

Kosów Lacki, 20.11.2020r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (twaróg chudy z Kosowa Lackiego, twaróg półtłusty z Kosowa Lackiego,

twaróg tłusty z Kosowa Lackiego, masło tradycyjne, śmietanka kremowa 30%, masło ekstra) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach

i systemie jakości, w ramach którego te produkty zostały wytworzone (system Jakość Tradycja)

realizowanego w ramach poddziałania 3.2 *Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym* objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Zamawiający:

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Kosowie Lackim

ul. Parkowa 2

08-330 Kosów Lacki

I. Przedmiot zamówienia:

Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- zgodnie z treścią zapytania przedstawioną poniżej.

II. Oferta winna zawierać przynajmniej:

1. Pełną nazwę i adres oferenta oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze (np. KRS), w którym ujawniony jest oferent. Zapisy we właściwym rejestrze, w którym został wpisany oferent powinny potwierdzać, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.

W przypadku reprezentowania oferenta przez Pełnomocnika nie wymienionego w właściwym rejestrze, pełnomocnik powinien dołączyć oryginał dokumentu pełnomocnictwa lub notarialnie poświadczoną kopię. Jeżeli Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast numeru NIP umieszcza w ofercie numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo dołącza się wydruk oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze w którym ujawniony jest oferent. Wydruk lub wypis z właściwego rejestru potwierdzający nr wpisu oferenta do rejestru oraz potwierdzający, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.

2. Adres e-mail oferenta, służący do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania
3. Pełną nazwę i adres siedziby zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym jeśli jest inny niż adres siedziby)
4. Pełną nazwę projektu zgodnie z niniejszym zapytaniem ofertowym
5. Datę sporządzenia oferty
6. Datę ważności oferty – wymagane minimum 2 miesiące
7. Wartość oferty netto i brutto przedmiotu zamówienia po uwzględnieniu ewentualnych upustów.
 - a. W wartości oferty nie może być ujęty koszt cła, opakowania, koszt szkolenia, koszty dojazdów i diet oferenta.
 - b. Na wartość oferty składa się kompleksowe wykonania zadania.
8. Wycenę odrębną każdego z poniżej wyszczególnionych zadań (każdej z form reklamy) w wartości netto – oferent jest zobowiązany do wypełnienia i dołączenia do oferty załącznika nr 1.
9. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
10. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez uczestników konsorcjum. Z treści umowy konsorcjum winna jednoznacznie wynikać możliwość oferowania i wykonania zadań objętych niniejszym zapytaniem.
11. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej na papierze firmowym Oferenta lub opatrzona pieczętką firmową oraz powinna być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta.

- 12.** Oferta sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez tłumacza przysięgłego

Dokumenty składane w formie kopii powinny być potwierdzone podpisem osoby reprezentującej oferenta na każdej stronie.

Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

III. Wymogi dotyczące zapisów oferty

- 1.** Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form reklamy.
- 2.** Zamawiający nie dopuszcza składania więcej niż jednej oferty przez jednego oferenta lub grupę działających wspólnie oferentów.
- 3.** Nie dopuszcza się składania ofert zawierających więcej niż jeden wariant realizacji zadania.
- 4.** Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
- 5.** Koszt przygotowania i dostarczenia oferty pokrywa Oferent. Zamawiający nie może być pociągany do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.
- 6.** Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.

Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

IV. Opis przedmiotu zamówienia:

a) Wykaz produktów przeznaczonych do promocji:

- twaróg chudy z Kosowa Lackiego
- twaróg półtłusty z Kosowa Lackiego
- twaróg tłusty z Kosowa Lackiego
- masło tradycyjne
- śmietanka kremowa 30%
- masło ekstra.

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach Systemu Jakość Tradycja.

- b)** Kampania reklamowa realizowana będzie w trzech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.11.2020 do dnia 01.07.2022. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- **TELEWIZJA- maksymalny budżet: 271 350 zł netto:**
 - spot reklamowy 30s,
 - spot nagrany w studiu lub w plenerze

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy, produkcja i emisja spotów
- emisja zarówno w stacji ogólnopolskiej jak i w stacjach regionalnych
- emisja w minimum 5 stacjach telewizyjnych, np.. Polsat, Polsat Cafe, TVP Warszawa, TVP Rzeszów, TVP Gdańsk lub równoważne (stacje ogólnopolskie lub stacje regionalne)
- zaplanowana ilość emisji spotów- 400
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- wykaz stacji telewizyjnych, w których będzie emitowany spot telewizyjny.

• **RADIO- maksymalny budżet- 60 000 zł netto:**

- dwa spoty reklamowe 30s
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy, produkcja i emisja spotów
- emisja spotów zarówno w stacji ogólnopolskiej jak i stacjach regionalnych
- emisja w minimum 2 stacjach radiowych, np. RMF FM, Radio Podlasie lub równoważne (stacja ogólnopolska lub stacja regionalna)
- zaplanowana minimalna łączna ilość emisji spotów- 200
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- wykaz stacji radiowych, w których będzie emitowany spot radiowy.

• **INTERNET- maksymalny budżet- 215 000 zł netto:**

- zakres reklamy:

- Facebook:

- przygotowanie projektów postów i ich płatna promocja na Facebooku
- promocja postów na kontach użytkowników wpisujących się w zakres grupy docelowej (masło, twaróg, śmietankę, w wieku 25-65 lat, głównie mieszkańcy miast)

- Instagram:

- przygotowanie projektów postów i ich płatna promocja na Instagramie
- promocja postów na kontach użytkowników wpisujących się w zakres grupy docelowej (masło, twaróg, śmietankę, w wieku 25-65 lat, głównie mieszkańcy miast)

- banery reklamowe:

- przygotowanie minimum trzech projektów banerów reklamowych w różnych formatach
- dostosowanie banerów do wyświetlania zarówno na komputerach jak i urządzeniach mobilnych
- zakładana minimalna ilość emisji- 4 000 000
- częściowa emisja na przynajmniej jednej niemieckiej stronie internetowej

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- opracowanie i emisja dwóch artykułów informacyjno-promocyjnych
- artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę

- dedykowana strona internetowa:

- przygotowanie i utrzymanie podstrony internetowej dedykowanej produktom objętym promocją
- na podstronie powinny znajdować się również informacje o systemie Jakość Tradycja
- na podstronę powinny być przekierowywani użytkownicy, którzy klikną w inne materiały reklamowe wytworzone w ramach kampanii internetowej
- dedykowana podstrona internetowa powinna być utrzymana przynajmniej do zakończenia kampanii reklamowej

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów materiałów reklamowych oraz ich emisja,
- emisja materiałów reklamowych na minimum 6 stronach internetowych, np. Facebook, Instagram, wp.pl, onet.pl, polsat.news.pl, kochbar.de (niemiecka strona internetowa) lub równoważne (portale główne, portale informacyjne),
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- wykaz stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

• **PRASA- maksymalny budżet- 50 000 zł netto:**

- forma reklamy- reklama graficzna:
 - przygotowanie minimum 3 projektów

- format reklamy graficznej- ½ strony, ¼ strony

- minimalna zakładana łączna ilość emisji- 10

- emisja w minimum 4 czasopismach, np. Forum Mleczarskie, Szef Kuchni, Poradnik Handlowca, Hurt i Detal lub równoważne (czasopisma o podobnym profilu)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów reklamowych oraz ich emisja,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.

• **MARKETING BEZPOŚREDNI- maksymalny budżet- 44 550 zł netto:**

○ formy reklamy:

- ulotki reklamowe:

- sześć projektów
- format A4 i A5
- papier min. 130g
- druk CMYK z uszlachetnieniem
- nadruk wybiórczy
- łączna produkcja min. 6 000 szt. (po 3 000 szt. w każdym formacie)

- deski drewniane:

- drewniane deski do krojenia- wykorzystywane w kuchni
- produkcja min. 200 szt.

- drewniane noże do masła:

- drewniane noże do masła
- produkcja min. 2 000 szt.

- fartuchy kuchenne:

- materiał: bawełna/poliester
- produkcja min. 100 szt.

- notesy reklamowe:

- format A5
- ok. 50 kartek
- offset 80 gram
- produkcja min. 2 000 szt.

- torby bawełniane:

- materiał: bawełna 140 gram
- nadruk sito extreme eco friendly
- wymiary ok. 38x0,2x41 cm
- produkcja min. 300 szt.

- torby papierowe:

- format ok. 25 x 11 x 32 cm
- uchwyt skręcany
- papier 90 gram
- produkcja min. 3 000 szt.

- polary reklamowe:

- bluzy z polaru zapinane na zamek
- dwie kieszenie
- mikro polar z wykończeniem antypilingowy
- stopery
- 100% poliester
- gramatura: ok. 300 gr.
- produkcja min. 50 szt.

- koszulki reklamowe:

- materiał: bawełna
- gramatura ok. 150g
- produkcja min. 50 szt.

- rękawice kuchenne:

- materiał bawełna
- logo termotransfer
- produkcja min. 50 szt.

- kubki:

- typ Handy Pure
- pojemność ok. 310 ml
- nadruk 2 kolory
- wysokość ok. 85mm
- ceramiczny
- matowa powierzchni
- produkcja min. 200 szt.

- plecaki:

- materiał: poliester 210 D
- produkcja min. 100 szt.

- parasole:

- wykonane z solidnego poliestru 190 T i drewna
- rama i żebra wykonane z metalu
- produkcja min. 100 szt.

- miarki:

- miarki o długości 5 metrów z nadrukiem reklamowym
- z mechanizmem zatrzymującym metalową taśmę
- funkcją pozwalającą na łatwe wciąganie taśmy z powrotem i uchwytem na rękę,
- wymiary ok. 7,3x6,7x3,5 cm
- produkcja min. 500 szt.

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i produkcja ulotek/gadżetów reklamowych
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

• **UDZIAŁ W TARGACH- maksymalny budżet- 70 000 zł netto:**

o udział w targach:

- Międzynarodowe Dni z Doradztwem Rolniczym w Siedlcach,

- termin targów- jesień 2021
- planowana wielkość powierzchni targowej- 20 m2,
- stoisko w zabudowie indywidualnej z grafikami reklamowymi- wydruki wielkoformatowe, wynajem witryn chłodniczych
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy (praca przez dwa dni targów po 9 godzin)
- zapewnienie przewozu osób oddelegowanych na targi oraz spakowanie, przewiezienie i rozpakowanie elementów stoiska, wynagrodzenie dla ekipy montażowej odpowiedzialnej za złożenie i rozłożenie stoiska oraz za podłączenie mediów.

- Mleko Expo Warszawa:

- termin targów- jesień 2021
- planowana wielkość powierzchni targowej- 20 m2,
- stoisko w zabudowie indywidualnej z grafikami reklamowymi- wydruki wielkoformatowe, wynajem witryn chłodniczych
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy (praca przez trzy dni targów po 9 godzin)
- zapewnienie przewozu osób oddelegowanych na targi oraz spakowanie, przewiezienie i rozpakowanie elementów stoiska, wynagrodzenie dla ekipy montażowej odpowiedzialnej za złożenie i rozłożenie stoiska oraz za podłączenie mediów.

o oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

• **POKAZ- maksymalny budżet- 50 000 zł netto:**

- o ilość pokazów kulinarnych- 3
- o miejsca przeprowadzenia pokazu- Makro Warszawa, Selgros Siedlce, Kosów Lacki (plener) lub równoważne (sklepy w miastach lub wydarzenia w plenerze)
- o każdy pokaz dla ok. 30-50 osób

- zaangażowanie profesjonalnego kucharza, który wykona „na żywo” potrawy z wykorzystaniem promowanych produktów
- produkcja stoiska, na którym kucharz będzie przygotowywał potrawy
- wypożyczenie sprzętu gastronomicznego oraz zastawy (dobór sprzętu i zastawy na podstawie potraw zaproponowanych przez kucharza)
- zapewnienie dodatkowych produktów kulinarnych do komponowania potraw (dobór produktów na podstawie potraw zaproponowanych przez kucharza)
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,

- propozycję miejsc przeprowadzenia pokazów.

• **DEGUSTACJE- maksymalny budżet- 25 000 zł netto:**

- ilość degustacji- 20
- miejsce przeprowadzenia degustacji- sieć sklepów Topaz Siedlce, Kałuszyn, Mińsk Mazowiecki, Warszawa, Węgrów, Eurocasch Warszawa, Selgros Warszawa lub równoważne (sklepy na terenie województwa mazowieckiego)
- stoiska degustacyjne- trybunka oklejona grafiką + toper
- strój dla hostess- koszulki z nadrukiem reklamowym 150 g/m², bawełna, fartuch 180 g/m², bawełniany sitodruk 300x200, rękawice- bawełna, logo termotransfer, daszek na głowę- profilowany, bawełniany z zapięciem na rzep
- na każde degustacje powinna zostać wynajęta jedna hostess
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- propozycję miejsc przeprowadzenia degustacji.

• **PUBLIKACJE- maksymalny budżet- 56 300 zł netto:**

- formy reklamy:

- książka kulinarna:

- książka z przepisami zawierającymi produkty objęte dotacją
- format A4
- ok. 48 stron
- okładka 300 gram

- środek 130 gram
- druk w pełnym kolorze
- klejenie po długim boku
- okładka folia soft touch lakier 3D
- produkcja min. 2 000 szt.

- katalog produktów:

- katalog z produktami objętymi promocją:
- format A4
- ok. 16 stron
- okładka 300 gram
- środek 130 gram
- szycie zeszytowe długi bok
- produkcja min. 1 000 szt.

- broszura informacyjna:

- format A4
- papier kreda 130 gram
- produkcja min. 1 000 szt.

- folder informacyjny:

- format A4
- papier kreda 130 gram
- produkcja min. 1 000 szt.

- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

• **OUTDOOR- maksymalny budżet- 150 000 zł netto:**

- forma reklamy- reklama w autobusach i wagonach metra:
 - nośnik: ramki podsufitowe 90x30 cm

- miejsce emisji- autobusy miejskie w Warszawie i wagony metra
- czas emisji- 3 miesiące
- minimalna ilość nośników- 300 szt.
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów i emisja materiałów reklamowych
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

• **INNE KANAŁY PRZEKAZU- maksymalny budżet- 7 500 zł netto:**

- formy reklamy:
 - sesja zdjęciowa:
 - przeprowadzenie profesjonalnej sesji zdjęciowej produktów objętych dotacją
 - w sesji powinien wziąć udział przynajmniej jeden influencer.
 - zdjęcia wykonane podczas sesji będą wykorzystywane do przygotowania materiałów reklamowych w ramach innych kanałów przekazu, np.. Internet, publikacje.
 - maskotka- krowa:
 - kostium maskotki w postaci krowy
 - kostium dla osoby dorosłej
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

- d)** Budżet poszczególnych kanałów przekazu w ofercie złożonej w ramach postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone ze względów formalnych.
- e)** W przypadku kosztów związanych z transportem stawka za 1 km nie może przekraczać 0,8358 zł.
- f)** W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo

zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.

- g) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- h) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaków PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy/wersja_maj_2020/
- i) Wykonawca ma obowiązek przestania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w danym etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem tego etapu projektu.
- j) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- k) Przedstawiona oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kompleksowej kampanii reklamowej. Zamawiający nie dopuszcza podwyższania wartości zadań w trakcie realizacji zadań objętych ofertą.
- l) W ramach projektu nie przewiduje się wpłaty zaliczek przed rozpoczęciem działań reklamowych.

V. Warunki udziału w postępowaniu:

Oferent musi spełniać niżej wymienione warunki:

- Oferent powinien posiadać uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zapytania ofertowego oraz nie może podlegać wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą aktualnego elektronicznego odpisu KRS lub CEIDG.
- Oferent musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 500 000 zł. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm, każdy uczestnik konsorcjum musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 200 000 zł. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą kopii aktualnej polisy ubezpieczeniowej od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej.
- Oferent nie może znajdować się w stanie upadłości lub likwidacji. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.
- Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert wnieść wadium w kwocie 30 000 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych 0/100 groszy):
 - Za moment wniesienia wadium uważa się datę wpływu środków pieniężnych w należytej wysokości na wskazany rachunek bankowy Zamawiającego - Oferent zobowiązany jest do dołączenia do oferty potwierdzenia wykonania przelewu.
 - Wadium należy wnieść w pieniądzu.
 - Kwotę wadium należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

- nr rachunku: 94 2030 0045 1110 0000 0044 0830

- tytuł przelewu: Wadium w postępowaniu ofertowym na kompleksową realizację kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.

- Dowód wniesienia wadium należy dołączyć do oferty.
- Zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania ofertowego i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
- W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
- Oferent jest zobowiązany wykazać zrealizowanie minimum jednej kampanii reklamowej współfinansowanej z udziałem środków pomocy publicznej (UE)- kampanie o zasięgu ogólnopolskim, dotyczące produktów spożywczych. Zrealizowana kampania musi obejmować przynajmniej następujące kanały przekazu: telewizja, internet, marketing bezpośredni i pokazy. Przy czym w przypadku:
 - telewizji- wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,
 - internetu - wymagana jest kreacja grafik oraz zakup mediów.

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty informację o zrealizowanej kampanii reklamowej zawierającą przynajmniej:

- nazwę zleceniodawcy kampanii,
- wartość netto w PLN kampanii,
- okres realizacji kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu kampanii wraz z potwierdzeniem w postaci zdjęć, screenów etc.,
- źródło pochodzenia środków pomocy publicznej, w ramach którego realizowano kampanię (np. nazwę programu pomocowego)

Informacja powinna być opatrzona podpisem oferenta.

- Oferent powinien wykazać się doświadczeniem w realizacji wymaganych przez Zamawiającego kanałów przekazu objętych niniejszym zapytaniem (telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor).

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanały przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje (np. scany przykładowych reklam prasowych, outdoorowych, banerów internetowych, „zrzuty ekranowe” spotu TV, dokumentacja fotograficzna z realizacji targów, degustacji, pokazów, gadżetów reklamowych, ulotek, folderów, dokumentacja dot realizacji spotów radiowych- scenariusz, etc).

- Oferent musi posiadać niezbędną wiedzę i doświadczenie dotyczące wykonania niniejszego zamówienia. Oferent powinien wykazać się dysponowaniem pracownikami możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii posiadającymi przynajmniej dwuletnie doświadczenie w realizacji kampanii reklamowej obejmujących telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor.

W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

- Oferent powinien dołączyć do oferty wstępne projekty następujących materiałów reklamowych:

- scenariusz spotu telewizyjnego 30s (scenariusz wraz ze storyboardem)
- post przeznaczony do promocji na Facebooku
- graficzna reklama prasowa ½ strony
- torba bawełniana
- kubek reklamowy
- stoisko degustacyjne.

Ocena spełnienia przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana na podstawie weryfikacji czy do oferty dołączono:

- a. aktualny wydruk KRS/CEIDG,
- b. aktualną polisę ubezpieczeniową,
- c. podpisane przez Oferenta oświadczenie wg wzoru załączonego do niniejszego zapytania (załącznik nr 2),
- d. dowód wniesienia wadium (bankowe potwierdzenie przelewu),
- e. informację o zrealizowanej kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE
- f. wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanałów przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje
- g. wstępne projekty materiałów reklamowych (scenariusz spotu telewizyjnego 30s- scenariusz wraz ze storyboardem, post przeznaczony do promocji na Facebooku, graficzna reklama prasowa ½ strony, torba bawełniana, kubek reklamowy, stoisko degustacyjne)
- h. wycenę poszczególnych elementów oferowanej kampanii (wypełniony załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego)

VI. Warunki wykluczenia Oferenta z postępowania:

W postępowaniu nie mogą brać udziału następujące podmioty:

- Podmioty powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi

w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- b. posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji;
- c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa w linii drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
- e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

Oferent zobowiązany jest dołączyć do oferty stosowne oświadczenie potwierdzające brak przesłanek do wykluczenia oferty z postępowania. Wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 3 do niniejszego zapytania. Brak dołączonego oświadczenia potwierdzającego spełnianie powyższych warunków przez Oferenta będzie skutkowało odrzuceniem oferty.

VII. Kryteria oceny ofert:

- a) Ocena ofert zostanie przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria oraz ich wagę:

1. cena netto przedmiotu zamówienia – waga 100%

Oferent zobowiązany jest do umieszczenia w ofercie danych pozwalających na ocenę punktową złożonej oferty. W przypadku braku jednoznacznych danych pozwalających na ocenę oferty, oferta otrzyma w ramach danego kryterium 0 pkt.

- b) Sposób przyznawania punktacji za spełnienie kryterium:

Oceniana oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikających z kryteriów oceny oferty wyliczanych na podstawie następujących wzorów:

1. Cena netto przedmiotu zamówienia- max. 100 pkt.:

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

Wartość ofert podana w walucie obcej zostanie przeliczona na PLN wg kursu sprzedaży Narodowego Banku Polskiego z dnia wystawienia oferty.

Elementy oferty, które podlegają ocenie punktowej będą obowiązujące w przypadku zawarcia umowy z oferentem i zostaną przeniesione do umowy z oferentem. Warunki umowy zawartej przez Zamawiającego z wybranym oferentem nie mogą być gorsze dla Zamawiającego, niż zawarte w złożonej przez oferenta ofercie.

VIII. Termin składania i otwarcia ofert:

1. Ofertę należy złożyć przesyłką kurierską lub pocztową w: Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Kosowie Lackim, ul. Parkowa 2, 08-330 Kosów Lacki

w nieprzekraczalnym terminie do dnia 27.11.2020 do godz. 10.00
2. Ofertę przesłaną w formie papierowej należy złożyć w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed otwarciem kopercie. Kopertę należy opisać następująco:
Oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- nie otwierać do 27.11.2020 do godz. 10.30.
- c) Na kopercie należy umieścić nazwę i adres oferenta oraz nazwę i adres zamawiającego
- d) Dopuszczone formy złożenia oferty: za pośrednictwem poczty lub za pośrednictwem kuriera. W każdym przypadku liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.
- e) Z uwagi na trwającą sytuację epidemiczną nie dopuszcza się składania ofert osobiście.
- f) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.
- g) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu 27.11.2020 o godz. 10.30.

IX. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty:

Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym zapytaniu ofertowym. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi wszystkich Oferentów poprzez publikację stosownej informacji na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe- www.osmkosow.pl

X. Zasady modyfikacji treści zapytania ofertowego oraz modyfikacji ofert:

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert. W przypadku modyfikacji treści zapytania, stosowna informacja zostanie umieszczona na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe. W przypadku zmiany treści zapytania, termin składania ofert może zostać wydłużony - jeśli wprowadzona zmiana będzie miała wpływ na czas potrzebny do przygotowania oferty. Modyfikacja zapytania po terminie składania ofert nie jest możliwa.
2. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.

XI. Odrzucenie oferty:

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

1. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub
2. została złożona przez podmiot:
 - a) niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru wykonawcy danego zadania ujętego w zapytaniu ofertowym, lub

- b) powiązany osobowo lub kapitałowo z Beneficjentem lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą. Wymienione wyżej powiązania polegają na:
- uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
 - posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
 - pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób;
3. została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

XII. Unieważnienie postępowania:

Zamawiający zastrzega możliwość unieważnienia postępowania ofertowego na każdym etapie bez podania przyczyny oraz rozpisanie ponownego postępowania w tym samym zakresie.

XIII. Zawarcie umowy na realizację kampanii:

1. Zamawiający, w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza umowę na realizację kampanii reklamowej.
2. Zamawiający będzie miał prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku niepodpisania umowy o przyznanie pomocy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. W takim przypadku Wykonawca będzie miał prawo żądać od Zamawiającego zapłaty za zadania zrealizowane do momentu otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy. Zrealizowanie zadań powinno być udokumentowane przez Wykonawcę.
3. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:
 - zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
 - w przypadku wystąpienia zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym zmian i obostrzeń wynikających ze stanu epidemicznego związanego z wirusem Covid-Sars-2
 - zmian wynikających z obostrzeń sanitarnych w czasie obowiązywania stanu pandemii, w szczególności zmiany miejsc realizacji poszczególnych zadań lub usunięcia zadań z zakresu zawartej umowy.
 - w zakresie harmonogramu planowanej operacji, w następujących okolicznościach:
 - działanie siły wyższej, mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy. Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu

Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.

- inne istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili zawarcia umowy, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość wykonania zadania.

4. Strony uprawnione są do zmiany Umowy w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego w przypadkach, których strony nie mogły przewidzieć w dniu zawarcia umowy.
5. Wszelkie zmiany w umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Oferentem wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

XIV. Poufność danych

Informacje zawarte w złożonych ofertach zostaną objęte przez Zamawiającego tajemnicą handlową i nie będą udostępniane innym podmiotom za wyjątkiem Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jako podmiotu współfinansującego operację oraz instytucji kontrolnych krajowych i UE.

Po zakończeniu postępowania zamawiający umieści na stronie internetowej, na której opublikowano niniejsze zapytanie ofertowe, informację o:

- wyborze wykonawcy albo
- odrzuceniu wszystkich złożonych ofert, albo
- niezłożeniu żadnej oferty, albo
- zakończeniu tego postępowania bez wyboru żadnej z ofert.

Załączniki do zapytania ofertowego:

1. Załącznik nr 1- harmonogram kampanii reklamowej
2. Załącznik nr 2 - oświadczenie oferenta dotyczące warunków udziału w postępowaniu
3. Załącznik nr 3 - oświadczenie oferenta o braku powiązań osobowych lub kapitałowych z Zamawiającym
4. Załącznik nr 4- wizualizacja produktów