowe należy uzupełnić o szczegółowy kosztorys oraz opis, w którym Oferent powinien wskazać, do jakiej grupy docelowej jest skierowane, a także zaprezentować ich efekty, oraz zasięgi.

Każde dodatkowe działanie bezkosztowe przedstawione przez Oferenta będzie podlegało ocenie przez każdego z członków Komisji w kontekście ich wartości rynkowej.

Przykładowo:

Lp.	Obszar oceny	Punktacja
1.	Ilość dodatkowych zaproponowanych działań ujętych w ramach budżetów przedstawionych w programie	0-6
2.	Wartość rynkowa zaproponowanych działań dodatkowych	0-6
3	Efektywność zaproponowanych działań dodatkowych dla realizacji celów kampanii	0-3

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

$$K5 = \frac{\text{Suma indywidualnych ocen (1-15) członków Komisji przyznanych ofercie ocenianej}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej oceny ocenianej oferty}}$$

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 (Polska) “

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

K5 - Dodatkowe działania bezkosztowe – ilość i efektywność”

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

10. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli:

- 10.1 Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszym SIWZ-ie.;
- 10.2 Oferta została złożona po terminie określonym w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- 10.3 Oferta została złożona przez Oferenta, który nie brał udziału/ nie złożył wniosku 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 tj. nie spełnił kryteriów formalno – prawnych w I etapie i nie wziął udziału w negocjacjach w II etapie)
- 10.4 *Oferent nie wniósł wadium* zgodnie z wymogami określonymi w pkt. 8 niniejszego SIWZ-u.

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

11 HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja i wysłanie zaproszenia do składania ofert – **15.11.2021r.**
- Termin na składanie ofert – **22.12.2021r. godz. 12:00**
- Otwarcie ofert – **22.12.2021r. godz. 12:15**
- Ocena ofert – **od 22.12.2021r. do 23.12.2021r.** (Doprecyzowanie niejasności/ czas na ewentualne uzupełnienie dokumentacji przetargowej nie wpływające na jakość oferty.)
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania – **23.12.2021 r. do godz. 16.00**

12 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.

13 ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

13.1 Zawarcie umowy z Oferentem nastąpi najpóźniej w terminie do 14 dni od podpisania umowy Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych.

13.2 Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy - w wysokości 5 % wartości brutto przedmiotu umowy, określonej w pkt 4, tj. w kwocie **73 161,23 EURO (słownie: siedemdziesiąt trzy tysiące sto sześćdziesiąt jeden 23/100 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.

13.3 Zabezpieczenie można wnieść w formie:

- a. poręczenia bankowego lub poręczenia SKOK;
- b. gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej;
- c. weksla.

13.4 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.

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

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

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

13.8 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 terminowości 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.

14 Realizacja trzyletniej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” skierowanej na wewnętrzne rynki UE: Polskę, Niemcy i Austrię

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

15 SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

- 15.1 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.
- 15.2 Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
- 15.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
- 15.4 Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronach www.polskiesadownictwo.pl, i np. <https://www.oferteo.pl/>, <https://www.oferty-biznesowe.net/>, <https://www.biznes-polska.pl/>, w siedzibie ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec, w miejscu publicznie dostępnym oraz zostanie dostarczona do wszystkich potencjalnych oferentów, których otrzymali SIWZ.
- 15.5 Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
- 15.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: Agnieszka Dywan e-mail: biuro@polskiesadownictwo.pl lub tel. 602 324 073.

16. INFORMACJA O PRZETWARZANIU DANYCH

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 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 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 Sadowników 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 Sadowników 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 nr 1 – Wzór formularza ofertowego
- Załącznik nr 2 - Opis programu
- Załącznik nr 3 – Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)