

## ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

*Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (Kaszanka Grotowska cienka grill, Kielbasa Grotowska z szynki, Szynka z beczki Grotowskiej, Kielbasa żywiecka Grotowska, Karkówka Grotowska wieprzowa, Kielbasa krucha z Karkonoszy, Kielbasa krakowska z Karkonoszy, Szynka pieczona z Karkonoszy, Kielbasa pieczona z Karkonoszy) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemie jakości, w ramach którego te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości i Żywności QAFP) 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:

**Zakład Przetwórstwa Mięsnego Grot J. Grot sp.j.**

**Starowa Góra 3/7**

**95-030 Rzgów**

**NIP 7290108866**

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

**Zakłady Mięsne Niebieszczańscy sp.j.**

**Proszówka 36**

**59-620 Gryfów Śląski**

**NIP 6160003186**

## **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)– 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:

- Kaszanka Grotowska cienka grill
- Kielbasa Grotowska z szynki
- Szynka z beczki Grotowskiej
- Kielbasa żywiecka Grotowska
- Karkówka Grotowska wieprzowa
- Kielbasa krucha z Karkonoszy
- Kielbasa krakowska z Karkonoszy
- Szynka pieczona z Karkonoszy
- Kielbasa pieczona z Karkonoszy

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości i Żywności QAFP

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w trzech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.12.2021. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:
  - formy reklamy:
    - spot telewizyjny 30s:
      - dwa spoty reklamowe
      - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
      - w celu wzmocnienia przekazu reklamowego oraz podniesienia pozycjonowania produktów należy uwzględnić zatrudnienie ambasadora.

Powinna to być osoba medialna, znana szerszej publiczności z ekranów telewizyjnych bądź Internetu lub innych działań o zasięgu ogólnopolskim. Ambasador powinien być osobą wiarygodną, której dotychczasowa kariera oraz życie osobiste nie kolidują z przekazem reklamowym, który ma budować silny i wiarygodny, z mocnymi tradycjami.

- zaplanowana łączna minimalna ilość emisji spotów- 150

- lokowanie produktów:

- czterokrotne lokowanie produktów w programach telewizyjnych (programy śniadaniowe- pasmo kulinarne oraz program kulinarny, np. Ewa Gotuje lub inny)
  - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy lokowania i przeprowadzenie lokowania,
- emisja w minimum 4 stacjach telewizyjnych, np. TVP Łódź, TVP Info, TVP 2, Polsat lub równoważne (stacje regionalne lub ogólnopolskie)
  - 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 stacji telewizyjnej, w której będzie przeprowadzone lokowanie produktów.

- RADIO:

- dwa spoty reklamowe 30s,
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
- spot powinien być nagrany w profesjonalnym studiu przy udziale profesjonalnych lektorów,
- emisja w minimum stacjach radiowych, np. Radio Eska Łódź, Radio Jura Częstochowa, Radio Złote Przeboje Warszawa, Radio Eska Wrocław lub równoważne (stacje regionalne),
- zaplanowana minimalna łączna ilość emisji- 150
- 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:

- formy reklamy:

- banery internetowe:

- przygotowanie i emisja szesciu różnych projektów banerów reklamowych w różnych formatach
- cztery banery statycznych, dwa banery ruchome (2-3 plansze)
- wyświetlanie banerów o zainteresowaniach: zdrowie, sport, uroda, kulinaria i parenting
- minimalna łączna ilość wyświetleń- 1 500 000
- dodatkowo emisja na przynajmniej jednej niemieckiej stronie internetowej

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- przygotowanie i emisja dwóch różnych artykułów informacyjno-promocyjnych
- artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę
- publikacja w serwisach handlowo-branżowych, w których miesięczna liczba odsłon (wejść na stronę) jest nie mniejsza niż 1 000 0000

- spot internetowy:

- przeformatowanie spotów 30s wyprodukowanych w ramach kanału telewizja
- emisja w sieci YouTube
- wyświetlanie głównie osobom mieszcącym się w określonej grupie docelowej (kobieta 25-59 lat, o dochodach średnich +),

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i tekstowych oraz emisja materiałów reklamowych,

- emisja materiałów reklamowych na minimum 10 stronach internetowych, np. claudia.pl, styl.pl, przyslijprzepis.pl, gotujmy.pl, mojegotowanie.pl, kobieta.wp.pl, wunderweib.de (niemiecka strona internetowa),

portalspozywczy.pl, hurtidetal.pl, YouTube lub równoważne (strony o podobnym profilu)

- 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

- formy reklamy:
  - reklama graficzna (banery)
    - przygotowanie i emisja dziesięciu reklam banerowych
    - format reklamy: ½ strony, ¼ strony
  - artykuły informacyjno-promocyjne:
    - przygotowanie i emisja osiemnastu artykułów informacyjno-promocyjnych
    - artykuły powinny zawierać zarówno tekst i grafikę
    - format artykułów- ½ strony, ¼ strony
- emisja w minimum 16 czasopismach, np. Dziennik Łódzki, Nasze Miasto Łódź, Nasze Miasto Warszawa, Gazeta Wrocławska, Nasze Miasto Wrocław, Nasze Miasto Zielona Góra, Nowa Trybuna Opolska, Życie Pabianic, Gazeta Radomszczańska, DD Bełchatów, Panorama Trzebnicka, Gazeta Strzegomska, Nowiny Jeleniogórskie, Hurt i Detal, Wiadomości Handlowe, Przegląd Gastronomiczny lub równoważne (o podobnym profilu lub nakładzie)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi opracowanie graficzne banerów oraz 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:

- dwa projekty
- format A5
- dwustronna
- papier kreda 200g mat
- kolor 4x4 CMYK
- produkcja min. 40 000 szt.

- plakaty:

- sześć projektów
- format: B2
- podłoże: papier kreda błysk 130g
- druk 4+0
- folia mat jednostronnie
- produkcja min. 1 300 szt.

- kubki termiczne:

- dwa projekty
- pojemność: ok. 400 ml
- podwójne ścianki
- materiał: wewnątrz i na zewnątrz stal nierdzewna
- odkręcana plastikowa pokrywa z wbudowanym, składanym otworem do picia
- kolorowy gumowy pierścień wokół otworu i gumowany spód dla lepszej przyczepności
- znakowanie: grawer laserowy
- produkcja min. 1 300 szt.

- torby bawełniane:

- dwa projekty
- materiał: surówka bawełniana ok. 140 g/m<sup>2</sup>
- wymiary: ok. 38 x 42 cm,
- kolor: naturalny
- długie uszy



- produkcja min. 5 500 szt.
- pamięć USB:
- materiał: plastik,
  - pojemność: ok. 16 GB
  - wymiary: ok. 84 x 52 x 2 mm
  - białe kartonowe opakowanie 90 x 58 x 10 mm z plastikowym okienkiem
  - wkładka typu blister
  - produkcja min. 500 szt.
- deski do krojenia:
- dwa projekty
  - materiał: drewno bukowe
  - wymiary: ok. 32 x 21 x 1,5 cm
  - waga: ok. 800 g
  - znakowanie: grawer laserowy
  - produkcja min. 1 500 szt.
- noże kuchenne:
- dwa projekty
  - nóż uniwersalny np. Victorinox lub równoważny
  - długość ostrza: ok. 11 cm
  - ząbkowana krawędź
  - uchwyt z antypoślizgowego polipropylenu
  - możliwość mycia w zmywarce
  - znakowanie: grawer laserowy
  - produkcja min. 1 200 szt.
- kubki ceramiczne:
- materiał: ceramika
  - kolor: biały
  - pojemność: ok. 300 ml
  - wysokość: ok. 96 mm, średnica: ok. 82 mm
  - opakowanie: biały kartonik
  - znakowanie: nadruk full color
  - produkcja min. 504 szt.
- zestawy do grilla:
- 3-elementowy zestaw do grilla w pokrowcu,

- w komplecie: szczypce, łopatka i widelec
- znakowanie: nadruk na pokrowcu (1 kolor) + grawer laserowy na elementach metalowych
- produkcja min. 100 szt.

- plecaki:

- workoplecak
- materiał: poliester
- wymiary: ok. 340 x 420 mm
- znakowanie: full color
- produkcja min. 1 000 szt.

- kalendarze trójdzielne:

- podłoże: druk 4+0
- karton Alaska 250g
- folia mat 1-stronnie
- płaska główka
- 3 oddzielne kalendaria ok. 290 x 145 mm
- okienko na datę
- produkcja min. 5 000 szt.

- powerbanki:

- pojemność: ok. 4 000 mAh
- materiał obudowy: aluminium
- dioda LED
- prąd wyjściowy: 5 V/1 A
- w zestawie kabel micro USB
- znakowanie: druk cyfrowy
- produkcja min. 200 szt.

- fartuchy kuchenne:

- dwa projekty- fartuchy kucharskie i fartuchy bawełniane
- fartuchy kucharskie:
  - materiał: 60% poliester i 40% bawełna
  - gramatura: 245 g/m<sup>2</sup>
  - tkanina wodo- i olejoodporna
  - kolor czarny
  - długość ok. 90 cm i szerokość ok. 70 cm

- naszywana kieszeń
- szelka z regulacją na zatrzaski
- znakowanie: haft lub wszywka, w zależności od możliwości technologicznych
- fartuchy bawełniane:
  - pełny fartuch
  - materiał: 100% bawełna canvas
  - gramatura: 320 g/m<sup>2</sup>
  - długość: ok. 86 cm, szerokość: ok. 72 cm
  - metalowe oczko przy wiązaniu pasków na szyję
  - długość pasków fartucha: ok. 90 cm
  - znakowanie: haft
- łączna produkcja min. 1 550 szt.
- t-shirty:
  - gramatura ok. 190g
  - krótki rękaw
  - produkcja min. 800 szt.
- koszulki z krótkim rękawem:
  - koszulki polo z krótkim rękawem
  - produkcja min. 800 szt.
- koszulki z długim rękawem:
  - koszulki polo z długim rękawem
  - produkcja min. 800 szt.
- torby-lodówki:
  - 3-dniowa lodówka podróżna,
  - utrzymanie lodu do 3 dni
  - system chroniący przed wysoką temperaturę
  - wewnętrzna wielowarstwowa bariera zatrzymująca zimno wewnątrz i odprowadzająca ciepło na zewnątrz
  - zewnętrzna kieszeń
  - odporna na przeciekanie i łatwa w czyszczeniu
  - znakowanie: nadruk full color
  - produkcja min. 200 szt.
- bluzy kucharskie:

- damska bluza kucharska,
- zapinana na springi 2 rzędy
- długi rękaw
- materiał: 65% poliester, 35% bawełna
- tkanina odporna na tarcie
- znakowanie: haft
- produkcja min. 750 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: Anuga Kolonia Niemcy,
  - termin targów- 09-13.10.2021
  - planowana wielkość powierzchni targowej- 8 m<sup>2</sup>,
  - stoisko targowe:
    - kantorek z niezbędnym wyposażeniem typu wieszaki, półki,
    - grafiki na ściany z oktanormy,
    - oszklowanie i oznakowanie stoiska w kolorach kampanii uwzględniając w znakowaniu wszystkie niezbędne logotypy.
    - stoisko zbudowane ze stelaży aluminiowych, na których osadzone będą ścianki ze standardowych materiałów typu oktanorma
    - produkty niezbędne do przeprowadzenia degustacji – deski, tace, noże, widelce, serwetki, jednorazowe talerzyki,
    - produkty dekoracyjne jak kwiaty, ozdoby, zioła, produkty spożywcze lub inne niezbędne
  - przewóz elementów stoiska oraz produktów własnych dwoma samochodami
  - zapewnienie przelotu i noclegu dla 6 osób
- 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.

- POKAZY- WARSZTATY:

- ilość pokazów kulinarnych- 2,
- miejsce przeprowadzenia pokazów- specjalistyczna, przeznaczona do tego typu imprezy przestrzeń eventowa np. w Łodzi - Book & Cook, we Wrocławiu – Studio Kulinarne Browar Mieszczański, Karpacz – Miodowy Młyn lub inne o podobnym standardzie i będące dostępne w terminie pokazów
- pokazy dla dziennikarzy, blogerów i influencerów
- planowana ilość zaproszonych gości- 30 na każdy pokaz,
- czas trwania pokazów- ok. 3-4 godziny
- pokazy w formie warsztatów kulinarnych
- przygotowanie podczas pokazu trzech ciepłych dań i przystawki
- w wynagrodzeniu dla kucharzy, oprócz pracy podczas pokazu należy uwzględnić dodatkowo: opracowania menu, przygotowanie przepisów, udzielenie wizerunku do zaproszeń dla gości, udzielenie wizerunku w materiałach przygotowanych podczas spotkania (np. zdjęcia, filmiki i relacje w social mediach), możliwość wykorzystania przepisów również w publikacjach prasowych oraz online.
- zaproszenia w wersji tradycyjnej (do druku) i elektronicznej
- scenografia pasująca do projektu: sztuce, donice, skrzynki, ozdobne rośliny, obrusy, wszelkiego rodzaju ozdoby oraz elementy które pozwolą na przeniesienie w klimat związany z Key Visuałem,
- wynajem sprzętu gastronomicznego niezbędnego do przygotowania potraw, np. noże, deski do krojenie, naczynia, blendery, kuchenki, piekarniki, miksery, lodówki, zamrażarki/chłodziarki i inne niezbędne narzędzia do przygotowania dań zaproponowanych przez prowadzącego
- zakup produktów spożywczych niezbędnych do przeprowadzenia pokazów (produkty spożywcze szczegółowo ustalone po przygotowaniu menu przez osobę prowadzącą pokaz, np. świeże zioła, świeże owoce, warzywa, pieczywo, mięso, ryby, mąka, ziarna, tłuszcze roślinne, przyprawy itp.)
- przygotowanie profesjonalnych fartuchów dla uczestników pokazów:
  - materiał: 100% bawełna

- gramatura: 320 g/m<sup>2</sup>
  - wymiary: ok. 72 x 86 cm
  - ciężki i wytrzymały
  - duże metalowe oczko przy wiązaniu pasków na szyję
  - paski fartucha o długości ok. 90 cm
  - zapewnienie obsługi każdego pokazu przez dwie hostessy
  - zapewnienie stroju dla hostess- koszulka polo (gramatura min 210g) lub t-shirt (gramatura min 190g)- produkcja wg projektu z kanału degustacji
  - zapewnienie profesjonalnego fotografa
  - 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,
    - propozycje miejsc przeprowadzenia pokazów.
- POKAZY KULINARNE PODCZAS EVENTÓW:
    - ilość pokazów: 4
    - pokazy przeprowadzone podczas imprez okolicznościowych, np. Dni Radogoszcza Łódź, Powitanie Lata, Dni Ursynowa, Urodziny Łodzi lub inne
    - czas trwania każdego pokazu- ok. 2-3 godziny, w zależności od programu imprezy
    - przygotowanie podczas pokazów trzech ciepłych dań i przystawki
    - pokazy przeprowadzone przez wykwalifikowanych kucharzy
    - stoiska pokazowe:
      - materiał budowy stoiska- drewno sosnowe olejowane w kolorze naturalnym lub opalane i olejowane, sklejka oraz płyta meblowa,
      - materiały wykorzystane do zabudowy regałowej, na ladę oraz krzeselka dla hostess i klientów,
      - sposób łączenia klej oraz wkręty i kołki drewniane,
      - elementy związane z sianokosami, słomiane akcenty oraz motywy z suszonych liści naturalnych

- oszklowanie oraz oznakowanie w kolorach kampanii oraz logotypu, 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- w zależności od materiału- odpowiednia metoda znakowania,
- stoisko wyposażone w lodówkę oraz grill, ze względu na charakter oferowanych produktów.
- wyposażenie w żywą zabudowę, zioła i rośliny,
- wyposażenie dodatkowe: atrybuty do dystrybucji produktów mięsnych - deska, taca, itp.
- zapewnienie obsługi każdego pokazu przez hostessy (produkcja strojów wg projektu z kanału degustacje)
- wynajęcie sprzętu gastronomicznego: np. noże, deski do krojenia, naczynia, grille, lodówki, zamrażarki/chłodziarki i inne niezbędne narzędzia do przygotowania dań zaproponowanych przez prowadzącego pokaz
- zakup dodatkowych produktów spożywczych: np. pieczywo, warzywa i sosy oraz inne materiały niezbędne do przeprowadzenia pokazów
- 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,
  - propozycje miejsc przeprowadzenia pokazów.

- **DEGUSTACJE W SKLEPACH**

- ilość degustacji- 143 dwudniowe degustacje, z czego 68 degustacji produktów firmy ZPM Grot i 75 degustacji produktów firmy ZM Niebieszczańscy
- miejsce przeprowadzenia degustacji- sklepy firmowe ZPM Grot i ZM Niebieszczańscy
- wynajęcie grilli zapewniających możliwość obróbki cieplnej produktów (przykładowa specyfikacja: moc: 2000 W, 7 poziomów ciepła, system grzewczy

EASY REFLECT z reflektorem ciepła, pokrywa z wbudowanym uchwytem, wymienna aluminiowa folia ochronna, kierująca krople tłuszczu prosto do miski, waga: 10,3 kg, ruszt: 39,5 cm, wymiary: ok. 67 x 60 x 93 cm, wysokość robocza: 73 cm)

- zakup desek do serowania produktów- wymiary:ok. 50 x 50 x 1,8 cm, znakowanie: grawer laserowy
  - stoisko degustacyjne:
    - duże stoisko degustacyjne z toperem,
    - szybki montaż,
    - mocowanie na sztywny rzep,
    - rurki do mocowania składane
    - oklejenie grafiką reklamową
  - zapewnienie obsługi każdej degustacji przez dwie hostessy
  - strój dla hostess: koszulka polo (gramatura min 210g) lub t-shirt (gramatura min 190g)
  - zapewnienie obsługi supervisora podczas degustacji produktów ZPM Grot
  - 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.
- DEGUSTACJE PODCZAS EVENTÓW:
    - ilość degustacji- 3 (degustacje produktów ZPM Grot)
    - miejsce przeprowadzania degustacji- eventy, np. Festyn w parafii św. Wojciecha w Łodzi, Festyn w Szkole 161 w Łodzi, event w przedszkolu na ul. Rojna w Łodzi. lub inne
    - zapewnienie obsługi każdej degustacji przez dwie hostessy
    - zapewnienie obsługi supervisora
    - 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:

- formy reklamy:

- książka z przepisami:

- książka z przepisami wykorzystującymi produkty objęte promocją
- format A4
- papier kreda 135g błysk + okładka 250g błysk
- okładka folia błysk 1+0
- kolory okładka i środek 4+4CMYK
- oprawa zeszytowa
- objętość 24 stron
- produkcja min. 1 000 szt.

- katalog:

- katalog z produktami objętymi promocją
- 4 strony A4
- 4+4 CMYK
- papier kreda mat 350g
- lakier UV wybiórczo na każdej stronie
- bigowanie i składanie
- produkcja min. 2 000 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 FORMY REKLAMY:

- formy reklamy:

- sesja zdjęciowa:

- przeprowadzenie profesjonalnej sesji zdjęciowej produktów objętych promocją
- zdjęcia zostaną wykorzystane przy projektowaniu materiałów reklamowych w ramach różnych kanałów przekazu

- reklama outdoor:

- format nośników: billboard 6 x 3 m, citylight 1,2 x 1,8 m

- lokalizacja nośników- poblizze sklepów firmowych ZPM Grot oraz ZM Niebieszczańscy
- zakładana łączna minimalna ilość nośników billboard- 60
- zakładana łączna minimalna ilość nośników citylight- 80

- szkolenie:

- przygotowanie i przeprowadzenie 41 szkoleń
- ilość osób na każdym szkoleniu- ok. 20-30
- szkolenia dla kontrahentów, pracowników, franczyzobiorców, dostawców
- cel szkoleń: podnoszenie świadomości na temat znaku QAFP oraz upowszechnianie wiedzy o certyfikowanych produktach
- organizacja szkoleń w wybranych województwach – m.in dolnośląskim, łódzkim, mazowieckim (wstępnie w takich miastach jak Legnica, Karpacz, Łódź, Warszawa) i w zależności od potrzeb – w pozostałych
- szkolenia organizowane w profesjonalnych salach z pełnym i niezbędnym wyposażeniem, jak ekran, rzutnik, laptop, zestaw nagłaśniający, mikrofony, krzesła, stół prelekcyjny
- prowadzenie szkoleń przez wykwalifikowanych w tematyce systemów certyfikacyjnych prelegentów
- zapewnienie przerwy kawowej dla uczestników

- promocja w punktach sprzedaży:

- promocja za pomocą 2-4 minutowego filmu promującego system QAFP oraz certyfikowane produktu oraz spotów telewizyjnych 30s przeformatowanych na potrzeby telewizji przemysłowej
- odtwarzanie materiałów reklamowych w pętli
- wynajem ekranów telewizyjnych (np. Philips 50 cali, 4K UHD, 3840 x 2160, optymalizacja ruchu Picture Performance Index 1000 Funkcje HDR, Smart TV, Wi-Fi, 3x HDMI, USB lub inne o podobnych parametrach)
- emisja w punktach sprzedaży certyfikowanych produktów
- emisja przez II i III etap kampanii

○ 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.

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 danym etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem danego 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 40 000 zł (słownie: czterdzieści 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: 11 1440 1231 0000 0000 0183 9427

- 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, outdoor. 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, inne kanały przekazu- outdoor: billboard lub citylight).

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” spotów TV, dokumentacja fotograficzna z realizacji targów, degustacji, pokazów, gadżetów reklamowych, ulotek, publikacji, 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- dotyczy promocji produktów ZPM Grot
  - propozycja dwóch Key Visuala A4, w postaci projektu graficznego przedstawiającego główny motyw kampanii wraz z propozycją claimu (hasła reklamowego kampanii)- jeden Key Visual dla promocji produktów ZPM Grot, drugi Key Visual dla promocji produktów ZM Niebieszczańscy
  - propozycja dwóch projektów graficznych statycznego baneru internetowego- jeden projekt dla promocji produktów ZPM Grot, drugi projekt dla promocji produktów ZM Niebieszczańscy
  - propozycja dwóch artykułów informacyjno-promocyjnych dotyczących tematu kampanii: min. 2000 znaków bez spacji- jeden projekt dla promocji produktów ZPM Grot, drugi projekt dla promocji produktów ZM Niebieszczańscy

- propozycja dwóch projektów graficznych reklamy prasowej (baner) ½ strony- jeden projekt dla promocji produktów ZPM Grot, drugi projekt dla promocji produktów ZM Niebieszczaniecy
- propozycja dwóch projektów graficznych stoiska degustacyjnego- jeden projekt dla promocji produktów ZPM Grot, drugi projekt dla promocji produktów ZM Niebieszczaniecy.

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 x 2, statyczny baner reklamowy x 2, artykuł informacyjno-promocyjny x 2, reklama prasowa x 2, stoisko degustacyjne x 2)
- 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.:**

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

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.:**

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

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: **Zakład Przetwórstwa Mięsnego Grot J. Grot sp.j., Starowa Góra 3/7; 95-030 Rzgów**
  - LUB
  - drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres [dbanaszkiewicz@zpmgrot.pl](mailto:dbanaszkiewicz@zpmgrot.pl) (objętość załączników do jednego e-maila do 3 MB)
  - w nieprzekraczalnym terminie do dnia 29.09.2020 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 29.09.2020 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 *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 29.09.2020 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.zpmgrot.pl](http://www.zpmgrot.pl)

### **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 współnik 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