

Warszawa, 07.09.2020

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

***PROMOCJA PRODUKTÓW WYTWARZANYCH PRZEZ GRUPĘ PRODUCENTÓW
(Fortuna Bio Sok 100% tłoczony Jabłko, czarna porzeczka, Fortuna Bio Sok 100% tłoczony
jabłko, gruszka, Fortuna Bio Sok 100% tłoczony burak, jabłko, Fortuna Bio Sok 100%
tłoczony burak, jabłko, czarna porzeczka, Fortuna Bio Sok 100% tłoczony pomidor, jabłko)
ORAZ UPOWSZECHNIENIE WIEDZY O TYCH PRODUKTACH I SYSTEMIE
JAKOŚCI, W RAMACH KTÓREGO TE PRODUKTY ZOSTAŁY WYTWORZONE
(SYSTEM ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO)***

***realizowanego w ramach poddziałania 3.2 *Wsparcie działań informacyjnych i
promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym objętego
Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020****

Zamawiający:

Fortuna sp. z o.o.

ul. Hoża 51

00-681 Warszawa

NIP 7010503002

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

„Strzelsok” Jarosław Strzelecki

Paplinek 9

96-111 Kowiesy

NIP 8361648465

I. Przedmiot zamówienia:

Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- zgodnie z treścią zapytania przedstawioną poniżej.

II. Oferta winna zawierać przynajmniej:

1. Pełną nazwę i adres oferenta oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze (np. KRS), w którym ujawniony jest oferent. Zapisy we właściwym rejestrze, w którym został wpisany oferent powinny potwierdzać, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.

W przypadku reprezentowania oferenta przez Pełnomocnika nie wymienionego w właściwym rejestrze, pełnomocnik powinien dołączyć oryginał dokumentu pełnomocnictwa lub notarialnie poświadczoną kopię. *Jeżeli Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast numeru NIP umieszcza w ofercie numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo dołącza się wydruk oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze w którym ujawniony jest oferent. Wydruk lub wypis z właściwego rejestru potwierdzający nr wpisu oferenta do rejestru oraz potwierdzający, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.*

2. Adres e-mail oferenta, służący do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania
3. Pełną nazwę i adres siedziby zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym jeśli jest inny niż adres siedziby)
4. Pełną nazwę projektu zgodnie z niniejszym zapytaniem ofertowym
5. Datę sporządzenia oferty
6. Datę ważności oferty – wymagane minimum 2 miesiące
7. **Wartość oferty netto i brutto przedmiotu zamówienia po uwzględnieniu ewentualnych upustów.**
 - a. **W wartości oferty nie może być ujęty koszt cła, opakowania, koszt szkolenia, koszty dojazdów i diet oferenta.**
 - b. **Na wartość oferty składa się kompleksowe wykonania zadania.**

8. Wycenę odrębną każdego z poniżej wyszczególnionych zadań (każdej z form reklamy) w wartości netto i brutto – oferent jest zobowiązany do wypełnienia i dołączenia do oferty załącznika nr 1.
9. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
10. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum potwierdzonej za zgodność przez uczestników konsorcjum. Z umowy konsorcjum powinna wynikać jednoznacznie możliwość oferowania i wykonania zadań ujętych w niniejszym zapytaniu ofertowym.
11. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej na papierze firmowym Oferenta lub opatrzona pieczętą firmową oraz powinna być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta.
12. Oferta sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez tłumacza przysięgłego

**Dokumenty składane w formie kopii powinny być potwierdzone podpisem osoby reprezentującej oferenta na każdej stronie.
Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.**

III. Wymogi dotyczące zapisów oferty

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form reklamy.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania więcej niż jednej oferty przez jednego oferenta lub grupę działających wspólnie oferentów.
3. Nie dopuszcza się składania ofert zawierających więcej niż jeden wariant realizacji zadania.
4. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
5. Koszt przygotowania i dostarczenia oferty pokrywa Oferent. Zamawiający nie może być pociągany do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.

6. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.

Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

IV. Opis przedmiotu zamówienia:

a) Wykaz produktów przeznaczonych do promocji:

- FORTUNA BIO Sok 100% tłoczony Jabłko, czarna porzeczka,
- FORTUNA BIO Sok 100% tłoczony Jabłko, gruszka,
- FORTUNA BIO Sok 100% tłoczony Burak, jabłko,
- FORTUNA BIO Sok 100% tłoczony Burak, jabłko, czarna porzeczka,
- FORTUNA BIO Sok 100% tłoczony Pomidor,
- jabłko

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach systemu rolnictwa ekologicznego.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w trzech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 15.09.2020 do dnia 18.11.2021. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

c) Wymagany zakres zadań do zrealizowania przez oferenta (formy reklamy):

- TELEWIZJA:
 - spot reklamowy 30s i 15s,
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
 - spot 15s powinien być skrótową wersją spotu 30s (spot 30s buduje przekaz i opowiada historię, a spot 15s intensyfikuje przekaz)
 - wymagania dotyczące spotu:
 - realizacja przez profesjonalną ekipę posiadającą doświadczenie w produkcji spotów TV
 - ujęcia mogą odbywać się zarówno w studiu, jak i w plenerze,
 - jakość ujęć- 4K,

- wykonawca musi zapewnić obecność przedstawiciela zamawiającego na planie filmowym,
 - ujęcia do spotu muszą być akceptowane przez zamawiającego na każdym etapie realizacji,
 - emisja w minimum 6 stacjach telewizyjnych, w tym np. - TVP1, TVP2, TVN, Polsat, TVN Tematyczne, Polsat Tematyczne lub równoważne (stacje ogólnopolskie lub tematyczne),
 - zaplanowany minimalny wskaźnik GRP- 600,
 - minimalny udział GRP w paśmie prime time- 40%,
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz stacji telewizyjnych, w których będzie emitowany spot telewizyjny.
- RADIO:
 - spot reklamowy 30s,
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotu,
 - spot powinien być nagrany w profesjonalnym studiu przy udziale profesjonalnych lektorów,
 - na potrzeby spotu powinna być skomponowana indywidualna ścieżka dźwiękowa, która stanie się motywem przewodnim kampanii,
 - emisja w minimum 3 stacjach radiowych, np. Radio Zet, RMF, Grupa Drapacz Chmur lub równoważne (stacje ogólnopolskie),
 - emisje zaplanowane w czasie dopasowanym do konsumpcji mediów przez grupę docelową.
 - zaplanowana minimalny wskaźnik GRP- 175,
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- wykaz stacji radiowych, w których będzie emitowany spot radiowy.

- INTERNET:

- zakres reklamy:

- banery reklamowe:

- przygotowanie i emisja sześciu projektów banerów reklamowych w różnych formatach dostosowanych do wymogów stron internetowych
 - wyświetlanie banerów osobom zainteresowaniach: zdrowie, sport, uroda, kulinaria i parenting
 - kampania prowadzona dodatkowo na przynajmniej jednej niemieckiej stronie internetowej
 - minimalna ilość wyświetleń- 2 500 000

- dedykowana strona internetowa:

- strona internetowa dedykowana produktom objętym promocją i systemowi rolnictwa ekologicznego
 - system zarządzania dedykowaną stroną internetową- CMS
 - wymagana wersja mobilna dedykowanej strony internetowej
 - utrzymanie strony internetowej przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej

- lokowanie w kanałach YouTube:

- przygotowanie scenariuszy lokowania i nawiązanie współpracy z przynajmniej trzema Youtuberami
 - minimalna łączna liczba subskrybentów kanałów nie może być mniejsza niż 1 000 000
 - łączny minimalny czas wyświetlania produktów i/lub informacji o produktach nie może być mniejszy niż 2 minuty

- lokowanie w kanałach Instagram:

- przygotowanie scenariuszy lokowania i nawiązanie współpracy z przynajmniej pięcioma Instagramerami
 - emisja na tematycznych kontach, tj. lifestyle, kobiece, fit, uroda i parenting na głównym feedzie kont Instagramerów - IG lub na ich instastory – ISS
 - minimalna łączna liczba followersów kont nie może być mniejsza niż 200 000

- działania public relations:

- przygotowanie przynajmniej 6 informacji prasowych, tj. artykułów z informacjami o kampanii powiększających wiedzę oraz świadomość na temat produktów i certyfikatów objętych dotacją
 - informacje prasowe sprofilowane pod media lifestylowe, kobieco-poradnicze oraz handlowe
 - główne komunikaty powinny być skierowane do trzech wybranych grup mediowych i powinny zostać przygotowane w taki sposób, by uzyskać jak największą ilość publikacji po wysyłce informacji do dziennikarzy
 - wysyłka materiałów informacyjnych w przeciągu sześciu miesięcy
 - materiały powinny być wysłane do większości tytułów prasowych dostępnych na polskim rynku o profilu lifestyle, kobieco-poradnicze i handlowe oraz do minimum 30 serwisów internetowych, liderów w swojej kategorii
 - dobór konkretnych dziennikarzy z danego tytułu prasowego oraz serwisów powinien zostać przeprowadzony poprzez wsparcie bazy mediów np. Instytutu Monitorowania Mediów lub innego usługodawcy
 - efektem powinno być uzyskanie minimum sześciu dużych publikacji
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i emisja materiałów reklamowych,
 - emisja materiałów reklamowych na minimum 16 stronach internetowych, np. durszlak.pl, styl.pl, claudia.pl, przyslijprzepis.pl, mojegotowanie.pl, mojpieknyogrod.pl, claudia.pl, wunderweib.de (niemiecka strona internetowa), Allaboutlife.pl, dlalejdis.pl, tylkostyl.pl, kliknijwzdrowie.pl, urodaizdrowie.pl, udziewczyn.pl, czerwonyobcas.pl, serwisuroda.pl lub równoważne (o podobnym profilu) oraz YouTube, Instagram,
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

- PRASA

- forma reklamy- artykuły informacyjno-promocyjne:
 - przygotowanie i emisja 12 artykułów informacyjno-promocyjnych
 - artykuły powinny zawierać zarówno tekst i grafikę
 - format artykułów- ½ strony
- emisja w minimum 12 czasopismach, np. Olivia, Świat Kobiety, Pani Domu, Poradnik Domowy, Świat Kobiety, Przepisy czytelników, Durszlak, Przepis na zdrowie, Tina, Kobieta i życie, Naj, Cała Ty lub równoważne (o podobnym nakładzie i profilu- czasopisma kobiece, poradnikowe, lifestylowe, rozrywkowe lub kulinarne),
- w zależności od wymagań wydawców artykuły mogą opierać się na jednym artykule bazowym, który będzie modyfikowany i dostosowywany (zarówno pod względem treści jak i grafiki) do danego tytułu prasowego
- w zakres zadań Oferenta wchodzi opracowanie tekstowe i graficzne artykułów oraz ich emisja,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.

- MARKETING BEZPOŚREDNI:

- formy reklamy:
 - ulotki reklamowe:
 - format A5
 - papier kreda błysk 200g
 - 4+4 CMYK
 - dwustronne
 - wydruk min. 2000 szt.
 - ołówki reklamowe:
 - ekoołówki- ołówki z nasionami
 - pakowanie w indywidualny karton/blister
 - produkcja min. 500 szt.

- butelki reklamowe:
 - typu outdoor
 - pojemność ok. 750ml
 - wykonane z aluminium
 - zakrętka z karabińczykiem
 - produkcja min. 500 szt.
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i produkcja gadżetów reklamowych
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- **UDZIAŁ W TARGACH:**

- udział w targach Bio Expo Warszawa,
 - termin targów- jesień 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 25 m²,
 - stoisko targowe:
 - materiał budowy- drewno sosnowe oklejone w naturalnym kolorze lub opalane i olejowane, sklejka oraz płyta meblowa
 - wykorzystanie materiałów do zabudowy regałowej, lady, krzesełek dla hostess i klientów
 - dodatkowe elementy związane z sadem (np. sztuczna trawa, owoce, wiaderka, siano, szklanki, dzbanki)
 - oszyldowanie i oznakowanie wykonane z materiałów PMMA (plexiglas), płyt warstwowych (typu dibond), spienionego PVC
 - stelaże zabudowy oraz szyldów wykonane z profili aluminiowych łączonych za pomocą łączników plastikowych oraz śrub metrycznych
 - znakowanie elementów stoiska: wypalanie logotypów wiązką lasera na elementach drewno pochodnych, wyklejanie folią ploterową lub nadruk bezpośredni
 - wyposażenie: żywa zabudowa, owoce, kwiaty i rośliny charakterystyczne dla jesiennego charakteru targów.

- zapewnienie montażu, demontażu rozładunku poszczególnych elementów stoiska oraz transport i wejściówki dla ekipy montażowej
- o oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
- POKAZ
 - o ilość pokazów kulinarnych- 1,
 - o miejsce przeprowadzenia pokazu- Comfort Food Studio w Hali Koszyki w Warszawie lub inne w Warszawie, o podobnym standardzie i będące dostępne w terminie przeprowadzenia pokazu
 - o pokaz dla dziennikarzy, blogerów i influencerów
 - o planowana ilość zaproszonych gości- 50,
 - o czas trwania pokazu- ok. 5 godziny
 - o pokaz w formie warsztatów kulinarnych
 - o przygotowanie trzech dań podczas pokazu, spośród np. przystawka, zupa, danie główne, deser- dania wykorzystujące produkty objęte promocją
 - o zaproszenia na pokaz- wersja tradycyjna do druku i wysyłki kurierem oraz wersja mailowa
 - o prowadzenie pokazu przez osobę o ugruntowane pozycji na rynku, znaną w środowisku dziennikarzy i blogerów
 - o zapewnienie profesjonalnej oprawy scenograficznej „eko”
 - o wynajem sprzętu audio-video: dwa ekrany LED, statywy, profesjonalne oświetlenie, nagłośnienie, 3 x mikrofon bezprzewodowy
 - o wynajem sprzętu gastronomicznego niezbędnego do przygotowania potraw- wyposażenie stanowisk dla każdego z uczestników, np. noże, deski do krojenia, naczynia, blendery, kuchenki, piekarniki, miksery, lodówki, zamrażarki/chłodziarki i inne niezbędne narzędzia do przygotowania dań zaproponowanych przez prowadzącego
 - o zakup produktów spożywczych niezbędnych do przeprowadzenia pokazu, np. mąka, cukier, owoce, warzywa, świeże zioła (dobór produktów w zależności od planowanych do przygotowania potraw)
 - o zapewnienie obsługi pokazu przez cztery hostessy- zadania hostess:
 - przywitanie gości

- sprawdzenie listy obecności
- pomoc kucharzowi przy prezentacji produktów i w gotowaniu,
- zebranie zapytań od gości dotyczących produktów objętych dotacją, na które zamawiający odpowie na zakończenie spotkania
- pożegnanie gości
- zapewnienie profesjonalnego fotografa
- zapewnienie cateringu w postaci finger-foodów- minimum 4 różne przekąski warzywno-mięsne oraz owocowe, napoje: kawa, herbata i woda, ciasta i ciastka- minimum 4 różne rodzaje
- zapewnienie transportu wraz z załadunkiem i rozładunkiem, wniesieniem i rozpakowaniem scenografii, produktów i materiałów niezbędnych do przeprowadzenia pokazu
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - propozycję miejsca przeprowadzenia pokazu.

- DEGUSTACJE

- ilość degustacji- 1,
- miejsce przeprowadzenia degustacji- Comfort Food Studio w Hali Koszyki w Warszawie lub inne w Warszawie, o podobnym standardzie i będące dostępne w terminie przeprowadzenia degustacji
- degustacje przeprowadzone w terminie i w miejscu przeprowadzania pokazu
- degustacje przeznaczone dla osób spoza pokazu (przestrzeń pomiędzy lokalami gastronomicznymi i usługowymi)
- stoisko degustacyjne:
 - dobrej jakości trybunka degustacyjna z toperem
 - druk i oklejenie stoiska grafiką reklamową
 - specyfikacja trybunki: wys. ok. 94cm x szer. ok. 91cm, blat i podstawa mocowane do Panelu PCV "na sztywny rzep", rurki do mocowania TOP'u

- składane, konstrukcja: tworzywo sztuczne (PCV komorowe) + płyta meblowa (blat - góra / dół)
 - specyfikacja topera: 30cm x szer.ok. 80cm
 - wysokość całego stoiska- ok. 220 cm
 - zapewnienie obsługi degustacji przez dwie hostessy- zadania hostess:
 - prezentacja produktów objętych promocją wraz z przekazywaniem informacji na ich temat
 - częstowanie uczestników degustacji produktami objętymi promocją
 - strój dla hostess: bluza z grafiką wykonaną w technice nadruk lub haft, spódnica z nadrukiem lub spodnie
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
- PUBLIKACJE:
 - forma reklamy- katalog:
 - katalog z produktami objętymi promocją
 - format A4
 - 8 stron
 - okładka: kreda mat lub błysk 300g
 - środek: kreda mat lub błysk 170g
 - 4+4 CMYK
 - oprawa zeszytowa
 - produkcja min. 500 szt.
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
- INNE:
 - rodzaj reklamy- wizyta w placówce edukacyjnej:

- przeprowadzenie zajęć edukacyjnych z młodzieżą szkolną (grupa 50 osób) na terenie jednej ze szkół średnich w Warszawie
- prowadzenie zajęć przez dietetyka o ugruntowanej pozycji zawodowej
- o terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- o oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

Wartość złożonej oferty nie może przekroczyć kwoty 2 500 000 zł netto (maksymalny budżet).

- d) **Budżet oferty złożonej w ramach postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone ze względów formalnych.**
- e) W przypadku kosztów związanych z transportem stawka za 1 km nie może przekraczać 0,8358 zł.
- f) W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.
- g) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- h) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaku PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy> /wersja maj 2020/

- i) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w I etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem I etapu projektu.
- j) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- k) Przedstawiona oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kompleksowej kampanii reklamowej. Zamawiający nie dopuszcza podwyższania wartości zadań w trakcie realizacji zadań objętych ofertą.

V. Warunki udziału w postępowaniu:

Oferent musi spełniać niżej wymienione warunki:

- Oferent powinien posiadać uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zapytania ofertowego oraz nie może podlegać wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą aktualnego elektronicznego odpisu KRS lub CEIDG.
- Oferent musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż wartość złożonej oferty. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm, każdy uczestnik konsorcjum musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż wartość zadań wskazanych w ofercie do realizacji przez danego uczestnika konsorcjum. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą kopii aktualnej polisy ubezpieczeniowej od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej.
- Oferent nie może znajdować się w stanie upadłości lub likwidacji. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

- Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert wnieść wadium w kwocie 30 000 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych 0/100 groszy):
 - Za moment wniesienia wadium uważa się datę wpływu środków pieniężnych w należytej wysokości na wskazany rachunek bankowy Zamawiającego - Oferent zobowiązany jest do dołączenia do oferty potwierdzenia wykonania przelewu.
 - Wadium należy wnieść w pieniądzu.
 - Kwotę wadium należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:
 - nr rachunku: 79 1540 1072 2107 0003 7397 0001
 - tytuł przelewu: *Wadium w postępowaniu ofertowym na kompleksową realizację kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*
 - Dowód wniesienia wadium należy dołączyć do oferty.
 - Zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania ofertowego i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
 - W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
- Oferent jest zobowiązany wykazać zrealizowanie minimum czterech kampanii reklamowych współfinansowanych z udziałem środków pomocy publicznej (UE)-kampanie o zasięgu ogólnopolskim, dotyczące produktów spożywczych. Każda z kampanii o wartości nie niższej niż 70% maksymalnego budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym. Każda ze zrealizowanych kampanii musi obejmować minimum sześć kanałów przekazu spośród kanałów: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje. Wymagane jest, aby wśród wymaganych sześciu kanałów przekazu wystąpiły:
 - telewizja (realizacja spotów wraz z zakupem mediów),
 - internet (kreacja grafik oraz zakup mediów),
 - prasa (kreacja grafik oraz zakup mediów).

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty listę (zestawienie) zrealizowanych kampanii reklamowych zawierającą przynajmniej:

 - nazwę zleceniodawcy dla każdej kampanii,
 - wartość netto w PLN dla każdej kampanii,

- okres realizacji dla każdej kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu dla każdej kampanii,
- źródło pochodzenia środków pomocy publicznej, w ramach którego realizowano kampanię (np. nazwę programu pomocowego)

Lista powinna być opatrzona podpisem oferenta.

- Oferent powinien wykazać się doświadczeniem w realizacji wszystkich wymaganych przez Zamawiającego kanałów przekazu objętych niniejszym zapytaniem (telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje).

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanały przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje (np. scany przykładowych reklam prasowych, outdoorowych, banerów internetowych, „zrzuty ekranowe” spotu TV, dokumentacja fotograficzna z realizacji targów, degustacji, pokazów, gadżetów reklamowych, ulotek, folderów, dokumentacja dot realizacji spotów radiowych- scenariusz, etc).

- Oferent musi posiadać niezbędną wiedzę i doświadczenie dotyczące wykonania niniejszego zamówienia. Oferent powinien wykazać się dysponowaniem pracownikami możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii, w skład których będą wchodzić przynajmniej:

- account director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
- projekt manager (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
- copywriter (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
- art director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)

W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

- Oferent powinien dołączyć do oferty wstępne projekty następujących materiałów reklamowych:
 - propozycja scenariusza 30s spotu reklamowego, przedstawionego w postaci storyboardów (rysunki lub kompozycje zdjęciowe) z rozpisaną warstwą testową i dialogową. Minimalna ilość slajdów: 8
 - propozycja Key Visuala A4, w postaci projektu graficznego przedstawiającego główny motyw kampanii wraz z propozycją claimu (hasła reklamowego kampanii)
 - propozycja projektu graficznego statycznego baneru internetowego

- propozycja artykułu informacyjno-promocyjnego dotyczącego tematu kampanii: min. 2000 znaków bez spacji
- propozycja projektu graficznego reklamy prasowej (baner) ½ strony
- propozycja projektu graficznego stoiska degustacyjnego

Ocena spełniania przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana na podstawie weryfikacji czy do oferty dołączono:

- a. aktualny wydruk KRS/CEIDG,
- b. aktualną polisę ubezpieczeniową,
- c. podpisane przez Oferenta oświadczenie wg wzoru załączonego do niniejszego zapytania (załącznik nr 2),
- d. dowód wniesienia wadium (bankowe potwierdzenie przelewu),
- e. listę (zestawienie) zrealizowanych kampanii reklamowych o wartości stanowiącej przynajmniej 70% budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym
- f. wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanałów przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje
- g. wstępne projekty materiałów reklamowych (scenariusz spotu 30s, Key Visual A4, statyczny baner reklamowy, artykuł informacyjno-promocyjny, reklama prasowa, stoisko degustacyjne)
- h. wycenę poszczególnych elementów oferowanej kampanii (wypełniony załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego)

VI. Warunki wykluczenia Oferenta z postępowania:

W postępowaniu nie mogą brać udziału następujące podmioty:

- Podmioty powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - a. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
 - b. posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji;

- c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa w linii drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
- e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

Oferent zobowiązany jest dołączyć do oferty stosowne oświadczenie potwierdzające brak przesłanek do wykluczenia oferty z postępowania. Wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 3 do niniejszego zapytania. Brak dołączonego oświadczenia potwierdzającego spełnianie powyższych warunków przez Oferenta będzie skutkowało odrzuceniem oferty.

VII. Kryteria oceny ofert:

a) Ocena ofert zostanie przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria oraz ich wagę:

1. cena netto przedmiotu zamówienia – waga 60%
2. warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- waga 40%

Oferent zobowiązany jest do umieszczenia w ofercie danych pozwalających na ocenę punktową złożonej oferty. W przypadku braku jednoznacznych danych pozwalających na ocenę oferty, oferta otrzyma w ramach danego kryterium 0 pkt.

b) Sposób przyznawania punktacji za spełnienie kryterium:

Oceniana oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikających z kryteriów oceny oferty wyliczanych na podstawie następujących wzorów:

1. Cena netto przedmiotu zamówienia- max. 60 pkt.:

$$\text{Cena} = \frac{\text{cena oferty najtańszej (netto w pln)}}{\text{cena oferty badanej (netto w pln)}} \times 100 \times \text{znaczenie} \quad 60\% \quad - \quad \text{max. 60 pkt.}$$

Wartość ofert podana w walucie obcej zostanie przeliczona na PLN wg kursu sprzedaży Narodowego Banku Polskiego z dnia wystawienia oferty.

2. Warunki płatności- wielkość zaliczki w % koniecznej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- max. 40 pkt.:

$$\text{Wielkość zaliczki} = \frac{\text{wielkość najniższej zaliczki w \%}}{\text{zaliczka w \% w ofercie badanej}} \times 100 \times \text{znaczenie} \quad 40\% \quad - \quad \text{max. 40 pkt.}$$

Oferent powinien umieścić w ofercie informację o procentowej wielkości zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego etapu operacji. Wielkość wymaganych zaliczek powinna być procentowo taka sama dla wszystkich etapów operacji.

c) W przypadku uzyskania przez więcej niż jedną ofertę takiej samej ilości punktów wyliczonych wg ww. kryteriów, wybór nastąpi w oparciu o:

- Kryterium 1 – Cena netto przedmiotu zamówienia, następnie
- Kryterium 2- Warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów

Elementy oferty, które podlegają ocenie punktowej będą obowiązujące w przypadku zawarcia umowy z oferentem i zostaną przeniesione do umowy z oferentem. Warunki umowy zawartej przez Zamawiającego z wybranym oferentem nie mogą być gorsze, niż zawarte w złożonej przez oferenta ofercie.

VIII. Termin składania i otwarcia ofert:

- a) Ofertę należy złożyć:
- przesyłką kurierską lub pocztową w: **Fortuna sp. z o.o.- Zakład Produkcyjny w Tymienicach, Tymienice 88, 98-220 Zduńska Wola**
LUB
 - drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres joanna.kolodynska@grupapolmlek.com (objętość załączników do jednego e-maila do 3 MB)
- w nieprzekraczalnym terminie do dnia 14.09.2020 do godz. 15.00
- b) Ofertę przesłaną w formie papierowej należy złożyć w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed otwarciem kopercie. Kopertę należy opisać następująco: *Oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- nie otwierać do 14.09.2020 do godz. 15.30.*
- c) Na kopercie należy umieścić nazwę i adres oferenta oraz nazwę i adres zamawiającego
- d) W przypadku oferty przesłanej drogą mailową w tytule maila należy wpisać *Fortuna-oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*
- e) Dopuszczone formy złożenia oferty: za pośrednictwem poczty, za pośrednictwem kuriera lub w formie zeskanowanej podpisanej oferty. W każdym przypadku liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego lub na adres mailowy wskazany powyżej.
- f) Z uwagi na trwającą sytuację epidemiczną nie dopuszcza się składania ofert osobiście.
- g) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.
- h) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu 14.09.2020 o godz. 15.30.

IX. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty:

Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym zapytaniu ofertowym. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi wszystkich Oferentów poprzez publikację stosownej informacji na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe- www.polmlek.com/soki-fortuna/

X. Zasady modyfikacji treści zapytania ofertowego oraz modyfikacji ofert:

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert. W przypadku modyfikacji treści zapytania, stosowna informacja zostanie umieszczona na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe. W przypadku zmiany treści zapytania, termin składania ofert może zostać wydłużony - jeśli wprowadzona zmiana będzie miała wpływ na czas potrzebny do przygotowania oferty. Modyfikacja zapytania po terminie składania ofert nie jest możliwa.
2. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.

XI. Odrzucenie oferty:

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

1. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub
2. została złożona przez podmiot:
 - a) niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru wykonawcy danego zadania ujętego w zapytaniu ofertowym, lub
 - b)) powiązany osobowo lub kapitałowo z Beneficjentem lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą. Wymienione wyżej powiązania polegają na:
 - uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
 - posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
 - pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób;
3. Została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

XII. Unieważnienie postępowania:

Zamawiający zastrzega możliwość unieważnienia postępowania ofertowego na każdym etapie bez podania przyczyny oraz rozpisanie ponownego postępowania w tym samym zakresie.

XIII. Zawarcie umowy na realizację kampanii:

1. Zamawiający, w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza umowę na realizację kampanii reklamowej.
2. Zamawiający będzie miał prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku niepodpisania umowy o przyznanie pomocy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. W takim przypadku Wykonawca będzie miał prawo żądać od Zamawiającego zapłaty za zadania zrealizowane do momentu otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy. Zrealizowanie zadań powinno być udokumentowane przez Wykonawcę.
3. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:
 - zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
 - w przypadku wystąpienia zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym zmian i obostrzeń wynikających ze stanu epidemicznego związanego z wirusem Covid-Sars-2
 - zmian wynikających z obostrzeń sanitarnych w czasie obowiązywania stanu pandemii, w szczególności zmiany miejsc realizacji poszczególnych zadań lub usunięcia zadań z zakresu zawartej umowy.
 - w zakresie harmonogramu planowanej operacji, w następujących okolicznościach:
 - działanie siły wyższej, mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy. Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.
 - inne istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili zawarcia umowy, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość wykonania zadania.

4. Strony uprawnione są do zmiany Umowy w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego w przypadkach, których strony nie mogły przewidzieć w dniu zawarcia umowy.
5. Wszelkie zmiany w umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Oferentem wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

XIV. Poufność danych

Informacje zawarte w złożonych ofertach zostaną objęte przez Zamawiającego tajemnicą handlową i nie będą udostępniane innym podmiotom za wyjątkiem Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jako podmiotu współfinansującego operację oraz instytucji kontrolnych krajowych i UE.

Po zakończeniu postępowania zamawiający umieści na stronie internetowej, na której opublikowano niniejsze zapytanie ofertowe, informację o:

- wyborze wykonawcy albo
- odrzuceniu wszystkich złożonych ofert, albo
- niezłożeniu żadnej oferty, albo
- zakończeniu tego postępowania bez wyboru żadnej z ofert.

Załączniki do zapytania ofertowego:

1. Załącznik nr 1- harmonogram kampanii reklamowej
2. Załącznik nr 2 - oświadczenie oferenta dotyczące warunków udziału w postępowaniu
3. Załącznik nr 3 - oświadczenie oferenta o braku powiązań osobowych lub kapitałowych z Zamawiającym
4. Załącznik nr 4- wizualizacja promowanych produktów