



SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA
w postępowaniu przetargowym na
wdrożenie trzyletniej kampanii promocyjno-informacyjnej dot. mięsa wieprzowego
realizowanej na rynku Japonii i Kanady pt. „Rozsmakuj się w Europie”

Postępowanie jest prowadzone zgodnie z rozporządzeniem Rady (WE) Nr 3/2008,
rozporządzeniem Komisji (WE) Nr 501/2008 oraz
ustawą Kodeks Cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.64.16.93 ze zm.) art. 70¹-70⁵, z
zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

Zamawiający:

Związek „Polskie Mięso”
ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa

Warszawa, dnia 12.06.2015 r.

Spis treści

1. Informacje o zamawiającym	3
2. Przedmiot zamówienia	4
3. Wartość przedmiotu zamówienia.....	7
4. Podstawa prawna	7
5. Termin realizacji zamówienia.....	8
6. Zasady dotyczące postępowania	9
7. Harmonogram postępowania przetargowego	18
8. Warunki i termin zawarcia umowy z Wykonawcą	18
9. Sposób udzielania wyjaśnień w sprawie postępowania	19

1. Informacje o zamawiającym

Związek „Polskie Mięso” to największa organizacja branży mięsnej w Polsce, działająca od 1994 roku i zrzeszająca największe podmioty branży mięsnej w Polsce. Obecnie w strukturach ZPM działa niemal 60 dużych i średnich zakładów mięsnych oraz firm działających na rzecz branży mięsnej.

Związek „Polskie Mięso”, od chwili powołania należy do unijnej organizacji branżowej - UECEBV, jako pierwsza i dotychczas jedyna organizacja branży mięsnej z Polski. Związek „Polskie Mięso” jest czynnym członkiem organizacji UECEBV. Nieprzerwanie pomiędzy organizacjami następuje wymiana bieżących informacji na temat rynku mięsa, nie tylko w Europie, ale i na świecie. Przedstawiciele Związku „Polskie Mięso” biorą udział w posiedzeniach grup dialogu społecznego oraz grup prognostycznych na szczeblu europejskim:

- ds. rynku mięsa wieprzowego,
- ds. rynku mięsa wołowego.

Związek „Polskie Mięso” aktywnie uczestniczy w działaniach promocyjnych na rzecz polskiej branży mięsnej na terenie Polski, jak i na arenie międzynarodowej. Razem z Polskim Związkiem Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS” jest autorem, uznanego przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, krajowego systemu jakości żywności – systemu jakości mięsa wieprzowego „Pork Quality System (PQS)”. W latach 2010-2013, Związek przeprowadził kampanię informacyjną na temat systemu jakości mięsa wieprzowego PQS, która była współfinansowana ze środków unijnych.

Do najważniejszych zadań statutowych Związku „Polskie Mięso” należą:

- ✓ wzmocnienie konkurencyjności produktów i usług wytwarzanych przez członków Związku na rynku krajowym i zagranicznym;
- ✓ promowanie polskiego mięsa na rynku krajowym, wspólnotowym i krajów trzecich;
- ✓ organizowanie spotkań konsultacyjno-szkoleniowych członków Związku z przedstawicielami administracji państwowej, organizacji gospodarczych i finansowych oraz instytucji naukowych;
- ✓ opracowywanie oraz wprowadzanie systemowych rozwiązań w polityce proeksportowej poza jednolity rynek europejski;
- ✓ propagowanie i wspieranie we wdrażaniu nowoczesnych kierunków i metod hodowli oraz organizacji nowoczesnego rynku żywca;

- ✓ opracowywanie badań, analiz i prognoz funkcjonowania rynku mięsnego w Polsce i poza jej granicami;
- ✓ współpraca z innymi organizacjami działającymi w branży rolno-spożywczej w skali krajowej i międzynarodowej.

Związek „Polskie Mięso” jest organizacją reprezentującą interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów, działających w obrębie branży mięsnej oraz współpracujących z nią w zakresie ich działalności wytwórczej, handlowej i/lub usługowej, w szczególności wobec organów państwowych. Jako związek kształtuje i upowszechnia zasady etyki w działalności gospodarczej, w szczególności opracowując i doskonaląc normy rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym. Zamawiający, tj. Związek „Polskie Mięso” nie jest organem publicznym rozumianym zgodnie z przepisami krajowymi i art. 1 ust. 9 dyrektywy 2004/18/WE.

Większość firm zrzeszonych w Związku „Polskie Mięso” to duże i średnie, nowoczesne przedsiębiorstwa. Wyróżnia je wysoka jakość produkcji. Członkowie związku stosują najnowocześniejszą technologię uboju zwierząt i przetwórstwa mięsa. Polskie zakłady branży mięsnej należą do jednych z najnowocześniejszych w Europie. Łączny udział firm stowarzyszonych w związku, w sprzedaży mięsa i przetworów na rynku krajowym przekracza 70% w ujęciu ilościowym, natomiast w eksporcie – ponad 90% (wartość ilościowa). Potencjał polskich zakładów mięsnych, zarówno ich moce ubojowe, jak i przetwórcze, nie są w pełni wykorzystywane. Wieloletnie inwestycje w zakładach branży mięsnej sprawiły, że dziś ich zdolności przetwórcze są gotowe do przyjęcia większych nakładów prac. Zakłady mięsne zrzeszone w związku podjęły szczególny wysiłek budowy zaplecza surowcowego opartego o zasady dobrostanu zwierząt. Związek „Polskie Mięso” jest uprawniony do wyrażania opinii o projektach rozwiązań odnoszących się do funkcjonowania gospodarki oraz może uczestniczyć, na zasadach określonych w odrębnych przepisach, w przygotowywaniu projektów aktów prawnych w tym zakresie. Związek może dokonywać ocen wdrażania i funkcjonowania przepisów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, zwłaszcza w zakresie aktywności branży mięsnej oraz na jej rzecz. Dla tak dużego sektora związek stara się o stosowne miejsce w prawnych, regulacyjnych i instytucjonalnych rozwiązaniach oraz o należną pozycję w strategii gospodarczo-społecznej kraju i działaniach na forum Komisji i Parlamentu Europejskiego.

2. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest:

- I. przygotowanie co najmniej 2 propozycji projektów/kreacji/scenariuszy/koncepcji, wraz z uzasadnieniem kontekstu dotarcia do określonych grup docelowych, dla

działań przewidzianych w programie i przedstawionych w ramach *Opisu kampanii promocyjno-informacyjnej*, stanowiącego **Załącznik nr 1** do niniejszej SIWZ, obejmujących:

a) **co najmniej 2 propozycje spójnej linii kreatywnej kampanii**, zgodnie z opisem z *Załącznika nr 1* muszą się one odnosić do wszystkich działań określonych w założeniach programu i uwzględniać następujące informacje:

- każdy materiał opublikowany w ramach przedmiotowej kampanii musi zostać opatrzony informacją o jej finansowaniu oraz wymaganymi logotypami.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
 WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ
 ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja
 Rynku
 Rolnego

- w powyższym pasku informacyjnym należy dodatkowo uwzględnić zapis o finansowaniu kampanii ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego o treści:

KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA RÓWNIEŻ ZE ŚRODKÓW
 FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WIEPRZOWEGO

- oraz logotyp organizacji proponującej, w tym przypadku logotyp Związku "Polskie Mięso":

Polskie Mięso

- Ponadto na wszystkich wyprodukowanych w ramach programu materiałach informacyjnych i/lub promocyjnych będzie obowiązkowe umieszczenie hasła „Enjoy! it’s from Europe”. Podpis ten powinien być w języku angielskim, jednak dopuszcza się jego tłumaczenie na język rynku docelowego w formie przypisu.



Szczegółowe wytyczne dotyczące wykorzystywania podpisu (hasła), jak również pliki graficzne można pobrać ze strony promocyjnej portalu Europa: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/index_en.htm

Ponadto będzie się wymagać umieszczania zwrotów tematycznych takich jak: ochrona środowiska, jakość i bezpieczeństwo jedzenia, różnorodność / różnorodność, zdrowie, tradycja, w ramach programu na materiałach o większej powierzchni reklamowej, na których nie będzie problemu z ich odczytaniem.

- b) **co najmniej 2 projekty stoiska targowego** przygotowane na potrzeby udziału w imprezach targowych wskazanych w *Załączniku nr 1*;
- c) **co najmniej 2 szczegółowe scenariusze organizacji spotkania B2B** w ramach misji gospodarczej w Japonii i Kanadzie wraz ze wskazaniem miejsca i operacyjnego planu wydarzeń;
- d) **co najmniej 2 projekty materiałów informacyjno-promocyjnych** zaplanowanych w ramach programu wraz z ich identyfikacją;
- e) **co najmniej 2 projekty stroju dla hostess** przygotowane na potrzeby imprez targowych;
- f) **co najmniej 2 projekty koncepcji pokazów kulinarnych** realizowanych w ramach imprez targowo-wystawienniczych;

Powyższe propozycje projektów/kreacji/scenariuszy/koncepcji, przygotowane przez Oferenta wraz z uzasadnieniem kontekstu dotarcia do określonych grup docelowych, dla działań przewidzianych w programie i przedstawionych w ramach Opisu programu, stanowiącego *Załącznik nr 1* do niniejszej SIWZ, powinny stanowić odrębny dokument.

- II. Przygotowanie propozycji zwiększenia efektywności kosztowej dla działań zaplanowanych do realizacji w ramach przedmiotowego programu i przedstawionych w *Załączniku nr 1* do niniejszej SIWZ. Propozycję rozwiązań zwiększających efektywność zaplanowanych działań. W ramach założonych kosztów należy przedstawić w formie tabeli według poniższego wzoru:

L.p.	Założone działanie	Założony koszt działania	Propozycja zwiększenia efektywności kosztowej działania	Uzasadnienie w odniesieniu do celów kampanii
1.				
2.				

...				
-----	--	--	--	--

Propozycja zwiększenia efektywności kosztowej założonych działań nie może ingerować w rodzaj działania ani w założony budżet przedstawiony w *Załączniku nr 1* do SIWZ.

Ponadto zaproponowane w powyższym zakresie rozwiązania powinny zostać naniesione przez Oferenta bezpośrednio na *Załącznik nr 1* do SIWZ, tj. Opis programu promocyjno-informacyjnego, w trybie rejestracji zmian lub poprzez zaznaczenie ich innym kolorem czcionki, pozwalając na ich łatwe zidentyfikowanie.

- III. Wdrożenie trzyletniej kampanii promocyjno-informacyjnej dot. **mięsa wieprzowego** realizowanej na rynku Japonii i Kanady w oparciu o opis ww. kampanii, stanowiący *Załącznik nr 1* do niniejszej specyfikacji. Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy z Agencją Rynku Rolnego.
- IV. Realizacja programu, zgodnie z przedstawionym w ofercie opisem oraz uwagami Zamawiającego a także Agencji Rynku Rolnego przedstawianymi w trakcie realizacji.
- V. Dokonanie pomiaru efektywności ww. kampanii promocyjno-informacyjnej, zgodnie z opisem ww. kampanii stanowiącym *Załącznik nr 1* do niniejszej specyfikacji, przez niezależny podmiot badawczy, będący ekspertem w danej dziedzinie.

3. Wartość przedmiotu zamówienia

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi **906 806,00 EURO netto** (w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań w ramach programu, pomiar efektywności programu, koszty zabezpieczenia należytego wykonania umowy, tj. koszty gwarancji bankowej Organizacji Proponującej na rzecz ARR, koszty ogólne oraz wynagrodzenie Organizacji Wdrażającej).

Wskazany budżet nie zawiera podatku VAT na poziomie 23%.

4. Podstawa prawna

Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.64.16.93 ze zm.) art. 70¹ - 70⁵.

- I. Zamawiający przygotuje i przeprowadzi postępowanie przetargowe w sposób zapewniający zachowanie uczciwej konkurencji oraz równe traktowanie wykonawców.
- II. Program realizowany będzie w ramach mechanizmu Wspólnej Polityki Rolnej „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”.
- III. Szczegółowe zasady ubiegania się o dofinansowanie ze środków UE i rozliczania programu określają:
 - a) rozporządzenie Rady (WE) NR 3/2008 z dnia 17 grudnia 2007 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich, z późn. zm.;
 - b) rozporządzenie Komisji (WE) NR 501/2008 z dnia 5 czerwca 2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich, z późn. zm.;
 - c) rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) NR 1085/2011 z dnia 27 października 2011 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 501/2008 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich;
 - d) rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) NR 737/2013 z dnia 30 lipca 2013 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 501/2008 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich;
 - e) rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) NR 796/2014 z dnia 23 lipca 2014 roku zmieniające rozporządzenie (WE) nr 501/2008 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich.
- IV. Czynności związane z przygotowaniem oraz przeprowadzeniem postępowania przetargowego wykonują osoby zapewniające bezstronność i obiektywizm.

5. Termin realizacji zamówienia

Zamówienie realizowane będzie od dnia podpisania umowy na realizację ww. programu, pomiędzy Związkiem „Polskie Mięso” a Agencją Rynku Rolnego (ARR), które nastąpi w terminie do 90 dni od notyfikacji decyzji Komisji Europejskiej, tj. najpóźniej od 20 lipca

2015 r., do zakończenia realizacji działań promocyjno-informacyjnych (36 miesięcy), tj. najpóźniej do 19 lipca 2018 roku.

W przypadku niepodpisania umowy z ARR, Wykonawca nie otrzyma żadnego wynagrodzenia (w tym za przygotowanie i złożenie oferty).

6. Zasady dotyczące postępowania

- I. Postępowanie przeprowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
 - a. Opublikowanie zaproszenia do składania ofert.
 - b. Komisyjne otwarcie ofert, ocena spełnienia przez Oferentów wymogów formalno-prawnych (w tym ewentualne uzupełnienie wymogów formalno-prawnych).
 - c. Ocena złożonych ofert.
 - d. Wybór najkorzystniejszej oferty.
- II. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- III. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- IV. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- V. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- VI. Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. Wykonawcy występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu przetargowym i zawarcia umowy w przypadku wyboru Wykonawcy.
- VII. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w pkt. 7. niniejszego dokumentu, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

6.1. W postępowaniu mogą wziąć udział Oferenci, spełniający następujące warunki formalno-prawne:

- a) Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej;
- b) Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
- c) Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie;
- d) Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
- e) Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym;
- f) Posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;
- g) Nie podlegają wykluczeniu z procedury.

W przypadku złożenia formularza ofertowego, stanowiącego **Załącznik nr 2** do SIWZ, przez Konsorcjum firm, konieczne jest załączenie dodatkowo dokumentu, o którym mowa w pkt. 6.4 ppkt. h.

6.2. Z niniejszej procedury wyklucza się:

- a) Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując je nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata;
- b) Oferentów, w stosunku, do których otwarto likwidację lub, których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
- c) Oferentów, którzy nie spełniają warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w pkt. 1.1.;
- d) Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;
- e) Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- f) Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 1.1.;
- g) Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

6.3. Wymogi formalne przy przygotowaniu oferty:

- a) Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą specyfikacją i opisem kampanii promocyjno-informacyjnej określonym w *Załączniku nr 1* do niniejszej specyfikacji.
- b) 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.
- c) Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w specyfikacji muszą spełniać następujące wymogi:
 - 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;

- w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone **pełnomocnictwo**, w oryginale lub w kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
 - 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 poświadczone notarialnie.
- d) Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- e) 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.
- f) Zaleca się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone ze sobą w sposób trwały.
- g) 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.
- h) Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części oferty, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

6.4. Dokumentacja wymagana na etapie składania oferty:

- a) **Formularz ofertowy stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków, dopuszczający do udziału w postępowaniu** – weryfikacja spełnienia warunku w oparciu o formularz ofertowy zgodnie ze wzorem stanowiącym *Załącznik nr 2* do niniejszej specyfikacji;
- b) **Potwierdzenie posiadania statusu przedsiębiorcy** – weryfikacja w oparciu o:
- aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert;
 - opis działalności firmy, w tym zakres świadczonych usług;

- oświadczenie Oferenta potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy, w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, zawarte w formularzu ofertowym - *Załącznik nr 2* do SIWZ.

c) Potwierdzenie posiadania doświadczenia i wiedzy – weryfikacja w oparciu o:

- wykaz kampanii zrealizowanych w ostatnich 5 latach w branży spożywczej, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - za ten okres, w podziale na klient/produkt/całkowity budżet kampanii netto/wykorzystywane kanały komunikacji, w tym min. 1 kampanii o całkowitym budżecie netto powyżej 1,5 mln PLN;
- załączona min. 1 referencja dla kampanii zrealizowanej w ostatnich 5 latach w branży spożywczej, o całkowitym budżecie netto powyżej 1,5 mln PLN;
- wykaz działań wystawienniczo – targowych zrealizowanych w okresie ostatnich 4 lat na rynkach zagranicznych wraz z dołączoną dokumentacją zdjęciową;
- załączona min. 1 referencja dla działań wystawienniczo – targowych zrealizowanych w przeciągu ostatnich 4 lat na rynkach zagranicznych;
- oświadczenie Oferenta, że posiada doświadczenie i wiedzę zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia, zawarte w formularzu ofertowym, stanowiącym *Załącznik nr 2* do SIWZ.

W przypadku Wykonawców występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów.

d) Potwierdzenie dysponowania odpowiednim potencjałem ludzkim – weryfikacja w oparciu o:

- imienną listę członków zespołu, którzy będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia, niezbędnych do wykonania zamówienia a także czynności przypisanych każdej ze wskazanych osób, jak również wykaz podwykonawców, którym Oferent zamierza zlecić realizację działań w ramach programu dot. mięsa wieprzowego skierowanego na rynek Japonii i Kanady pt. „Rozsmakuj się w Europie” wraz z wykazem tych działań przypisanych do każdego z podwykonawców. W przypadku zmiany osób lub podmiotów, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia na późniejszym etapie postępowania lub w trakcie realizacji kampanii Oferent zobowiązuje się do zapewnienia, aby nowo zaproponowane osoby lub podmioty posiadały kwalifikacje co najmniej takie jak osoby lub podmioty, które się wycofały z uczestnictwa w postępowaniu.

- oświadczenie Oferenta, że dysponuje odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia, zawarte w formularzu ofertowym, stanowiącym *Załącznik nr 2* do SIWZ.
- e) Potwierdzenie dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym** – weryfikacja w oparciu o oświadczenie Oferenta, że posiada potencjał techniczny gwarantujący poprawną i terminową realizację zamówienia, zawarte w formularzu ofertowym, stanowiącym *Załącznik nr 2* do SIWZ.
- f) Potwierdzenie warunku – sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewniająca realizację zamówienia** - weryfikacja w oparciu o:
- sprawozdanie finansowe, a jeżeli podlega ono badaniu przez biegłego rewidenta zgodnie z przepisami o rachunkowości również z opinią odpowiednio o badanym sprawozdaniu albo jego części, a w przypadku Oferentów nie zobowiązanych do sporządzania sprawozdania finansowego innych dokumentów określających obroty oraz zobowiązania i należności - za okres nie dłuższy niż ostatnie trzy lata obrotowe, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - za ten okres. W przypadku kiedy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów;
 - zaświadczenia z banku o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 1 600 000 PLN (słownie: jeden milion sześćset tysięcy złotych). W przypadku kiedy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, dokument ten składany jest przez Lidera konsorcjum;
 - oświadczenie Oferenta, że znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację zamówienia, zawarte w formularzu ofertowym, stanowiącym *Załącznik nr 2* do SIWZ.
- g) Potwierdzenie warunku – ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności** - weryfikacja w oparciu o aktualną polisę, a w przypadku jej braku innego dokumentu potwierdzającego, że Oferent jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności w wysokości min. 1 500 000 PLN (słownie: jeden milion pięćset tysięcy złotych). Jeżeli Wykonawcy wspólnie (np. w ramach konsorcjum) ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa Lider konsorcjum lub grupa Konsorcjantów.
- h) Potwierdzenie warunku – umowa konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – weryfikacja w oparciu o umowę konsorcjum (umowę cywilno-prawną) ze wskazaniem Lidera konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z Konsorcjantów.

- i) **Sposób oceny powyższych warunków.** Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty (tabela oceny stanowi *Załącznik nr 3* do SIWZ).
- j) **Oferent zobowiązany jest złożyć w terminie do dnia 03.07.2015 r., do godz. 11.00**
- formularz ofertowy zgodny z treścią z *Załącznika nr 2* do niniejszej specyfikacji razem z ofertą programu promocyjno-informacyjnego, przygotowaną zgodnie z zapisami SIWZ;
 - dokument potwierdzający wniesienie wadium w formie określonej w pkt. 6.7. niniejszej specyfikacji.
- k) **Wszystkie kserokopie dokumentów załączone do oferty muszą być poświadczone za zgodność z oryginałem przez osobę uprawnioną do reprezentowania Oferenta.**

6.5. Termin związania ofertą

Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres **16 miesięcy**. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

6.6. Miejsce i forma składania ofert programu

- a) Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert;
- b) Ofertę należy złożyć w formie papierowej w **2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 1 egzemplarzu (płyta CD lub pendrive)**.
- c) Opakowanie powinno być oznakowane jako „OFERTA” oraz opatrzone nazwą przedmiotu zamówienia oraz co najmniej nazwą i adresem Oferenta.
- d) Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

Oferta na:

**WDROŻENIE KAMPANII PROMOCYJNO – INFORMACYJNEJ DOT. MIĘSA WIEPRZOWEGO
REALIZOWANEJ NA RYNKU JAPONII I KANADY
PT. „ROZSMAKUJ SIĘ W EUROPIE”
przygotowana przez (nazwa i adres Oferenta)**

Nie otwierać przed godz. 11.15 w dniu 03.07.2015 r.

- e) Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego: ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa do dnia 03.07.2015 roku, do godz. 11.00. Dla ofert przesłanych pocztą liczy się data i godzina dostarczenia oferty pod wskazany adres.
- f) Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.
- g) Oferent może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.
- h) Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniami „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
- i) Otwarcie ofert nastąpi w dniu 03.07.2015 roku, o godz. 11.15, w siedzibie Zamawiającego, w Warszawie przy ulicy Chałubińskiego 8.
- j) Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

6.7. Wadium

1. Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie 50 000,00 PLN (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).
2. Wadium może być wnoszone w następujących formach:
 - w gotówce,
 - w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
 - w gwarancjach bankowych,
 - w gwarancjach ubezpieczeniowych.

Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z ww. form musi być załączony do oferty w formie oryginału.

3. W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na rachunek bankowy Zamawiającego, tj. Związku „Polskie Mięso”:

Nazwa banku: **Bank Handlowy w Warszawie S.A. VI O/ Warszawa**

Numer rachunku: **07 1030 1654 0000 0000 0301 7000**

Dowód wniesienia wadium w gotówce, w rubryce „tytułem” musi zawierać sformułowanie: **„Wadium w postępowaniu przetargowym na wdrożenie kampanii promocyjno-informacyjnej dotyczącej wieprzowiny realizowanej na rynku Japonii i Kanady pt. „Rozsmakuj się w Europie”.** Dowód należy załączyć do oferty składanej w odpowiedzi na zaproszenie do składania ofert.

Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi jeżeli:

- upłynął termin związania ofertą lub
- zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy lub

- Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub
- Zamawiający nie podpisze umowy na realizację przedmiotowego programu z Agencją Rynku Rolnego (ARR).

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

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

4. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:
 - odmówi podpisania umowy;
 - zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

6.8. Kryteria oceny ofert

	KRYTERIUM	MAKSYMALNA LICZBA PUNKTÓW
K1	Kreacja dla kampanii	60
K2	Efektywność kosztowa działań	40
	RAZEM	100 pkt.

KRYTERIUM K1 – KREACJA DLA KAMPANII

Kryterium C1 będzie rozpatrywane na podstawie przedstawionych propozycji projektów/kreacji/scenariuszy/koncepcji, wraz z uzasadnieniem kontekstu dotarcia do określonych grup docelowych, dla działań zaplanowanych do realizacji w kampanii i przedstawionych w Opisie programu stanowiącym *Załącznik nr 1* do niniejszej SIWZ.

Wszystkie przedstawione przez danego Oferenta propozycje projektów/kreacji/scenariuszy/koncepcji zostaną ocenione przez członków Komisji, jednakże do ostatecznej oceny oferty złożonej przez danego Oferenta wzięta zostanie jedynie najlepiej oceniona propozycja projektów/kreacji/scenariuszy/koncepcji, tj. propozycja, która uzyska najwyższą liczbę punktów.

Kryterium K1 będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej (jednak nie większej niż 60 punktów) oferty proponowanej przez Oferenta dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej następujące obszary:

- Atrakcyjność wizualna – max. 20 pkt.;

- Atrakcyjność przekazu (zaproponowane hasła, scenariusze) – max. 5 pkt.;
- Spójność kreacji kampanii – max. 10 pkt.;
- Uzasadnienie linii kreatywnej w kontekście dotarcia do grup docelowych – max. 20 pkt.;
- Innowacyjność rozwiązań kreatywnych (oryginalność) – max. 5 pkt.

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

$$K1 = \frac{\text{Suma indywidualnych ocen (w skali 1-60) członków Komisji przyznanych ocenianej ofercie}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej oceny ocenianej oferty}}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w ramach kryterium K1 maksymalnie ocenę 60 pkt.

KRYTERIUM K2 – EFEKTYWNOŚĆ KOSZTOWA DZIAŁAŃ

Kryterium K2 będzie rozpatrywane na podstawie przedstawionej propozycji zwiększenia efektywności działań zaplanowanych do realizacji w ramach kampanii i przedstawionych w Opisie kampanii stanowiącym *Załącznik nr 1* do niniejszej SIWZ.

Kryterium K2 będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej (jednak nie większej niż 40 punktów) oferty proponowanej przez Oferenta dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej następujące obszary:

- jakość zaproponowanych rozwiązań zwiększających efektywność kosztową – max. 15 pkt.
- ilość zaproponowanych rozwiązań zwiększających efektywność kosztową w odniesieniu do liczby wprowadzonych zwiększeń ogółem we wszystkich kategoriach kosztowych/działaniach – max. 20 pkt.
- uzasadnienie zaproponowanych rozwiązań zwiększających efektywność kosztową w odniesieniu do założonych celów programu – max. 5 pkt.

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

$$K2 = \frac{\text{Suma indywidualnych ocen (w skali 1-40)} \\ \text{Członków Komisji przyznanych ocenianej ofercie}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej} \\ \text{oceny ocenianej oferty}}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w ramach kryterium K2 maksymalnie ocenę 40 pkt.

Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę = K1 + K2

Maksymalnie Oferent może uzyskać 100 punktów. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą sumę punktów przyznanych za spełnianie wszystkich kryteriów oceny oferty.

7. Harmonogram postępowania przetargowego

Termin	Działanie
12.06.2015 r.	Opublikowanie zaproszenia do składania ofert
03.07.2015, godz. 11.00	Ostateczny termin na złożenie oferty wraz z wymaganą dokumentacją
03.07. 2015 r., godz. 11.15	Komisyjne otwarcie ofert
Od 03.07.2015 r. do 06.07. 2015 r.	Weryfikacja spełnienia przez Oferentów wymogów formalno-prawnych i ocena złożonych ofert. Wezwanie Oferentów do ewentualnego uzupełnienia dokumentacji
Od 06.07.2015 r. do 08.07.2015 r., do godz. 17.00	Termin na ewentualne uzupełnienie złożonej przez Oferentów dokumentacji przetargowej
Do 09.07.2015 r., do godz. 17.00	Decyzja o wyborze najkorzystniejszej oferty oraz poinformowanie Oferentów o wynikach postępowania przetargowego.

8. Warunki i termin zawarcia umowy z Wykonawcą

- a) Warunkiem zawarcia umowy z Wykonawcą, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą jest wniesienie przez niego zabezpieczenia należytego wykonania umowy w formie wpłaty gotówkowej na kwotę w Euro, stanowiącą 15% maksymalnej wartości netto kosztów rocznego wkładu finansowego Wspólnoty i budżetu krajowego, tj. kwoty w wysokości **42 118, 92 EUR**.
- b) Zabezpieczenie należy wpłacić w walucie polskiej, przyjmując do celów przeliczeniowych ostatni kurs wymiany waluty wyznaczony przez Europejski Bank Centralny (EBC), w miesiącu poprzedzającym pierwszy dzień miesiąca, w którym

nastąpi wpłata. Jeżeli zestawienie kosztów na poszczególne lata kampanii będzie się różnić, co do wartości, wówczas kwota zabezpieczenia będzie obliczana w oparciu o najwyższą wartość.

- c) Zabezpieczenie winno być dostępne dla Zamawiającego przed podpisaniem umowy. Wykonawca wpłaca zabezpieczenie przelewem na rachunek bankowy wskazany przez Zamawiającego.
- d) Zabezpieczenie należytego wykonania umowy zostanie zwolnione i zwrócone Wykonawcy po stwierdzeniu prawidłowego wykonania umowy naipóźniej 10 miesięcy od zakończenia kampanii. Umowa kończy się po dokonaniu ostatecznego rozliczenia pomiędzy Wykonawcą a Związkiem „Polskie Mięso”.
- e) Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy ponosi Wykonawca.
- f) O miejscu i terminie zawarcia umowy Związek „Polskie Mięso” niezwłocznie powiadomi wybranego Wykonawcę. Jednakże zawarcie umowy z Wykonawcą nastąpi przed podpisaniem umowy z ARR.
- g) Umowa wejdzie w życie z dniem podpisania umowy z Agencją Rynku Rolnego przez Zamawiającego, co nastąpi najpóźniej w dniu 20 lipca 2015 roku.
- h) Warunki realizacji zamówienia zawiera Projekt Istotnych Postanowień Umowy (*Załącznik nr 4 do SIWZ*).

9. Sposób udzielania wyjaśnień w sprawie postępowania

- a) Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego o wyjaśnienie Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia na piśmie, nie później jednak niż na 7 dni przed terminem otwarcia ofert.
- b) Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
- c) W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
- d) Istotnych Warunków Zamówienia.
- e) Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia oraz zostanie opublikowana na stronie www.polskie-mieso.pl.
- f) Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
- g) Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi od czasu otrzymania korespondencji drogą listowną. Wszelką korespondencję dotyczącą prowadzonego postępowania należy kierować na adres Biura Związku „Polskie Mięso”.

10. Załączniki:

- *Załącznik 1 – Opis kampanii promocyjno-informacyjnej dot. mięsa wieprzowego realizowanej na rynku Japonii i Kanady pt. „Rozsmakuj się w Europie”*
- *Załącznik 2 – Wzór formularza ofertowego*
- *Załącznik 3 – Tabela oceny*
- *Załącznik 4 – Projekt Istotnych Postanowień Umowy (IPU)*
- *Załącznik 5 – Koszty kwalifikowane i niekwalifikowane*