

ZAPYTANIE OFERTOWE nr ZPM 01/06/2025
dotyczące
przygotowania szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu
pt. MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA

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, z 2025 r. poz. 289);
2. ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (t.j. Dz. U. 2024, poz. 1061, 1237);
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 poz. 2244, Dz. U. 2023, poz. 1122, Dz. U. 2024 poz. 641);
4. Zasad Obsługi Funduszy Promocji Produktów Rolno-Spożywczych, stanowiących Załącznik nr 1 do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29 lipca 2024 r.

Ileokroć 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. **MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA** przy założeniu udziału w stoisku od 16 do 20 firm z branży mięsnej.

PODSTAWOWE DANE O PROJEKCIE	
Nazwa projektu	MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA
Łączny termin realizacji	Od dnia podpisania umowy do 31 października 2025 roku
Miejsce realizacji	Polska, Poznań
Cele projektu realizowane w ramach Strategii Funduszy Promocji	<u>Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego:</u> • 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. <u>Fundusz Promocji Mięsa Wołowego:</u> • Wzrost spożycia w Polsce; • Wzrost popytu na polską wołowinę w UE i krajach trzecich; • Realizacja wspólnych projektów przez organizacje branżowe sektora wołowiny w zakresie promocji polskiej wołowiny.

	<u>Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego:</u> • Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce; • Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu.
Adresaci	Podmioty związane z branżą spożywczą – m. in. producenci, dystrybutorzy, hurtownicy i sprzedawcy detaliczni.
Budżet zamówienia	334 880,00 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT.
Niedopuszczalność ofertowa	W ofercie proponowane działania nie mogą być przedstawione jako warianty (wariantowość).
Źródło finansowania projektu	Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego Fundusz Promocji Mięsa Wołowego 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 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); 

	wyrazami „#FunduszePromocji”; oraz logo Zamawiającego. Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach produkcji materiałów.
Monitoring i ewaluacja	Miernikiem oceny realizacji zadania będzie poziom satysfakcji podwystawców, a wszelkie uwagi zgłaszane przez podwystawców będą w miarę możliwości na bieżąco realizowane przez organizatora. Zadanie zostanie też ocenione i podsumowane statystykami podsumowującymi liczbę odwiedzających targi, zadeklarowaną przez organizatora targów, w oparciu o metodykę SMART. Całość zostanie podsumowana raportem.

4. Opis i cele

4.1. Kontekst zadania

Targi POLAGRA co roku odwiedza tysiące profesjonalistów z całego świata, poszukujących nowości, inspiracji, a przede wszystkim nastawionych na zawarcie długoterminowych kontraktów. W edycji 2023 wzięło udział niemal 10,5 tysiąca zwiedzających oraz 200 wystawców z 30 krajów. Ważnym akcentem zrealizowanej w 2024 roku edycji była obecność przedstawicieli rządów krajów takich jak Arabia Saudyjska, Belgia, Białoruś, Chiny, Czechy, Hiszpania, Holandia, Indie, Japonia, Kanada, Litwa, Łotwa, Niemcy, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Tajwan, Ukraina, Wielka Brytania, Włochy oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie. To ważne wydarzenie w rozwoju nowych perspektyw eksportowych, w którym kluczową rolę odgrywa program Hosted Buyers, dzięki któremu menedżerowie sieci handlowych oraz hurtowni, dystrybutorzy i importerzy żywności spoza Polski mogą wziąć udział w targach na bardzo preferencyjnych warunkach.

Targi POLAGRA w Poznaniu to największe targi spożywcze w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. To idealne miejsce dla promocji polskiego mięsa i jego przetworów zarówno wśród polskich jak i zagranicznych odbiorców mięsa i wyrobów wędliniarskich. Na targach Polagra Food obecne są wiodące firmy działające w branży spożywczej, producenci, dystrybutorzy, hurtownicy i sprzedawcy detaliczni, dlatego też targi stanowią znakomitą okazję do nawiązania nowych kontaktów a także zapoznania się z szerokim asortymentem i walorami mięsa czerwonego i drobiowego oraz ich produktów. Targi POLAGRA to też okazja do podtrzymywania relacji między producentami a dostawcami polskiej branży mięsnej.

Co ważne targi POLAGRA odwiedza coraz więcej uczniów szkół gastronomicznych, co było widoczne podczas ubiegłorocznej ich edycji, a którzy z zainteresowaniem zwiedzali stoiska producentów produktów żywnościowych, w tym również stoisko zorganizowane przez Związek POLSKIE MIĘSO. Przyszli szefowie kuchni i pracownicy branży restauracyjnej mają tu okazję zapoznać się z szeroką ofertą producentów wysokiej jakości polskiego mięsa a także spróbować wielu wyrobów mięsnych oraz potraw przygotowanych na bazie polskich mięs przez profesjonalnego szefa kuchni w strefie kulinarnej stoiska MIĘSO Z POLSKI.

Udział w targach ma ogromne znaczenie dla promocji mięsa czerwonego i drobiowego w kraju i na arenie międzynarodowej. Istnieje potrzeba zdobycia nowych kontrahentów i umocnienia kontaktów z już współpracującymi firmami branży mięsnej. Istnieje także potrzeba promocji mięsa poprzez kontakty z przedstawicielami mediów, gdyż ich niepełna wiedza przekłada się na negatywny charakter komunikatów publikowanych w mediach.

Związek POLSKIE MIĘSO był pomysłodawcą i pierwszym realizatorem idei wspólnego wystawiania się branży mięsnej pod jednym hasłem „Mięso z Polski”. Dziś ta idea jest powielana nie tylko na poznańskich targach, ale również na targach poza granicami Polski. Związek wdrożył także koncepcję wspólnego stoiska, dzięki której (odpowiedni format zabudowy) możliwe było podtrzymywanie relacji między podmiotami w branży. Promocja stoiska i polskich produktów mięsnych realizowana jest zawsze na bardzo wysokim poziomie. Zarówno wystawcy jak i przedstawiciele innych organizacji reprezentujących branżę mięsną nawiązują podczas targów nowe kontakty a także odbywają spotkania ze stałymi już kontrahentami.

Problemem jest wciąż zbyt mała liczba kontrahentów i zbyt słaba współpraca z firmami branży mięsnej oraz promocja mięsa czerwonego i drobiowego poprzez kontakty z przedstawicielami mediów. Obserwuje się zbyt niski poziom wiedzy na temat walorów mięsa. Umocnienia wymaga współpraca firm branży mięsnej w dotarciu do odbiorców i prawidłowy przepływ informacji.

Targi stanowią okazję do nawiązania nowych kontaktów a także zapoznania się z szerokim asortymentem i walorami polskiego mięsa oraz jego produktów. Spotkanie w Poznaniu jest swego rodzaju platformą do dyskusji branży na temat bieżących problemów, to miejsce i okazja do wymiany poglądów. Organizacja wspólnego stoiska zrzeszającego branżę mięsną umocni ich współpracę, przepływ informacji. Spotkanie jest też okazją do zaprezentowania odbiorcom swojej najnowszej oferty. Dzięki wydarzeniu firmy dotrą też do odbiorców mięsa i zaprezentują potencjał, jakim dysponuje polski przemysł mięsny.

4.2 Cele

- Wzmacnianie relacji handlowych B2B w eksporcie z kontrahentami oraz nawiązanie nowych kontaktów handlowych między zarówno polskimi klientami jak i zagranicznymi przedstawicielami (kupcami), którzy będą gośćmi targów.

- Wymiana informacji, zapoznanie się z szerokim asortymentem różnorodnych produktów oraz zainteresowanie producentów ulepszeniem oraz wdrożeniem nowych technologii w swoich zakładach.
- 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.
- Wzrost popytu na polskie mięso w UE i krajach trzecich.
- Wzrost spożycia mięsa czerwonego w Polsce.
- Utrzymanie wysokiego poziomu spożycia mięsa drobiowego w Polsce.
- Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców.

5. Szczegółowy opis działania

W propozycji zadania uwzględniamy budowę wspólnego (zrzeszającego branżę mięsną) stoiska wystawienniczego dla 16 - 20 firm (przedstawicieli branży) oraz przedstawicieli organizacji branży mięsnej o powierzchni ok. 300m².

Na stoisku dla wystawców powinny zostać zapewnione następujące warunki:

- szafki zamykane na klucz, stół, krzesła, lamy chłodnicze lub wystawiennicze (w zależności od potrzeb wystawcy), stojaki na ulotki, wieszaki na ubrania;
- ekrany/telewizory umożliwiające wyświetlanie filmów promocyjnych (w zależności od potrzeb wystawców);
- przestrzeń wspólną z cateringiem i miejscami do siedzenia, umożliwiającą prowadzenie rozmów, która swoją powierzchnią będzie dostosowana do ilości stoisk;
- pomieszczenie dla gości specjalnych (np. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Prezesów organizacji pozarządowych) wraz z cateringiem i obsługą;
- strefa kulinarna z profesjonalnym zapleczem kuchennym, w celu realizacji pokazów „live cooking”, prowadzonych przez profesjonalnego kucharza (każdego dnia 3 pokazy z przygotowania dań na bazie polskich mięs – drobiu, wieprzowiny i wołowiny);
- lunche – min. 3 lunche na każde stoisko wystawiennicze oraz min. 10 lunchów dla gości specjalnych i przedstawicieli Organizatora;
- całonocna obsługa stoiska
- przygotowanie materiałów promocyjnych (np. ulotki, rollupy, plakaty), na których zamieszczone zostaną informacje o firmach biorących udział w stoisku oraz organizacjach branżowych.

Stoisko ma przyciągnąć jak najszersze grono gości. Spodziewamy się kilku tysięcy odwiedzających - w ubiegłym roku Targi Polagra odwiedziło ponad 8 tysięcy osób. Stoisko

ma zachować elementy wspólne, nawiązujące do całej wizji projektów „Mięso z Polski” z lat ubiegłych. Pokazy kulinarne realizowane przez profesjonalnego szefa kuchni będą miały za zadanie przyciągnięcie większego grona zwiedzających. Degustacje, pokazy kulinarne są nieodłącznym elementem targów i stanowią pewną atrakcję dla kontrahentów, którzy odwiedzają stoisko i podejmują rozmowy z wystawcami.

Na stoisku powinna zostać zapewniona również usługa profesjonalnego fotografa, który wykona relację składającą się z min. 120 zdjęć.

6. 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, 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>
- wyrazami „#Fundusze Promocji”



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

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

7. Budżet projektu

Maksymalny budżet projektu, w całym okresie kampanii wynosi **334 880,00 PLN brutto**, w tym zawarty jest podatek VAT. Poszczególne koszty projektu zawarte są w tabeli poniżej:

Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów	
	Cena jednostkowa	Łącznie
Zabudowa stoiska ok. 300m ² w tym m. in. projekt, wydruki wielkoformatowe, konstrukcja, meble, oświetlenie, ekrany, przyłącza elektryczne i wodociągowe, lody chłodnicze, media, wyposażenie zaplecza kuchennego, wynajem elementów zabudowy stoiska, montaż i demontaż stoiska	200 000,00	207 000,00

Projekt i przygotowanie pakietu materiałów informacyjnych (np. ulotki informacyjno – promocyjne, roll’upy, plakaty)	7 000,00	
Powierzchnia wystawiennicza ok. 300m ²	52 000,00	52 00,00
Wynagrodzenie obsługi stoiska (np. hostessy, kelnerzy, personel pomocniczy) min. 5 osób	12 000,00	73 000,00
Lunche dla uczestników stoiska i catering w strefie wspólnej oraz dla zaproszonych gości (min. 174 porcje)	22 000,00	
Pokazy kulinarne dla odwiedzających „live cooking” wraz z angażem profesjonalnego szefa kuchni – łącznie 9 pokazów	28 000,00	
Koordinacja działania i logistyka udziału w targach	6 500,00	
Relacja fotograficzna	4 500,00	
Nocleg dla przedstawicieli Organizatora (2 osoby x 3 doby)	2 880,00	2 880,00

Suma: 334 880,00

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 oraz Funduszu Promocji Mięsa Wołowego.
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.
3. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo do zmiany projektu zabudowy w ramach obowiązującego budżetu.

8. Warunki udziału w postępowaniu

8.1. 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. 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*.

Szczegóły oraz inne wymogi co do warunków złożenia oferty patrz punkt 1 Rozdziału 11 Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty oraz poniżej punkt 8 i 9. 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)** (patrz punkt 1 Rozdziału 12 Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty).

8. Do udziału w postępowaniu będą dopuszczeni Wykonawcy, którzy legitymują się odpowiednią wiedzą i doświadczeniem niezbędnym do wykonania zamówienia.
9. 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 poz. 2244, Dz. U. 2023, poz. 1122), zgodnie z Załącznikiem nr 5 do Zapytania Ofertowego;
- f. Wzór umowy zgodnie z Załącznikiem nr 6 do Zapytania Ofertowego.
- g. Dokument potwierdzający, że podmiot składający ofertę jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności.
- h. Aktualne na maksymalnie 5 dni roboczych przed złożeniem oferty odpisy z KRS albo rejestru przedsiębiorców CEIDG.
- i. Wykaz 3 projektów stoisk targowych o zbliżonej powierzchni wykonanych dla klientów z branży rolno-spożywczej. Przedstawione projekty nie mogą być starsze niż 5 lat na dzień składania oferty na niniejsze Zapytanie.

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

8.2. 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

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 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 realizacji zadania	70
2.	Cena	30

Kryterium [K1] – 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.	Atrakcyjność wizualizacji stoiska targowego	0-40 pkt
2.	Atrakcyjność pokazów kulinarnych	0 – 30 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

1. Ofertę należy złożyć osobiście do **3 lipca 2025 roku, do godziny 12:00**, w siedzibie Związku POLSKIE MIĘSO przy ul. Chatubińskiego 8, 00-613 Warszawa.
 - a. Ofertę należy złożyć w formie papierowej – dwa egzemplarze, w jednej zaklejonej kopercie z tytułem: „**Zapytanie ofertowe nr. ZPM 01/06/2025**”.
 - b. Każdy egzemplarz osobno **musi być** albo zbindowany, albo skleiony albo w inny sposób mieć trwale połączone strony składające się na egzemplarz, tak, by tworzyły jedną całość.
 - c. Na jeden **dzień roboczy przed** planowanym dniem złożenia oferty **należy umówić się** telefonicznie na dzień i godzinę złożenia oferty, dzwoniąc pod numer +48 722 220 018 lub 22 830 26 56.
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

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 albo gdyby podpisanie umowy z takim Wykonawcą (Oferentem) stało się niemożliwe z innych przyczyn, w tym tych, które są wymienione w *Rozdziale 8. 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 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 i 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 Oferowe”.

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.

Załącznik nr 1
do Zapytania ofertowego ZPM 01/06/2025

Pieczętka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

FORMULARZ OFERTY

.....
(nazwa Wykonawcy)

.....
(adres lub siedziba Wykonawcy)

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

.....
(NIP)

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 nr ZPM 01/06/2025.
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 Pieczętka Wykonawcy *)

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

Załącznik nr 2
do Zapytania ofertowego ZPM 01/06/2025

Pieczętka 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 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 01/06/2025

Pieczątka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
Zgoda na udostępnienie danych

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. **MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA** 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.*

Pieczętka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
o braku powiązań

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. **MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA** 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.*

Załącznik nr 5
do Zapytania ofertowego ZPM 01/06/2025

Pieczętka firmowa 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. 2020 poz. 2244, Dz. U. 2023, poz. 1122, Dz. U. 2024 poz. 641) oświadczam, że:

nie pełnię funkcji członka komisji zarządzającej funduszu promocji;

- 1) nie pełnię funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- 2) 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;
- 3) 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 01/06/2025

Pieczętka firmowa wykonawcy

.....
(Miejscowość, data)

Zarys UMOWY
zawartej w dniu 2025 r.
na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach
projektu
pt. MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA

w Warszawie pomiędzy:

Związkiem POLSKIE MIĘSO, ul. Chałubińskiego 8 lokal 3210, 00-613 Warszawa,
KRS: 0000063289, NIP: 5261719336, REGON: 010700994 zwanym dalej
„Zamawiającym”, reprezentowanym 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. **MIĘSO Z
POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA** zgodnie z Załącznikiem nr 1
stanowiącym Ofertę z dnia przedłożoną przez firmę

..... w odpowiedzi
na Zapytanie Ofertowe ZPM 01/06/2025.

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 31 października 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 oraz 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 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. 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 31 października 2025 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 **01/06/2025** z dnia 11 czerwca 2025 roku na wykonanie usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu pt. **MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA.**