

**ZAPYTANIE OFERTOWE**

**w ramach projektu pt.**

*Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (gryka, mąka gryczana, kasza gryczana, ziarno lnu, kasza jaglana, mąka jaglana, groch zielony/biały, mąka grochowa, jęczmień młody, trzoda chlewna) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System rolnictwa ekologicznego oraz System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe)*

**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:**

**Bromex Poland sp. z o.o. sp.k.**

**Wola Wiązowa 83**

**97-438 Rusiec**

**NIP 7692225120**

**Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z**

**GR Wincenty Chachulski**

**Patoki 14**

**98-170 Widawa**

**NIP 8311351243**

## **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:

- gryka
- mąka gryczana
- kasza gryczana
- ziarno lnu
- kasza jaglana
- mąka jaglana
- groch zielony/biały
- mąka grochowa
- jęczmień młody
- trzoda chlewna

Produkty roślinne wytwarzane w ramach Systemu Rolnictwa Ekologicznego, produkt zwierzęcy wytwarzany w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP-kulinarne mięso wieprzowe.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w sześciu etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.11.2020 do dnia 21.10.2020. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:
  - spot reklamowy 15s
  - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
  - emisja w minimum 1 stacji telewizyjnej, np. TVP Łódź lub równoważna (stacja regionalna)

- zaplanowana minimalna ilość emisji spotów- 5
  - 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:
    - spot reklamowy 15s
    - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy, produkcja i emisja spotów,
    - emisja w minimum 2 stacjach radiowych, np. Radio Złote Przeboje, Radio Eska lub równoważne (stacje regionalne)
    - zaplanowana minimalna łączna ilość emisji spotów 50,
    - 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:
    - zakres reklamy:
      - dedykowana podstrona internetowa:
        - na dedykowanej podstronie internetowej powinny być umieszczone informacje na temat promowanych produktów oraz systemów jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone
        - na stronę powinni być przekierowywani użytkownicy, którzy klikną w inne materiały reklamowe publikowane w internecie
        - w ramach hostingu i zarządzania dedykowaną podstroną internetową przewidziano utrzymanie poczty we własnej domenie, regularna kopia bezpieczeństwa, utrzymanie podstrony na dyskach NVMe pozwalającej

na bardzo szybkie działanie, przystosowanie podstrony do obsługi na smartfona, backup zarządzalny

- utrzymanie strony internetowej przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej

- kampania banerowa:

- przygotowanie i emisja minimum czterech projektów banerów reklamowych w różnych formatach
  - banery statyczne
  - wyświetlanie banerów głównie osobom mieszcącym się w określonej grupie docelowej (dzieci, młodzież i osoby dorosłe w przedziale wiekowym 10-50 lat, zamieszkujący na obszarach wiejskich i miejskich)
  - minimalna łączna ilość odsłon- 300 000
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i emisja materiałów reklamowych,
  - emisja materiałów reklamowych na minimum 3 stronach internetowych, np. ppic.pl, przemyslspozywczy.pl, ugotujto.pl lub równoważne (o podobnym profilu)
  - 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

- forma reklamy- banery reklamowe:
  - przygotowanie minimum dwóch grafik reklamowych
  - format reklamy- ½ strony, cała strona
  - minimalna zakładana łączna ilość emisji- 6
- emisja w minimum 3 czasopismach, np. Przemysł Spożywczy, Przegląd Piekarski i Cukierniczy, Przegląd Zbożowo-Młynarski lub równoważne (o podobnym profilu)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów banerów reklamowych i 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:**
  - formy reklamy:
    - ulotki reklamowe:
      - pięć projektów graficznych
      - format A5
      - zadruk 4+4
      - papier kreda mat 130g
      - produkcja min. 10 000 szt.
    - koszule reklamowe:
      - dwa projekty graficzne
      - materiał: 100% bawełna
      - gramatura 170g
      - zapinana na guziki
      - produkcja min. 50 szt.
    - t-shirty reklamowe:
      - dwa projekty graficzne
      - materiał: 100% bawełna
      - gramatura 180g
      - krótki rękaw
      - bez szwów bocznych.
      - produkcja min. 400 szt.
    - polary reklamowe:
      - dwa projekty graficzne
      - materiał: powłoka 100% poliester o gramaturze 260g
      - wyściółka 100% poliester o gramaturze 120g
      - podszewka 190T poliester tafta
      - zapinany na suwak

- produkcja min. 400 szt.
  - pojemniki żywnościowe:
    - materiał: tworzywo sztuczne
    - pojemność ok. 1000-1100 ml
    - uszczelnienie- guma silikonowa
    - przeznaczone do każdego rodzaju pożywienia
    - wykonane z bezpiecznych dla zdrowia materiałów
    - produkcja min. 150 szt.
  - 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:
    - udział w targach:
      - Bio Fach Niemcy 2021:
        - planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
        - w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
        - stoisko targowe- budowa całości stoiska, elementy doświetlenia stoiska, elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
        - zapewnienie przelotu i noclegu dla 6 osób
        - zapewnienie przewozu stoiska i produktów
        - wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
        - zapewnienie obsługi przez dwie hostessy
      - Anuga Kolonia Niemcy 2021:
        - planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>

- w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
- stoisko targowe- budowa całości stoiska z pełnym zadrukiem całego stoiska, elementy doświetlenia stoiska (wysokiej jakości system oświetleniowy), elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 7 osób
- zapewnienie przewozu stoiska i produktów
- wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy

- IBA Monachium Niemcy 2021:

- planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
- w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
- stoisko targowe- budowa całości stoiska, elementy doświetlenia stoiska, elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 7 osób
- zapewnienie przewozu stoiska i produktów
- wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy

- FI Food Ingredients Europe (Paryż) 2021:

- planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
- w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne

- stoisko targowe- budowa całości stoiska, elementy doświetlenia stoiska, elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 6 osób
- zapewnienie przewozu stoiska i produktów
- wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy

- Targi Bio Fach Norymberga Niemcy 2022

- planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
- w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
- stoisko targowe- budowa całości stoiska, elementy doświetlenia stoiska, elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 6 osób
- zapewnienie przewozu stoiska i produktów
- wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy

- IFFA Frankfurt Niemcy 2022:

- planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
- w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
- stoisko targowe- budowa całości stoiska z pełnym zadrukiem całego stoiska, elementy doświetlenia stoiska (wysokiej jakości system oświetleniowy), elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 7 osób

- zapewnienie przewozu stoiska i produktów
  - wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
  - zapewnienie obsługi przez dwie hostessy
- SIAL Paryż Francja 2022:
- planowana wielkość powierzchni targowej- 45 m<sup>2</sup>
  - w zakresie wynajmu powierzchni, oprócz kosztów wynajmu wskazanej powierzchni targowej należy uwzględnić koszty energii elektrycznej, koszty inspekcji przy zdawaniu powierzchni targowej, opłaty administracyjne
  - stoisko targowe- budowa całości stoiska, elementy doświetlenia stoiska, elementy wyposażenia stoiska tj. stoliki, krzesła, wyspy. Możliwe dodatkowe elementy dekoracyjne stoiska (kwiaty, etc.). Dodatkowo w koszcie należy uwzględnić rozebranie stoiska i utylizację
  - zapewnienie przelotu i noclegu dla 7 osób
  - zapewnienie przewozu stoiska i produktów
  - wydruk ulotek wg projektów z kanału marketing bezpośredni
  - zapewnienie obsługi przez dwie hostessy
- 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.

- POKAZ

- ilość pokazów kulinarnych- 2
- miejsce przeprowadzenia pokazów- konferencja realizowana w ramach innych kanałów przekazu
- planowana ilość gości podczas każdego z pokazów- 50-100,
- stoisko pokazowe- stoisko wyposażone w szafę chłodniczą, kuchnie oraz telewizor 30 calowy na którym będzie wyświetlany pokaz (elementy te powinny być wynajęte na czas pokazów)
- zapewnienie profesjonalnego kucharza, który przygotuje potrawy z wykorzystaniem promowanych produktów
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy na każdym pokazie

- wynajęcie sprzętu gastronomicznego (przykładowo: patelnie, garnki, kuchenka, robot kuchenny, blender, zastawa i inne).
- 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.

- DEGUSTACJE

- ilość degustacji- 4
- miejsce przeprowadzenia degustacji- wydarzenia plenerowe, np. festyny, jarmarki na terenie województwa łódzkiego
- stoisko degustacyjne- stoisko o długości 800-1200 mm, z nadrukiem wielokolorowym wyposażone w podgrzewacz oraz grill pozwalające na degustację produktów na gorąco (podgrzewacze oraz grille powinny zostać wynajęte na potrzeby przeprowadzenia degustacji)
- zapewnienie dwóch hostess na każdą degustację
- 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:

- forma reklamy- katalog z produktami:
  - katalog z produktami objętymi promocją
  - format: 210x210mm
  - ilość stron: 16+4
  - okładka: kreda mat 350g + folia mat 1+0 + lakier UV wyb. 1+0, 4+4
  - środki: kreda mat 170g, 4+4
  - szycie zeszytowe
  - produkcja min. 2 000 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.
- INNE KANAŁY PRZEKAZU:
    - formy reklamy:
      - wizyty w placówkach edukacyjnych:
        - miejsce: Zespół Szkolno-Przedszkolny w Woli Wiązowej lub równoważne (inna placówka edukacyjna na terenie województwa łódzkiego)
        - przeprowadzenie zajęć edukacyjnych w klasach 3-8 po 1h dla każdej z klas- łącznie 6 zajęć
        - zajęcia dla grup 15-25 osób
        - zakres tematyczny wizyty: zdrowe odżywianie poprzez uzupełnienie codziennego menu w produkty objęte zakresem operacji, wykorzystanie tychże produktów w zdrowych przekąskach i snackach, przedstawienie informacji o systemach jakości, w ramach których zostały wytworzone produkty objęte promocją
        - zajęcia powinny mieć formę przekazu informacyjnego wraz z drobną degustacją, której koszty zostaną poniesione we własnym zakresie Wnioskodawcy.
        - spotkanie prowadzone przez wyspecjalizowanego dietetyka
      - konferencja:
        - ilość konferencji- 2
        - główna tematyka konferencji: tendencje w żywieniu człowieka z zastosowaniem produktów objętych celem operacji.
        - miejsce przeprowadzenia konferencji- obiekt na terenie województwa łódzkiego, który będzie przystosowany do obsługi tego typu wydarzeń
        - planowana ilość osób podczas konferencji- 100-150 osób
        - konferencja skierowana do osób decyzyjnych, technologów oraz osób kreujących portfolio produktów w oparciu o surowce będące przedmiotem operacji

- konferencja w formie kilkugodzinnego przedsięwzięcia z zastosowaniem przekazu multimedialnego podzielonym na 2 panele: panel popołudniowy i panel poranny
  - na potrzeby konferencji powinny zostać wyprodukowane materiały reklamowe - broszury zawierające informacje o promowanych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (format A4, 4 strony, papier kreda mat 170g)
  - w celu przeprowadzenia konferencji powinien zostać wynajęty profesjonalny sprzęt komputerowy i projektory (komputery, projektory, telewizory LED, mikrofony, nagłośnienie, etc.)
  - poprowadzenie konferencji przez doświadczonego specjalistę zajmującego się tego typu pracą
  - w ramach wynajęcia powierzchni na konferencje należy uwzględnić koszt wynajęcia sali na dwa dni oraz również koszt noclegu i wyżywienia dla osób biorących udział w konferencjach
  - konferencje dwudniowe- rozpoczną się w godzinach popołudniowych I dnia i zakończą się w godzinach okołopołudniowych II dnia.
- 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.

**Wartość złożonej oferty nie może przekroczyć kwoty 2 500 000 zł netto (maksymalny budżet).**

- d) **Budżet oferty 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 kosztów związanych z noclegiem stawka za jedną dobę nie może przekroczyć 380 zł/osobę.
- g) 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.
- h) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- i) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaku PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy> /wersja maj 2020/
- j) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w I etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem I etapu projektu.
- k) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- l) 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.

#### **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 100 000 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 100 000 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: 46 1240 1819 1111 0000 1089 0158
    - 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. Kampania o wartości nie niższej niż 70% maksymalnego budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym. Zrealizowana kampania musi obejmować wszystkie kanały przekazu: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje. Przy czym w przypadku:

- telewizji- wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,
- radia -wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,
- internetu - wymagana jest kreacja grafik oraz zakup mediów,
- prasy - wymagana jest kreacja grafik oraz zakup mediów.

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

- nazwę zleceniodawcy kampanii,
- wartość netto w PLN kampanii,
- okres realizacji kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu kampanii,
- 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).

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, 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, konferencje, wizyty w placówce edukacyjnej.

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:
  - KeyVisul i hasło kampanii
  - projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony
  - projekt baneru internetowego statycznego
  - projekt t-shirtu reklamowego

Ocena spełniania 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 o wartości stanowiącej przynajmniej 70% budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym
- f. wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanałów przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje
- g. wstępne projekty materiałów reklamowych (KeyVisul i hasło kampanii, projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony, projekt baneru internetowego statycznego, projekt t-shirtu reklamowego)
- 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 60%
  2. warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- waga 40%

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. 60 pkt.:**

$$\text{Cena} = \frac{\text{cena oferty najtańszej (netto w pln)}}{\text{cena oferty badanej (netto w pln)}} \times 100 \times \text{znaczenie } 60\% \quad - \quad \text{max. } 60 \text{ pkt.}$$

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

##### **2. Warunki płatności- wielkość zaliczki w % koniecznej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- max. 40 pkt.:**

$$\text{Wielkość zaliczki} = \frac{\text{wielkość najniższej zaliczki w \%}}{\text{zaliczka w \% w ofercie badanej}} \times 100 \times \text{znaczenie } 40\% \quad - \quad \text{max. } 40 \text{ pkt.}$$

Oferent powinien umieścić w ofercie informację o procentowej wielkości zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego etapu operacji. Wielkość wymaganych zaliczek powinna być procentowo taka sama dla wszystkich etapów operacji.

c) W przypadku uzyskania przez więcej niż jedną ofertę takiej samej ilości punktów wyliczonych wg ww. kryteriów, wybór nastąpi w oparciu o:

- Kryterium 1 – Cena netto przedmiotu zamówienia, następnie
- Kryterium 2- Warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów

**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, niż zawarte w złożonej przez oferenta ofercie.**

#### **VIII. Termin składania i otwarcia ofert:**

a) Ofertę należy złożyć:

- przesyłką kurierską lub pocztową w: **BROMEX POLAND Sp. z o.o. sp.k. Wola Wiązowa 83, 97-438 Rusiec**

LUB

- drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres [marek.wolniakowski@vegadry.com](mailto:marek.wolniakowski@vegadry.com)

w nieprzekraczalnym terminie do dnia 30.10.2020 do godz. 15.00

b) 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 30.10.202 do godz. 15.30.*

c) Na kopercie należy umieścić nazwę i adres oferenta oraz nazwę i adres zamawiającego

d) W przypadku oferty przesłanej drogą mailową w tytule maila należy wpisać *BROMEX-oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*

e) Dopuszczone formy złożenia oferty: za pośrednictwem poczty, za pośrednictwem kuriera lub w formie zeskanowanej podpisanej oferty. W każdym przypadku liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego lub na adres mailowy wskazany powyżej.

f) Z uwagi na trwającą sytuację epidemiczną nie dopuszcza się składania ofert osobiście.

- g) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.
- h) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu 30.10.2020 o godz. 15.30.

#### **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.bromex.com.pl](http://www.bromex.com.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