

Warszawa, 24 września 2024

ZAPYTANIE OFERTOWE nr ZPM 01/09/2024

dotyczące przygotowania szczegółowej koncepcji i realizację działań w ramach projektu pt. „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – KONTYNUACJA VII 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. z 2024 r. poz. 1061);
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. 2020 r. poz. 2244, z 2023 poz. 1122, z 2024 poz. 641);
4. Zasad Obsługi Funduszy Promocji Produktów Rolno-Spożywczych, stanowiących Załącznik do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29 lipca 2024 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 Związek 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 VII EDYCJA”.

PODSTAWOWE DANE O PROJEKCIE	
Nazwa projektu	„MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – KONTYNUACJA VII EDYCJA”
Łączny termin realizacji	Od dnia podpisania umowy do 7 czerwca 2025 roku. Realizacja działań w całym okresie kampanii, a nasilenie działań w okresie świątecznym (Boże Narodzenie, Wielkanoc, Majówka)
Miejsce realizacji	Polska
Cele kampanii	<ul style="list-style-type: none"> • Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski; • Działania informacyjno – promocyjne wpływające na wzrost spożycia i sprzedaży polskiej wieprzowiny, poprzez zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska; • Promocja produktów ekologicznych i certyfikowanych w ramach systemów jakości; • Promocja zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości; • Utrzymanie w Polsce wysokiego poziomu konsumpcji drobiu oraz wieprzowiny; • Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu oraz wieprzowiny.

<p>Adresaci</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumenci – bezpośrednio oraz za pośrednictwem grup opiniotwórców; • Środowiska opiniotwórcze – dziennikarze, influencerzy, blogerzy, dietetycy i organizacje wspierające właściwy styl żywienia oraz branża HoReCa; • Konsumenci w wieku 20-60 lat, mieszkańcy dużych miast, narażeni na poddanie się modzie na wegetarianizm i weganizm; • Liderzy opinii – media o tematyce lifestylowej, kulinarnej, zdrowotnej i fitness.
<p>Budżet zamówienia</p>	<p>2 402 500,00 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT</p>
<p>Niedopuszczalność ofertowa</p>	<p>W ofercie proponowane działania nie mogą być przedstawione jako alternatywa, warianty (wariantowość).</p>
<p>Źródło finansowania projektu</p>	<p>Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego</p>
<p>Obowiązkowa informacja</p>	<p>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 czytelny i wyraźny:</p> <ul style="list-style-type: none"> • znakiem graficznym identyfikującym fundusze promocji (pliki graficzne dostępne na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktow-rolno-spozywczych);  <ul style="list-style-type: none"> • wyrazami „#FunduszePromocji”; <p>oraz logo Zamawiającego. Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach produkcji materiałów.</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 odstępach stron kampanii; • liczby podsumowań publikacji w social mediach; • badań efektywności kampanii dokonanych przez niezależny podmiot.
-------------------------------	--

4. Opis i cele

4.1. Kontekst zadania

Wśród opiniotwórców (media, lekarze, dietetycy), a także wśród konsumentów panuje wiele mitów na temat szkodliwego wpływu mięsa na zdrowie człowieka. Drób – potrzeba walki ze stereotypem używania w produkcji tego rodzaju mięsa antybiotyków i hormonów oraz GMO. Wieprzowina – walka ze stereotypem nadmiernej ilości tłuszczu i cholesterolu w tym mięsie. Ponadto nasila się trend wegański. Coraz więcej osób zaczyna w swojej diecie unikać mięsa nie tylko z powodów zdrowotnych ale i modowych, ponieważ obecnie, szczególnie w dużych miastach panuje moda na produkty wege. Konsumenty również często nie są świadomi pochodzenia mięsa, dlatego też ważne jest aby edukować ich w tym zakresie i zachęcać do szukania w sklepach mięsa pochodzącego z Polski.

Związek POLSKIE MIĘSO dotychczas zrealizował sześć edycji kampanii MARKA POLSKIE/POLSKA SMAKUJE.

4.2. Cele

Cele główne realizowane w ramach Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego:

- Działania informacyjno-promocyjne wpływające na wzrost spożycia i sprzedaży polskiej wieprzowiny, poprzez zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.
- Promocja zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości.
- Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski.
- Promocja produktów ekologicznych i certyfikowanych w ramach systemów jakości.

Cele główne realizowane w ramach Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego:

- Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.
- Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu.

5. Opis założeń projektu

5.1. Informacje ogólne

Przedmiotem zapytania ofertowego jest przygotowanie i zrealizowanie kampanii pod tytułem „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE”, która jest kontynuacją, a dotyczącej mięsa wieprzowego i mięsa drobiowego oraz ich przetworów. Idea oraz cele patrz rozdział 4. *Opis i Cele*.

Jest to już 7. edycja. Więcej informacji znajduje się na 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 konsumentów powinna uświadomić im na jak wysokim poziomie bezpieczeństwa obecnie jest produkcja mięsa drobiowego i wieprzowego. Należy także przekazać konsumentom wiedzę na temat roli mięsa wieprzowego i drobiowego w zróżnicowanej diecie i prawidłowym funkcjonowaniu organizmu człowieka. Szeroka bowiem 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 (np. „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 faktu, sztuczności. Konsument powinien chcieć się identyfikować z naszym przekazem, zacząć pożywać polskich produktów.

6. Szczegółowy opis działań

6.1. Ogólne założenie

Działania mają być realizowane w telewizji, Internecie, prasie, w połączeniu z aktywnościami dla dziennikarzy oraz/lub influencerów. 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:

1. minimum 1 ambasador kampanii;
2. eksperci;
3. dziennikarze;
4. 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 odstępach stron kampanii;
- liczby podsumowań publikacji w social mediach;
- badań efektywności kampanii dokonanych przez niezależny podmiot.

7. Zasady ologowania i informacja o stopce 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 produktów rolno-spożywczych (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r. poz. 1496).

W związku z powyższym, wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania, w tym przekazy audiowizualne, muszą być **oznaczone w sposób czytelny i wyraźny:**

- znakiem graficznym identyfikującym fundusze promocji (pliki graficzne dostępne na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktow-rolno-spozywczych>);



- lub wyrazami „#FunduszePromocji”;

oraz logo Zamawiającego, a także tam, gdzie jest to uzasadnione, logotypem PRODUKT POLSKI.

Uwaga:

Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji i ten koszt jest objęty budżetem.

8. Budżet projektu

Łączna kwota budżetu zadania wynosi 2 402 500,00 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT.

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowanych	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
			ilość	cena jednostkowa	łącznie
1	Reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Lokowania w programach TV, prasie tradycyjnej i internetowej oraz kampania reklamowa w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter)	1	1 500 000,00	1 500 000,00
2	Przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Opracowanie graficzne kampanii (KV)	1	62 500,00	62 500,00
3	Organizacja szkoleń i konferencji	Organizacja konferencji prasowej	1	75 000,00	200 000,00
		Konferencja naukowa z udziałem ekspertów i przedstawicieli mediów	1	125 000,00	
4	Prowadzenie serwisu internetowego	Prowadzenie strony internetowej kampanii (kontynuacja)	1	62 500,00	100 000,00
		Prowadzenie profili społecznościowych przypisanych bezpośrednio do kampanii	1	37 500,00	
5	Badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot	Badanie efektywności kampanii przez niezależny podmiot	1	32 500,00	32 500,00
6	Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Organizacja aktywności dla dziennikarzy oraz/lub influencerów (min. 2 spotkania, np. zmagania kulinarne, świąteczne warsztaty/spotkanie)	1 pakiet	312 000,00	507 500,00
		Wynagrodzenie agencji PR	1	33 000,00	
		Ambasador/Ambasadorzy kampanii	1	125 000,00	
		Udział ekspertów merytorycznych w kampanii (min. 2)	1	37 500,00	
Suma					2 402 500,00

UWAGA:

Koszty niezgodne ze specyfikacją projektową i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach projektu (zadania) z Funduszy Promocji. 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 (np. zdjęcia, umowy z podwykonawcami, zlecenia, zamówienia).

9. Warunki udziału w postępowaniu

9.1. Warunki formalne dla oferty

1. Oferta musi obejmować całość zamówienia i być sporządzona w języku polskim.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych. Oferty częściowe zostaną odrzucone.
3. Nie dopuszcza się składania ofert wariantowych.
4. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę na całość zamówienia.
5. Cena oferowana za wykonanie całości przedmiotu zamówienia musi być podana w PLN w kwocie brutto.
6. 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.
7. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.
8. Wymaga się, aby **wszystkie dokumenty** składające się na odpowiedzi na niniejsze Zapytanie Ofertowe, miały **ponumerowane strony i były trwale ze sobą połączone w jeden plik** (patrz punkt 1 Rozdziału 12 Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty).
9. 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, 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*.
10. Do udziału w postępowaniu będą dopuszczeni Wykonawcy, którzy legitymują się odpowiednią wiedzą i doświadczeniem niezbędnym do wykonania zamówienia.
11. 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. 2020 r. poz. 2244, z 2023 poz. 1122, z 2024 poz. 641), 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 minimum 3 przeprowadzonych kampanii dla branży spożywczej z trzech ostatnich lat z podaniem ich budżetu.
 - i. Aktualne na maksymalnie 5 dni roboczych przed dniem 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;

- d. jeżeli wobec osoby lub osób zarządzających Oferentem zostało wszczęte lub toczy się postępowanie karne o przestępstwa gospodarcze, korupcyjne, karno-skarbowe.

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

Oceniane 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 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.	Cena	30
2.	Koncepcja realizacji zadania	70

Kryterium [K1] – Cena brutto

W tym kryterium Komisja przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 30 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów obliczonych według wzoru zamieszczonego poniżej:

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

Gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena brutto”;

C min. – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

C x – cena oferty badanej.

Kryterium [K2] – Koncepcja realizacji zadania

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

1.	Dopasowanie i atrakcyjność form udziału Kampanii w programach TV, prasie tradycyjnej i internetowej oraz w social mediach	0-20 pkt
2.	Atrakcyjność wizualna przedstawionej koncepcji graficznej Kampanii – Key Visual oraz atrakcyjność i funkcjonalność strony internetowej Kampanii	0-15 pkt
3.	Atrakcyjność koncepcji konferencji prasowej otwierającej Kampanię oraz aktywności dla dziennikarzy i dopasowanie przekazu informacyjnego zaproponowanych aktywności dla dziennikarzy do specyfiki produktów objętych projektem oraz do poszczególnych grup docelowych Kampanii	0-15 pkt
4.	Dopasowanie i atrakcyjność zaproponowanego ekspertów i ambasadora/ambasadorów Kampanii (ranga tytułów naukowych, zasięgi w mediach społecznościowych, dopasowanie kwalifikacji do koncepcji kampanii)	0-20 pkt

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

1. Ofertę należy złożyć osobiście do **10 października 2024 roku, do godziny 12:00**, w siedzibie Związku „Polskie Mięso” przy ul. Chatubińskiego 8, 00-613 Warszawa.
 - a. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w **dwóch egzemplarzach**, w zaklejonej **jednej kopercie** z tytułem: **„Zapytanie ofertowe ZPM 01/09/2024”**.
 - b. 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.
 - c. Na **dzień przed** planowanym dniem złożenia oferty **należy umówić się** telefonicznie na dzień i godzinę złożenia oferty, dzwoniąc pod numer +48 722 220 017 lub +48 781 680 908.
2. 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 zakładce „Zapytania Ofertowe”.
3. Wszystkie koszty związane ze sporządzeniem i złożeniem oferty ponosi Wykonawca.
4. Oferty przesłane po terminie, o którym mowa w punkcie 1, nie będą rozpatrywane.

13. Dodatkowe informacje o procedurze

1. Postępowanie prowadzone jest jednoetapowo i obejmuje:
 - 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 w zakładce „Zapytania Ofertowe”.
 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 lub gdyby podpisanie umowy z takim Wykonawcą (Oferentem) stało się niemożliwe z innych przyczyn, w tym przyczyn które są wymienione w części 9.2 punkt 2.
 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 zakładce „Zapytania Ofertowe”. 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 w zakładce „Zapytania Ofertowe”.
 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 w zakładce „Zapytania Ofertowe”.

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

Adres biura:

Związek POLSKIE MIĘSO
ul. Chałubińskiego 8, lok. 3210
00-613 Warszawa

Serdecznie zapraszamy Państwa do udziału w powyższym projekcie.

Pieczątka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

FORMULARZ OFERTY

.....
(nazwa Wykonawcy)

.....
(adres lub siedziba Wykonawcy)

.....
(NIP)

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

Przystępując do udziału w postępowaniu na

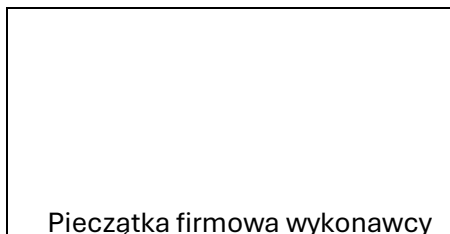
.....
.....

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:
..... PLN 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 zaciągnięcia zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE

Zgoda na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego KOWR informacji w BIP

W przypadku Wyboru Oferty Firmy

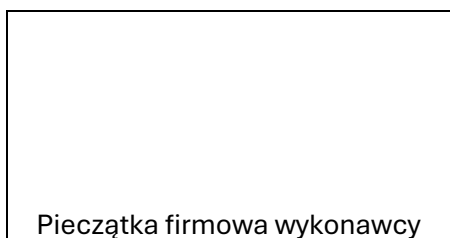
.....
.....

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 Pieczętka Wykonawcy*)

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

Załącznik nr 3 do Zapytania Ofertowego ZPM 01/09/2024



.....
(Miejscowość, data)

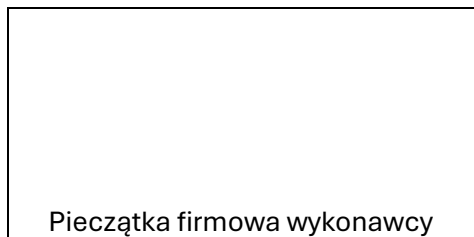
OŚWIADCZENIE

Zgoda na udostępnienie danych

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania Ofertowego dotyczącego zadania „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – kontynuacja VII edycja” oświadczam, iż wyrażam zgodę na udostępnienie przez Związek POLSKIE MIĘSO danych firmy, w celu przekazania informacji innym Oferentom o zwycięskiej Ofercie.

.....
(Podpis i Pieczętka Wykonawcy*)

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



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE o braku powiązań kapitałowych i osobowych

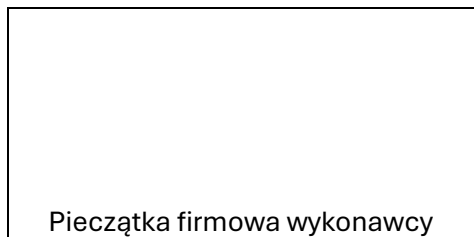
Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania Ofertowego dotyczącego zadania „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – kontynuacja VII edycja” oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

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.



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE o braku powiązań proceduralnych

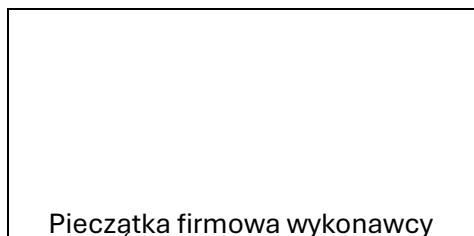
W imieniu własnym, jako Wykonawca, na podstawie przepisów, o których mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 roku w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. 2020 r. poz. 2244, z 2023 poz. 1122, z 2024 poz. 641) 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 Pieczętka Wykonawcy*)

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

Załącznik nr 6 do Zapytania Ofertowego ZPM 01/09/2024



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE w sprawie „PRODUKT POLSKI”

Niniejszym oświadczamy, że zadanie „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – kontynuacja VII 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 pieczętka Wykonawcy*)

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

Załącznik nr 7 do Zapytania Ofertowego ZPM 01/09/2024

(wzór) UMOWA nr
zawarta w Warszawie w dniu 2024 roku
na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach zadania
pt. „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – kontynuacja VII edycja”

pomiędzy:

Związkiem POLSKIE MIĘSO,
ul. Chałubińskiego 8 lokal 3210, 00-613 Warszawa,
KRS: 0000063289, NIP: 5261719336, REGON: 010700994, reprezentowaną przez Jacka
Strzeleckiego, prezesa zarządu, zwanym dalej „Zamawiającym”,

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 zadania „MARKA POLSKIE MIĘSO/POLSKA SMAKUJE – kontynuacja VII edycja” zgodnie z Załącznikiem nr 1 stanowiącym Ofertę z dnia przedłożoną przez firmę w odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe ZPM 01/09/2024.
2. Wykonawca ma prawo powierzyć podwykonawcy wykonanie usługi lub części usługi, 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 7 czerwca 2025 roku.
3. Działanie nie przekroczy budżetu w wysokości PLN brutto (słownie:).
4. Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania będą oznaczone w sposób czytelny i wyraźny znakiem graficznym identyfikującym fundusze promocji lub wyrazami „#FunduszePromocji” oraz logo Zamawiającego, tj. Związku POLSKIE MIĘSO, a także tam, gdzie jest to uzasadnione znakiem PRODUKT POLSKI. Koszty umieszczenia logo funduszy promocji, logo Zamawiającego oraz znaku PRODUKT POLSKI muszą zawierać się w kosztach ich produkcji i są objęte budżetem.
5. Działanie zostanie udokumentowane w sposób jasny i niepodważalnie potwierdzający jego zrealizowanie, poprzez dostarczenie materiałów dowodowych oznaczonych logo funduszy promocji, wyrazami „#FunduszePromocji” oraz wymaganymi logotypami.
6. Wszelkie materiały dowodowe i dokumenty księgowe zostaną dostarczone do Zamawiającego w terminie do 21 dni od dnia zakończenia realizacji działania.

§ 3

1. Zamawiający dokona końcowego rozliczenia z wykonawcą w terminie do 4 miesięcy po zakończeniu zadania.
2. W przypadku realizacji zadania podzielonego na etapy, Wykonawca zobowiązany jest do etapowego rozliczenia wykonanych prac, zgodnie z harmonogramem (załącznik numer 2 do umowy).
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wzywania Wykonawcy do uzupełnień i wyjaśnień do dnia ostatecznego zatwierdzenia wypłaty środków finansowych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (dalej także KOWR) na drodze wydanej decyzji o wypłacie środków finansowych.
4. 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.
2. 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.
 3. 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 roku (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 2509) (dalej: Licencja). Licencja na Utwór zostaje udzielona z momentem podpisania Umowy.
 4. W budżecie określonym w §2 pkt 3 zawarte jest wynagrodzenie za udzielenie Licencji.

§ 6

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 7 czerwca 2025 roku.
6. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze stron.

Zamawiający:

Wykonawca:

.....

.....

Załącznik:

1. Załącznik nr 1 do umowy – Formularz oferty z dnia do Zapytanie Ofertowe ZPM 01/09/2024 z dnia 24.09.2024 r. na wykonanie usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu „MARKA POLSKIE MIĘSO/Polska Smakuje – kontynuacja VII edycja”.
2. Załącznik nr 2 do umowy – Harmonogram/podział projektu na etapy realizacji.