

ZAPYTANIE OFERTOWE nr ZPM 12/2/2022
dotyczące
przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu
„Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja”

1. Informacja o podstawach prawnych

Postępowanie dotyczące wyboru Wykonawcy prowadzone jest zgodnie z konkurencyjną procedurą wyboru na podstawie prawa, w szczególności:

1. ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1496);
2. ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (t.j. Dz. U. 2022, poz. 1360);
3. rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322);
4. Zasad Obsługi Funduszy Promocji Produktów Rolno-Spożywczych, stanowiących Załącznik nr 1 do Zarządzenia Nr 06/2022/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 20 stycznia 2022 r.

Ilekcroć w Zapytaniu Ofertowym jest mowa o Wykonawcy należy przez to również rozumieć Oferenta.

2. Informacja o Zamawiającym

Związek „Polskie Mięso”

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa

KRS 0000063289, NIP 526-17-19-336, Regon 010700994

Tel. +48 22 830 26 56

mail: biuro@polskie-mieso.pl

Związek „Polskie Mięso” to organizacja, która reprezentuje 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.

Zrzeszenie kształtuje i upowszechnia zasady etyki w działalności gospodarczej, w szczególności opracowując i doskonaląc normy rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym.

Zadaniem Związku „Polskie Mięso” jest przyczynianie się do tworzenia warunków rozwoju życia gospodarczego oraz wspieranie inicjatyw gospodarczych członków. Równocześnie ZPM może, we współpracy z właściwymi organami oświatowymi, popierać rozwój kształcenia zawodowego, wspierać naukę zawodu w zakładach pracy oraz doskonalenie zawodowe pracowników. Istotnym zadaniem Związku Polskie Mięso jest również promocja mięsa oraz wyrobów z niego.

3. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu pt. „MARKA POLSKIE MIĘSO - Polska Smakuje - kontynuacja V edycja”.

| PODSTAWOWE DANE O PROJEKCIE | |
|-------------------------------------|---|
| Nazwa projektu | Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja. |
| Łączny termin realizacji | Od 1 grudnia 2022 do 30 czerwca 2023 roku Realizacja działań w całym okresie kampanii, a nasilenie działań na okres Świąt Wielkanocnych oraz Majówki. |
| Miejsce realizacji | Polska. |
| Cele kampanii | <ul style="list-style-type: none">• Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski.• Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny w Polsce.• Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce. |
| Adresaci | Bezpośrednio konsumenci w wieku 20-60 lat, mieszkańcy dużych miast oraz konsumenci za pośrednictwem opiniotwórców: dziennikarze, blogerzy i influencerzy o tematyce lifestylowej, kulinarnej, zdrowotnej i fitness, dietetycy i organizacje wspierające właściwy styl żywienia oraz HoReCa. |
| Budżet zamówienia | 1 890 000,00 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT. |
| Niedopuszczalność ofertowa | W ofercie proponowane działania nie mogą być przedstawione jako alternatywa, warianty (wariantowość). |
| Źródło finansowania projektu | Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego, Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego. |
| Obowiązkowa informacja | Projekt jest finansowany ze środków funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, o których mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1496). Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania biuletyn, korespondencja mailowa i pisemna, muszą być oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania: |

| | |
|-------------------------------|--|
| | <p>„Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego oraz z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”</p> <p>oraz logo Zamawiającego.</p> <p>Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.</p> |
| Monitoring i ewaluacja | <p>Monitoring mediów realizacji zadania zostanie zlecony niezależnemu podmiotowi, co pozwoli na obiektywną ocenę realizacji projektu.</p> <p>Efekty kampanii zostaną zmierzone za pośrednictwem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • liczbowych podsumowań oglądalności lokowań treści kampanii w TV, • liczbowych podsumowań w odsłonach stron kampanii, • liczby podsumowań publikacji w social mediach, • badań efektywności kampanii dokonanych przez niezależny podmiot. |
| Obowiązek kaucji | <p>Wybrany Wykonawca w ciągu 7 dni od zawarcia umowy musi wpłacić na konto Zamawiającego kaucję w wysokości 100 tys. złotych tytułem zabezpieczenia należytego wykonania umowy. Kaucja będzie zwrócona w ciągu 7 dni od dnia całkowitego rozliczenia kampanii KOWR z Zamawiającym. Szczegóły w projekcie umowy – Załącznik nr 7.</p> |

4. Opis i cele

4.1. Kontekst zadania

Konsumenci, dziennikarze, lekarze a także dietetycy wciąż mają fałszywe przekonanie na temat szkodliwego wpływu mięsa na zdrowie człowieka.

W przypadku drobiu jest potrzeba walki ze stereotypem używania – w produkcji tego rodzaju mięsa – antybiotyków i hormonów oraz GMO.

Z kolei w przypadku wieprzowiny konieczna jest walka ze stereotypem nadmiernej ilości tłuszczu i cholesterolu w tym mięsie.

Antidotum, według wielu ekspertów i mediów, ma być dieta wegańska, która jest powszechnie lansowana. W efekcie coraz więcej osób, w swojej diecie, unika mięsa drobiowego oraz wieprzowego.

Media, zwłaszcza internetowe, są pełne niefachowej wiedzy na temat mięsa. Dlatego konieczne jest dostarczenie konsumentom rzetelnych informacji, by mogli oni dokonywać właściwych dla

siebie wyborów dla prawidłowego odżywiania. Celem jest także zachęcanie do kupowania mięsa pochodzącego z Polski.

Związek Polskie Mięso dotychczas zrealizował cztery edycje kampanii Marka Polskie Mięso Polska Smakuje.

4.2. Cele

1. Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski.
2. Wzrost sprzedaży polskiej wieprzowiny, utrzymanie poziomu krajowej konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów (poprzez działania mające na celu informowanie o jakości i cechach/zaletach mięsa wieprzowego, w tym o systemach jakości).
3. Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.
4. Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu.

5. Opis założeń projektu

5.1. Informacje ogólne

Przedmiotem zapytania ofertowego jest przygotowanie i zrealizowanie kontynuacji kampanii pod tytułem „Marka Polskie Mięso - Polska Smakuje”, dotyczącej mięsa wieprzowego i mięsa drobiowego oraz ich przetworów. Idea oraz cele patrz Rozdział 4. Opis i cele.

Jest to już piąta edycja. Więcej informacji znajduje się stronie www.pewnejestjedno.pl.

UWAGA:

Domena projektu musi być kontynuowana. Z kolei treści publikowane na stronie nie mogą być kopią lub przeróbką tego, co było albo zawierać te same pomysły i rozwiązania, co do formy, grafiki oraz treści.

5.2. Informacje szczegółowe

5.2.1. Edukacja

Podjęte działania w ramach przedmiotowej kampanii mają pomóc w edukacji, w podniesieniu ogólnej świadomości społeczeństwa na temat branży mięsnej i samego mięsa. Edukacja konsumenta powinna uświadomić mu na jak wysokim poziomie obecnie jest produkcja mięsa drobiowego i wieprzowego. Należy także przekazać ludziom wiedzę na temat roli mięsa wieprzowego i drobiowego w zróżnicowanej diecie i prawidłowym funkcjonowaniu organizmu. Szeroka wiedza na temat najwyższej jakości polskiego mięsa oraz jego wpływu na zdrowie przyczyni się do wzrostu spożycia mięsa. W kampanii należy bazować na aktualnych doniesieniach na temat wartości odżywczej mięsa wieprzowego i drobiowego.

5.2.2. Idea komunikacji

Komunikaty do odbiorców powinny odwoływać się:

- w aspekcie hodowlanym: do pochodzenia polskiego produktu, do bogatej tradycji hodowlanej w Polsce, poszanowania aspektów dobrostanowych przez polskich hodowców;

- w obszarze produkcji i przetwarzania mięsa: do wysokich standardów produkcji i jakości mięsa, nowoczesnej infrastruktury polskich zakładów przetwórczych i nowoczesnej technologii;
- w odniesieniu do konsumentów: walory odżywcze mięsa, zrównoważona dieta, aktualna wartość odżywcza wieprzowiny i drobiu, walka ze stereotypami dotyczącymi mięsa („wieprzowina jest tłusta”, „w drobiu są hormony”).

5.2.3. Hasła kampanii

Wykonawca zobowiązany jest do wymyślenia trzech haseł kampanii:

1. jednego hasła przewodniego oraz
2. dwóch haseł pomocniczych, czyli jednym dla mięsa drobiowego i jednym dla mięsa wieprzowego.

Niezależnie od haseł kampanii elementem składowym kampanii jest hasło „POLSKIE MIĘSO – POLSKA SMAKUJE”, które należy odpowiednio połączyć z hasłami, o których mowa wyżej.

5.2.4. Systemy jakości

Wykonawca może posłużyć się w kampanii, tzn. w jej działaniach, informacją o dwóch systemach jakości właściwych dla każdego rodzaju mięsa. W przypadku wieprzowiny jest to system PQS <http://wieprzowinapqs.pl/>, a dla drobiu QAFP <https://qafp.pl/>.

5.2.5. Forma przekazu

Powinna być:

- lekka – wywołująca skojarzenie z takimi hasłami jak zdrowie, fit, dietetyczne;
- odwołująca się do natury i tradycji – szczególnie w aspektach poruszających hodowlę, dobrostan zwierząt, tradycję w polskiej produkcji mięsa i jego przetworów;
- rzeczowa, profesjonalna, merytoryczna w aspekcie badań, danych statystycznych oraz informacji naukowych popierających hasła i komunikaty kampanii.

Przekaz powinien być współczesny, nowoczesny, konkretny, rzeczowy, profesjonalny, merytoryczny, nie można w nim wyczuwać fałszu, sztuczności. Konsument powinien chcieć się zidentyfikować z naszym przekazem, zacząć pożądać polskich produktów.

6. Szczegółowy opis działań

6.1. Ogólne założenie

Działania mają być realizowane w telewizji, Internecie, prasie, w połączeniu z aktywnościami dla dziennikarzy i konsumentów. Szczegóły patrz część 6.3 niniejszego rozdziału.

Przedmiotem zadania jest przygotowanie i przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii, która swoje nasilenie ma mieć w okresie „okołoświątecznym i majówkowym”, tak by w przekazach odwoływać się do tradycji polskiej kuchni i polskiej sztuki kulinarnej.

6.2. Osoby w kampanii

W kampanii zostaną wykorzystane następujące osoby:

- a. ambasador/ambasadorzy kampanii;
- b. eksperci;
- c. dziennikarze;
- d. influencerzy/blogerzy

– według zasad i okoliczności opisanych poniżej w punkcie 6.3.

6.3. Działania w kampanii

W ramach zadania zostaną zrealizowane:

1. lokowania w TV i w prasie;
2. kampania reklamowa w mediach społecznościowych (działania na Facebooku, Instagramie, Youtube, Twitter, TikTok - lokowania treści za pośrednictwem filmów, stories i postów - wykorzystanie influencerów/blogerów);
3. konferencja prasowa otwierająca kampanię dla minimum 40 dziennikarzy w temacie i koncepcji zgodnym z założeniami kampanii, do udziału w której zostaną zaangażowani eksperci (minimum jedna osoba ze świata nauki) i ambasador/ambasadorzy kampanii (ambasador/ambasadorzy będą zaangażowani w pozostałe działania w projekcie);
4. konferencja naukowa z udziałem ekspertów i przedstawicieli mediów;
5. prowadzenie strony internetowej kampanii przez cały okres trwania kampanii oraz profili społecznościowych dedykowanych kampanii;
6. aktywności dla dziennikarzy z udziałem influencerów (minimum 2 spotkania, np. zmagania kulinarne, świąteczne spotkanie/warsztaty);
7. badanie efektywności kampanii przez niezależny podmiot.

W przypadku lokowań w TV należy wskazać:

- zakres przedmiotowy,
- kto będzie brał udział,
- sposób prezentacji,
- czas trwania lokowania,
- ilość tzw. wejść.

W przypadku wykorzystania influencerów/blogerów należy wskazać:

- liczba influencerów/blogerów,
- zakres przedmiotowy prezentacji,
- rodzaj medium społecznościowego,
- kto będzie brał udział prezentacji,
- czas, sposób oraz ilość prezentacji.

UWAGA:

Działania wskazane w część 6.3. co do ich treści, formy, ilości będą przedmiotem oceny merytorycznej przedstawionej Oferty.

6.4. Monitoring mediów

Monitoring mediów realizacji zadania zostanie zlecony niezależnemu podmiotowi, co pozwoli na obiektywną ocenę realizacji projektu.

6.5. Ewaluacja kampanii

Efekty kampanii zostaną zmierzone za pośrednictwem:

- liczbowych podsumowań oglądalności lokowań treści kampanii w TV;
- liczbowych podsumowań w odsłonach stron kampanii;
- liczby podsumowań publikacji w social mediach;
- badań efektywności kampanii dokonanych przez niezależny podmiot.

7. Zasady ologowania i stopka finansowania

Zadanie jest finansowane ze środków funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, o których mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji rolno-spożywczych (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r. poz. 1496).

W związku z powyższym wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania muszą być **oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania** o następującej treści:

„Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
i Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”

oraz musi zawsze być dodane logo Zamawiającego.

Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji i są objęte budżetem.

8. Budżet projektu

Maksymalny budżet projektu, w całym okresie kampanii wynosi 1 890 000,00 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT. Poszczególne koszty projektu zawarte są w tabeli poniżej:

| Lp. | Wykaz kosztów kwalifikowanych | Szczegółowy wykaz kosztów | Szczegółowa kalkulacja kosztów | | |
|-----|---|---|--------------------------------|------------------|--------------|
| | | | ilość | cena jednostkowa | łącznie |
| 1 | Reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach | Lokowanie w programach TV oraz prasie (tradycyjnej i internetowej) | 1 | 900 000,00 | 1 200 000,00 |
| | | Kampania reklamowa w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Tik Tok) | 1 | 300 000,00 | |
| 2 | Przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych | Opracowanie graficzne kampanii, KV | 1 | 50 000,00 | 50 000,00 |
| 3 | Organizacja szkoleń i konferencji | Organizacja konferencji prasowej | 1 | 60 000,00 | 160 000,00 |
| | | Konferencja naukowa z udziałem ekspertów i przedstawicieli mediów | 1 | 100 000,00 | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|------------|------------------|
| 4 | Prowadzenie serwisu internetowego | Prowadzenie kontynuacji strony kampanii | 1 | 40 000,00 | 60 000,00 |
| | | Prowadzenie profili społecznościowych przypisanych bezpośrednio do kampanii | 1 | 20 000,00 | |
| 5 | badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot | Badanie efektywności kampanii przez niezależny podmiot | 1 | 20 000,00 | 20 000,00 |
| 6 | Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania | Organizacja aktywności dla dziennikarzy oraz/lub influencerów (minimum 2 spotkania, np. zmagania kulinarne, świąteczne spotkanie/warsztaty) | 1 | 250 000,00 | 470 000,00 |
| | | Wynagrodzenie Agencji PR | 1 | 20 000,00 | |
| | | Udział ekspertów merytorycznych w kampanii | 1 | 30 000,00 | |
| | | Ambasador/ambasadorzy kampanii | 1 | 100 000,00 | |
| 7 | Suma | | | | 1 890 000,00 PLN |

UWAGA:

1. Koszty niezgodne ze specyfikacją projektową i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach projektu (zadania) z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.
2. Warunkiem rozliczenia poszczególnych działań jest przedłożenie wraz z odpowiednim dokumentem księgowym właściwych materiałów dowodowych, potwierdzających realizację poszczególnych działań w ramach zadania wraz z czytelną informacją o finansowaniu.

9. Warunki udziału w postępowaniu

9.1. Warunki formalne dla oferty

1. Oferta musi obejmować całość zamówienia i być sporządzona w języku polskim. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych. Oferty częściowe zostaną odrzucone.
2. Nie dopuszcza się składania ofert wariantowych.
3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę na całość zamówienia.
4. Cena oferowana za wykonanie całości przedmiotu zamówienia musi być podana w PLN w kwocie brutto.
5. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego Zapytania Ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.
6. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.

7. Wymaga się, aby **wszystkie dokumenty** składające się na odpowiedź na niniejsze Zapytanie Ofertowe miały **ponumerowane strony i były trwale ze sobą połączone w jeden dokument (ofertę)**. Szczegóły oraz inne wymogi co do warunków złożenia oferty patrz punkt 1 *Rozdziału 12 Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty* oraz poniżej punkt 8 i 10.
8. Oferta powinna:
- a. zawierać nazwę (firmę), adres lub siedzibę Wykonawcy, numer telefonu, adres e-mail do kontaktu, numer NIP (dla podmiotów polskich);
 - b. zawierać termin związania ofertą;
 - c. być podpisana: wszystkie dokumenty własne i załączniki, o których mowa w punkcie 10 niniejszej części, w tym kopie dokumentów, muszą być **podpisane** przez Wykonawcę lub przez należycie umocowanego przedstawiciela w sposób **umożliwiający identyfikację podpisu wraz z imienną pieczętką osoby podpisującej***.
9. Do udziału w postępowaniu będą dopuszczeni Wykonawcy, którzy legitymują się odpowiednią wiedzą i doświadczeniem niezbędnym do wykonania zamówienia.
10. Wykonawca zobowiązany jest złożyć wraz z Ofertą podpisaną przez osoby upoważnione zawierającą opis realizacji wszystkich działań objętych przedmiotowym zadaniem, następujące podpisane* dokumenty:
- a. Formularz Oferty – Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego;
 - b. Oświadczenie Podmiotu, że w przypadku wyboru jego oferty wyraża on zgodę na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji danego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości, zgodnie z Załącznikiem nr 2 do Zapytania Ofertowego.
 - c. Oświadczenie Podmiotu dotyczące wyrażenia zgody na udostępnienie przez Związek Polskie Mięso danych Oferenta, którego to oferta zostanie wybrana, w celu przekazania informacji innym Oferentom o zwycięskiej Ofercie, zgodnie z Załącznikiem nr 3 do Zapytania Ofertowego;
 - d. Oświadczenie Podmiotu o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, zgodnie z Załącznikiem nr 4 do Zapytania Ofertowego;
 - e. Oświadczenie Podmiotu o braku powiązań określonych w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322), zgodnie z Załącznikiem nr 5 do Zapytania Ofertowego;
 - f. Oświadczenie Podmiotu, że projekt zostanie zrealizowany z użyciem PRODUKTU POLSKIEGO, zgodnie z Załącznikiem nr 6 do Zapytania Ofertowego
 - g. Wzór umowy zgodnie z Załącznikiem nr 7 do Zapytania Ofertowego.
 - h. Wykaz kampanii z trzech ostatnich lat z podaniem ich budżetu.
 - i. Aktualne na dzień składania oferty odpisy z KRS albo rejestru przedsiębiorców CEIDG.

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

9.2. Warunki formalne dla Wykonawcy

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - a. nie podlegają wykluczeniu,
 - b. spełniają warunki udziału w postępowaniu,
 - c. posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2168, 2290, 2486, z 2018 r. poz. 107, 398),
 - d. znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.
2. Wykluczeniu podlegają Oferenci:
 - a. zaistniała w negatywnym zakresie choćby jedna z okoliczności wymienionych w punkcie 1;
 - b. 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. którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.

10. Odrzucenie oferty

Oferta podlega odrzuceniu, jeśli wystąpi jedna z poniższych przyczyn:

1. Nie spełnia wymogów formalnych;
2. Jej treść nie odpowiada treści Zapytania Ofertowego;
3. Została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu;
4. Jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych;
5. Została złożona po terminie.

11. Opis sposobu dokonywania oceny

Ocenianie będą wyłącznie oferty nieodrzucone, które spełniły wymogi formalne Zapytania Ofertowego. Ocena ofert zostanie przeprowadzona, przez co najmniej 2 osobową Komisję oceniającą powołaną w formie ustnej lub pisemnej przez Prezesa Zarządu Związku Polskie Mięso. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 punktów. Komisja dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

| L.P. | Nazwa Kryterium [K] | Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w danym kryterium |
|------|---------------------|--|
| 1 | Koncepcja Kampanii | 70 |
| 2 | Cena | 30 |

Kryterium [K1] – Koncepcja kampanii

W tym kryterium Komisja przydzieli każdej ocenianej ofercie odpowiednią liczbę punktów, według ustalonego przedziału punktowego „od do” dla poszczególnych kryteriów składowych. Każda oferta może otrzymać, w tym kryterium, w sumie od 0 do 70 punktów.

| | | |
|----|---|----------|
| 1. | Dopasowanie i atrakcyjność form udziału Kampanii w social mediach. | 0-10 pkt |
| 2. | Dopasowanie i atrakcyjność form udziału Kampanii w prasie. | 0-10 pkt |
| 3. | Dopasowanie i atrakcyjność form udziału Kampanii w TV. | 0-10 pkt |
| 4. | Atrakcyjność wizualna przedstawionej koncepcji graficznej Kampanii – Key Visual. | 0-10 pkt |
| 5. | Atrakcyjność koncepcji konferencji prasowej otwierającej Kampanię. Atrakcyjność koncepcji aktywności dla dziennikarzy i dopasowanie przekazu informacyjnego zaproponowanych aktywności dla dziennikarzy do specyfiki produktów objętych projektem oraz do poszczególnych grup docelowych Kampanii. | 0-10 pkt |
| 6. | Atrakcyjność i funkcjonalność oraz dopasowanie zaproponowanej formy uaktualnienia strony internetowej kampanii do specyfiki produktów objętych Kampanią oraz do grup docelowych Kampanii. | 0-10 pkt |
| 7. | Dopasowanie i atrakcyjność zaproponowanego eksperta i Ambasadorów Kampanii (ranga tytułów naukowych, zasięgi w mediach społecznościowych, dopasowanie kwalifikacji do koncepcji kampanii). | 0-10 pkt |

Kryterium [K2] – Cena brutto

W tym kryterium Komisja przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 30 punktów, natomiast pozostali Oferenci, którzy zaproponowali wyższą odpowiednio mniej punktów, obliczoną według poniższego wzoru:

$$C = \frac{C \text{ min.}}{C x} \times 30 \text{ pkt}$$

Gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena brutto”;

C min. – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

C x – cena oferty badanej.

12. Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty

- Ofertę należy złożyć do **19 stycznia 2023 roku, do godziny 10:00**, w siedzibie Związku „Polskie Mięso” przy ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa.
 - Ofertę należy złożyć w **dwóch egzemplarzach**, w zaklejonej kopercie z tytułem: „**Zapytanie ofertowe ZPM/12/2/2022**”.
 - Każdy egzemplarz osobno **musi być** albo zbindowany, albo sklejony albo w inny sposób mieć trwale połączone strony składające się na egzemplarz, tak by tworzyły jedną całość.
 - Na **dzień przed** planowanym dniem złożenia oferty **należy umówić się** telefonicznie na dzień i godzinę złożenia oferty, dzwoniąc pod numer +48 722 220 019 lub +48 500 200 168.
- Wykonawca może, przed upływem terminu składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę. Informacja o wszelkich zmianach zostanie opublikowana na stronie internetowej www.polskie-mieso.pl.
- W związku z zagrożeniem epidemicznym SARS-Cov-2 Zamawiający zastrzega sobie prawo zmiany terminu lub odwołania realizacji projektu.

4. Wszystkie koszty związane ze sporządzeniem i złożeniem oferty ponosi Wykonawca.
5. Oferty przesłane po terminie, o którym mowa w punkcie 1, nie będą rozpatrywane.

13. Dodatkowe informacje

1. Postępowanie prowadzone jest jednoetapowo i obejmie:
 - a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - b. komisyjne otwarcie ofert,
 - c. weryfikację spełnienia wymogów formalnych,
 - d. ocenę złożonych ofert,
 - e. wybór najkorzystniejszej oferty.
2. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia przez Wykonawcę części zamówienia podwykonawcom. W przypadku powierzenia podwykonawcy mają zastosowanie odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego, w sytuacjach w nim opisanych. Zamawiający zastrzega sobie prawo wglądu do umów z podwykonawcami.
3. Zamawiający nie dopuszcza negocjacji ofert.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści Zapytania Ofertowego wraz z załącznikami bez podania przyczyny. Informacje o zmianach zostaną opublikowane na stronie www.polskie-mieso.pl.
5. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
6. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
7. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
8. Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zapytaniu Ofertowym nie stanowi, ani też nie będzie stanowić zobowiązania, czy też przyrzeczenia do zawarcia umowy z jakimkolwiek podmiotem odpowiadającym na jego treść. Podmiot odpowiadający na treść niniejszego Zapytania Ofertowego wyraża zgodę na fakt, że z tytułu przygotowania i złożenia Oferty w stosunku do Związku Polskie Mięso nie będzie rościć sobie jakichkolwiek roszczeń finansowych, w szczególności zwrotu kosztów lub wynagrodzenia za jej przygotowanie, złożenie albo odszkodowania.
9. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej wśród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana, jako najkorzystniejsza, nie podpisze z Zamawiającym umowy w terminie do 7 dni od dnia rozstrzygnięcia konkurencyjnej procedury wyboru Wykonawcy albo gdyby podpisanie umowy z takim Wykonawcą (Oferentem) stało się niemożliwe z innych przyczyn, w tym tych, które są wymienione w części 9.2. punkt 2 w *Rozdziale 9. Warunki udziału w postępowaniu*.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania na każdym jego etapie lub wydłużenia terminów bez podania przyczyny i bez dokonania wyboru Wykonawcy zadania, o czym niezwłocznie poinformuje na stronie www.polskie-mieso.pl. W takiej sytuacji ma zastosowanie zdanie drugie punktu 8 niniejszego rozdziału.
11. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny. W takiej sytuacji ma zastosowanie zdanie drugie punktu 8 niniejszego rozdziału.
12. Informacja o wyniku postępowania zostanie umieszczona na stronie internetowej Związku Polskie Mięso www.polskie-mieso.pl.
13. Wykonawcy składający oferty zostaną poinformowani o wyborze najkorzystniejszej oferty drogą elektroniczną (e-mail).
14. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

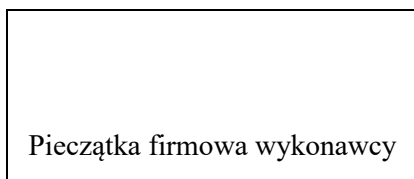
Zapytanie Ofertowe zamieszczono na stronie www.polskie-mieso.pl.

Wszelkie pytania dotyczące niniejszego Zapytania Ofertowego prosimy kierować za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail): jacek@polskie-mieso.pl.

Adres biura

Związek Polskie Mięso
ul. Chałubińskiego 8, lok. 3210
00-613 Warszawa

Serdecznie zapraszamy Państwa do udziału w powyższym projekcie.



.....
(Miejscowość, data)

FORMULARZ OFERTY

.....
(nazwa Wykonawcy)

.....
(adres lub siedziba Wykonawcy)

.....
(NIP)

.....
(nr tel., adres email)

Przystępując do udziału w postępowaniu na

.....
.....
.....

oświadczam, że:

1. Zapoznałem się z Zapytaniem Ofertowym i nie wnoszę do niego zastrzeżeń.
2. Oferuję wykonanie przedmiotu zadania w terminie i na warunkach ustalonych w Zapytaniu Ofertowym.
3. Oferuję wykonanie przedmiotu zadania zgodnie z Zapytaniem Ofertowym za cenę:
..... PLN brutto.
(słownie:..... złotych brutto).
4. Jestem związany niniejszą ofertą przez okres 30 dni od dnia na złożenie oferty.
5. Zobowiązuję się, w przypadku wyboru mojej oferty, do zawarcia umowy, stanowiącej załącznik do Zapytania Ofertowego w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy *)

** Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Pieczęć firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE

Zgoda na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego KOWR informacji w BIP

W przypadku wyboru oferty firmy

.....
.....
na realizację przedmiotowego zadania (projektu) wyrażamy zgodę na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji przedmiotowego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Pieczęć firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
Zgoda na udostępnienie danych

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. „**Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja**”, oświadczam, iż wyrażam zgodę na udostępnienie przez Związek Polskie Mięso danych firmy, w celu przekazania informacji innym Oferentom o zwycięskiej Ofercie.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Pieczętka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
o braku powiązań

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. „**Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja**”, oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

1. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
2. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji;
3. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
4. pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

.....
(Podpis i Pieczętka Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Pieczątką firmową wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
o braku powiązań proceduralnych

W imieniu własnym, jako Wykonawca, na podstawie przepisów, o których mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322), oświadczam, że:

- 1) nie pełnię funkcji członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
- 2) nie pełnię funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- 3) nie jestem osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- 4) nie pozostaję 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, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt 1–3.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Piecątka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
w sprawie „PRODUKT POLSKI”

Niniejszym oświadczamy, że projekt pt. „**Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja**” zostanie zrealizowany zgodnie z artykułem 9 ust. 1a ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (tekst jednolity Dz. U. z 2021 r. poz. 1496).

.....
(Podpis i pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Zarys UMOWY nr
zawartej w dniu 2023 r.
na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu
pt. „Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja”

w Warszawie pomiędzy:

Związkiem Polskie Mięso, ul. Chałubińskiego 8 lokal 3210, 00-613 Warszawa,
KRS: 0000063289, NIP: 5261719336, REGON: 010700994 zwaną dalej „Zamawiającym”,
reprezentowaną przez: Witolda Choińskiego, prezesa zarządu

a

..... z siedzibą w ... przy ul., wpisaną do rejestru
przedsiębiorców prowadzonym przez Sąd Rejestrowy w, Wydział Gospodarczy Krajowego
Rejestru Sądowego, pod numerem.....,
NIP.....Regon....., reprezentowanym przez:

.....
zwanym dalej „Wykonawcą” lub (w przypadku jednoosobowej działalności gospodarczej)
.....prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą.....,
z siedzibą w, przy ul., NIP.....,
Regon..... zwanym dalej „Wykonawcą”

o następującej treści:

§ 1

1. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu pt. „**Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja**”, zgodnie z Załącznikiem nr 1 stanowiącym Ofertę z dnia..... przedłożoną przez firmę w odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe ZPM 12/2/2022.
2. Wykonawca ma prawo powierzyć wykonanie usługi lub części usługi podwykonawcy, jednakże jest on odpowiedzialny wobec Zamawiającego za jego działania, jak za własne.

§ 2

Wykonawca zobowiązuje się do tego, że:

1. Dokona wszelkich uzgodnień z Zamawiającym i dochowa wszelkich formalności dotyczących realizacji przedmiotowego zadania.
2. Zadanie zostanie zrealizowane w terminie od dnia podpisania umowy do 30 czerwca 2023 roku.
3. Działanie nie przekroczy budżetu w wysokości PLN brutto.
4. Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania będą oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania „Sfinansowano z Funduszy Promocji Mięsa Wieprzowego oraz z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”, a także logo Organizatora, tj. Związku „Polskie Mięso”, a także tam, gdzie jest to uzasadnione znakiem PRODUKT POLSKI. Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo i znaku PRODUKT POLSKI muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.

5. Działanie zostanie udokumentowane w sposób jasny i niepodważalnie potwierdzający jego zrealizowanie, poprzez dostarczenie materiałów dowodowych oznaczonych stopką finansowania.
6. Wszelkie materiały dowodowe i dokumenty księgowe zostaną dostarczone do Zamawiającego w terminie do 30 dni od dnia zakończenia realizacji działania.

§ 3

1. Zamawiający dokona rozliczenia z wykonawcą w terminie do 4 miesięcy po zakończeniu zadania.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wzywania Wykonawcy do uzupełnień i wyjaśnień do dnia ostatecznego zatwierdzenia wypłaty środków finansowych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa na drodze wydanej decyzji o wypłacie środków finansowych.
3. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy którakolwiek z pozycji zrealizowanych przez Wykonawcę nie zostanie uznana za koszt kwalifikowany przez KOWR, Wykonawca zobowiązany jest do wystawienia faktury korygującej, pomniejszającej kwotę faktury dotyczącej danego działania o kwotę kosztów niekwalifikowanych/nieuznanych przez KOWR. Ponadto Wykonawca zobowiązuje się niezwłocznie zwrócić wynikającą z tego różnicę na rachunek bankowy Zamawiającego.

§ 4

1. Wszelkie zmiany w sposobie realizacji Zadania wymagają zgody Zamawiającego.
2. Zamawiającemu przysługuje prawo zgłaszania uwag do sposobu realizacji zadania, które to uwagi Wykonawca zobowiązuje się uwzględnić.

§ 5

1. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu autorskie prawa majątkowe do utworów, które powstaną w wyniku realizacji przedmiotu Umowy (dalej: Utwory) i Wykonawca, w odniesieniu do Utworów ponosi odpowiedzialność za ewentualne naruszenia praw autorskich majątkowych i osobistych osób trzecich. Wykonawca zobowiązuje się do naprawienia ewentualnych szkód po stronie Zamawiającego powstałych na skutek lub w związku z naruszeniem przez Wykonawcę praw osób trzecich w szczególności do zwrotu Zamawiającemu wszelkich wydatków poniesionych przez Zamawiającego, a obejmujących między innymi wypłacone odszkodowanie, a także wszelkie koszty poniesione w związku z dochodzeniem przez osobę trzecią roszczeń wobec Zamawiającego.
2. Utwory, które powstaną w wyniku realizacji Umowy, pozostają własnością Wykonawcy. W ramach budżetu określonego w §2 pkt. 3 Umowy Wykonawca udziela Zamawiającemu bezterminowej, nieograniczonej terytorialnie licencji na korzystanie z Utworów, na polach eksploatacji wskazanych w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1062) (dalej: Licencja). Licencja na Utwór zostaje udzielona z momentem podpisania Umowy.
3. W budżecie określonym w §2 pkt 3 zawarte jest wynagrodzenie za udzielenie Licencji.

§ 6

1. Wykonawca w ciągu 7 dni od zawarcia umowy musi wpłacić na konto Zamawiającego kaucję w wysokości 100 tys. złotych tytułem zabezpieczenia należytego wykonania umowy. Kaucja będzie zwrócona w ciągu 7 dni od dnia całkowitego rozliczenia kampanii KOWR z Zamawiającym.
2. Niewpłacenie kaucji we wskazanym terminie będzie skutkowało natychmiastowym rozwiązaniem umowy z Wykonawcą.

§ 7

1. Zamawiający na etapie realizacji niniejszej Umowy, w związku z wystąpieniem okoliczności utrudniających jej wykonanie lub okoliczności nie dających się przewidzieć albo siły wyższej, zastrzega sobie prawo zmiany niniejszej umowy.
2. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego.
4. Spory wynikłe w związku z realizacją niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
5. Termin realizacji działania biegnie od dnia podpisania niniejszej umowy do dnia 30 czerwca 2023 roku.
6. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze stron.

Zamawiający

Wykonawca

Załącznik:

Załącznik nr 1 do umowy – Formularz oferty z dnia do Zapytania Ofertowego ZPM **12/2/2022** z dnia 30 grudnia 2022 na wykonanie usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu pt. „**Marka Polskie Mięso – Polska Smakuje – kontynuacja V edycja**”.