

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (sosy do sałatek, oleje, musy, soki warzywne i roślinne, pasty warzywne, pesto, susze warzywne, kawy roślinne, herbaty, przekąski, mąki, napoje, dania gotowe, konfitury, przeciery, produkty w kapsułkach, przyprawy, chrzan pospolity, melisa lekarska, papryka roczna, porzeczka czerwona) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemie jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (system rolnictwa ekologicznego) 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:

Mirosław Angielczyk "Dary Natury"

Koryciny 73

17-315 Grodzisk

NIP 5440002537

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

Mateusz Umiński

Szarowola 58

22-600 Tomaszów Lubelski

NIP 9211901845

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 i brutto – 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:

- czosnkowy sos do sałatek
- sos dyniowy do sałatek
- kminkowy sos do sałatek
- kwiatowy sos do sałatek
- pikantny sos orientalny do sałatek
- olej dla mam
- olej "junior"
- olej "kobieta dojrzała"
- olej "senior"
- olej z dzikiej róży
- mus jabłkowo-dyniowy
- mus "dla serduszka"
- sok z buraka kiszzonego
- sok z jarmużu
- sok z kiszzonej kapusty
- mus różano-dyniowy
- pasta jarmużowa
- ostra pasta różano-paprykowa
- pasta warzywna z kalarepą
- pasta warzywna z papryką
- pesto z jarmużu
- ogród warzywny
- susz warzywny
- sok z brzozy
- sok z brzozy z pigwowcem

- sok z czosnku niedźwiedziego
- sok z mniszka lekarskiego
- sok z owoców dzikiej róży
- kawa z korzenia cykorii
- kawa z topinamburu z dodatkiem korzenia mniszka
- kawa żołądziówka rozpuszczalna
- kawa żołądziówka
- herbata czarna "rozgrzewająca"
- herbata czarna z różą
- herbata szkolna
- herbata zielona "odkwaszająca"
- herbata zielona z jeżówką
- herbata zielona z żeń-szeniem
- herbatka bądź optymistą
- herbatka bio-energia
- herbatka bomba witaminowa
- herbata dla dzieci „krasnoludek”
- herbatka dla nerwusów
- herbatka "dobry humor"
- herbatka dzika róża
- herbatka gripoherbs
- herbatka na dzień dobry
- herbatka na dobranoc
- herbatka poobiednia
- herbatka dla dziadka
- herbatka z korzeniem mniszka
- herbatka z kurkumą
- herbatka malinowo – imbirowa
- herbatka oczyszczanie
- herbatka odkwaszająca
- herbatka "odporność"
- herbatka rozgrzewająca

- herbatka „Dary Natury”
- herbatka wspomagająca pracę wątroby
- herbatka "zgagoherbs"
- herbatka "ziołowy zakątek"
- herbatka "Body Line"
- herbatka ciśnienie krwi
- herbatka sokoli wzrok
- herbatka "zdrowe tętnice"
- herbatka na patyku "dwie królowe"
- herbatka na patyku "kwiatowa"
- herbatka na patyku "Love Tea"
- herbatka na patyku "miętowe orzeźwienie"
- herbatka na patyku "oczyszczająca"
- herbatka na patyku "relaks"
- herbatka na patyku "ziołowy ogród"
- ciastka żółdziowe
- ciastka żółdziowe z miodem
- ciastka żółdziowe z nasionami konopi
- cukier różany
- mąka z perzu
- mąka z topinamburu
- mąka z żółdzi
- napój alco-detox
- napój pobudzający green power
- bigos wegetariański z grzybami
- konfitura z owoców dzikiej róży
- pesto z czosnku niedźwiedziego
- przecier z owoców róży
- kapsułki "czosnek plus"
- kapsułki dzika róża
- kapsułki guz brzozy "chaga"
- kapsułki kurkuma i pieprz

- kapsułki "odporność"
- kapsułki "uspokojenie"
- pieprz ziołowy
- przyprawa do dań wegetariańskich
- przyprawa pomidorowo-bazyliowa z czosnkiem niedźwiedzim
- sól z eko ziołami
- uniwersalna przyprawa do potraw z dzikich ziół
- przyprawa do zup i innych dań "zielony ogród"
- przyprawa „porcja smaków”
- chrzan pospolity
- melisa lekarska
- papryka roczna
- porzeczka czerwona

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach systemu rolnictwa ekologicznego.

b) Kampania reklamowa realizowana będzie w pięciu etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.07.2022. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:
 - spot reklamowy 15 s i 30s,
 - realizacja spotów przez profesjonalną ekipę posiadającą doświadczenie w produkcji spotów telewizyjnych
 - spoty nagrane w studiu lub w plenerze
 - spot 30s z udziałem osoby znanej ze świata telewizji lub internetu
 - spoty dostosowane do wymagań technicznych poszczególnych stacji telewizyjnych
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
 - emisja w minimum 4 stacjach telewizyjnych, np.TVP1, TVP Seriale, TVP Polonia, TVP Białystok lub równoważne (stacje ogólnopolskie, regionalne lub tematyczne)

- zaplanowana minimalna łączna ilość emisji spotu 15s- 190,
 - zaplanowana minimalna łączna ilość emisji spotu 30s- 95,
 - 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:
 - spoty reklamowe, które mogą mieć formę tradycyjnego spotu jak i audycji promocyjnej, np. rozmowy z przedstawicielem Zamawiającego
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja reklamy,
 - emisja w minimum 1 stacji radiowej, np. RMF FM Warszawa lub równoważne (stacje regionalne)
 - zaplanowana minimalna łączna ilość emisji reklamy- 240
 - 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 strona internetowa:
 - strona internetowa dedykowana produktom objętym promocją i systemowi rolnictwa ekologicznego
 - strona dynamiczna- podczas kampanii powinny być na niej umieszczane nowe posty o promowanych produktach, systemie jakości i o kampanii reklamowej
 - utrzymanie strony internetowej przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej

- kampania banerowa:

- przygotowanie i emisja sześciu projektów banerów reklamowych w różnych formatach (np. 750x200 px, 300x250 px lub inne) dostosowanych do wymogów stron internetowych
- banery animowane i statyczne
- wyświetlanie banerów osobom mieszcącym się w określonej grupie docelowej (osoby dbające o jakość spożywanych produktów, głównie mieszkańcy miast, osoby w wieku 25-45 lat)
- kampania prowadzona dodatkowo na przynajmniej jednej niemieckiej stronie internetowej
 - minimalna łączna ilość wyświetleń- 6 700 000
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i emisja materiałów reklamowych,
- emisja materiałów reklamowych na minimum 4 stronach internetowych, np. Facebook, wp.pl (sieć), ugotujto.pl, wetteronline.de (niemiecka strona internetowa) lub równoważne (strony o podobnym profilu), dedykowana strona internetowa
- 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- reklama graficzna:
 - przygotowanie i emisja 14 grafik reklamowych
 - format artykułów- ½ strony
 - minimalna zakładana łączna ilość emisji- 20
- emisja w minimum 1 czasopiśmie, np. Moje Gotowanie lub równoważne (czasopismo o podobnym profilu)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów banerów reklamowych 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:
 - sześć projektów
 - format A4 składane do A5
 - papier kreda mat lub kreda błysk 130g
 - wydruk min. 10 000 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:**
 - udział w targach:
 - Biofach Norymberga Niemcy 2021
 - termin targów- 17-20.02.2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 16 m²,
 - zapewnienie 5 noclegów dla 3 osób
 - World Food Warszawa 2021:
 - termin targów- 20-22.04.2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 12 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób i 1 noclegu dla 3 osób
 - Herbs & Spices Rimini Włochy 2021:
 - termin targów- 04-06.05. 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 9 m²,

- zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób i 1 noclegu dla 3 osób
- VitaFoods Geneva Szwajcaria 2021:
 - termin targów- 04-06.05. 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 9 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób
- Natura Food Łódź:
 - termin targów- wrzesień 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 30 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób i 1 noclegu dla 3 osób
- Anuga Kolonia Niemcy 2021:
 - termin targów- 09-13.10.2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 12 m²,
 - zapewnienie 5 noclegów dla 3 osób i 1 noclegu dla 1 osoby
- MAP-EXPO Eindhoven Holandia:
 - termin targów- październik 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 9 m²,
 - zapewnienie 4 noclegów dla 3 osób
- Bio Expo Nadarzyn:
 - termin targów- październik 2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 70 m²,
 - zapewnienie 4 noclegów dla 3 osób
- Nordic Organic Food Fair Malmo Szwecja:
 - termin targów- 17-18.11.2021 roku
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 8 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 3 osób
- Biofach Norymberga Niemcy 2022:
 - termin targów- luty 2022
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 16 m²,
 - zapewnienie 5 noclegów dla 3 osób
- World Food Warszawa 2022:
 - termin targów- kwiecień 2022
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 12 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób i 1 noclegu dla 3 osób
- Herbs & Spices Rimini Włochy 2022:

- termin targów- maj 2022
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 9 m²,
 - zapewnienie 3 noclegów dla 4 osób i 1 noclegu dla 3 osób
- przygotowanie materiałów promocyjnych wykorzystywanych na targach oraz stoisk targowych - elementy z prastarego drewna takich jak ekspozytory reklamowe, logo kampanii, trybunka, skrzynki jak również odpowiadające im elementy lżejsze (ze sklejki, papieru lub innych materiałów), worki na produkty sypkie, elementy dekoracyjne
- zapewnienie przewozu stoisk i osób, montażu i demontażu stoisk, wejściówek dla ekipy
- 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 pokazu- Koryciny i/lub inne miasta
 - pokazy połączone z warsztatami kulinarnymi
 - pokaz dla osób zajmujących się propagowaniem zdrowego i ekologicznego stylu życia, blogerów i influencerów kulinarnych oraz osób mieszczących się w grupie docelowej osoby dbające o jakość spożywanych produktów, głównie mieszkańcy miast, osoby w wieku 25-45 lat
 - planowana ilość zaproszonych gości na każdy pokaz- 30,
 - czas trwania pokazu- ok. 5 godziny
 - wynajęte miejsce pokazowe powinno być wyposażone w meble gastronomiczne i sprzęt gastronomiczny, np. . noże, deski do krojenia, naczynia i sztucce, blendery, kuchenki, miksery, lodówki i/lub inne elementy niezbędne do przygotowania potraw
 - zaproszenia na pokaz:
 - zaproszenie w wersji do druku i zaproszenie wysyłane elektronicznie mailem
 - zaproszenie w wersji do druku:
 - format minimum A6 po złożeniu
 - papier kreda mat lub kreda błysk 350g

- koperty z ręcznie wpisanym imieniem i nazwiskiem osoby zaproszonej
- wysyłka pocztą
- plakaty informujące o pokazie i szczegółach zapisu na pokaz
- zapewnienie obsługi każdego pokazu przez dwie osoby + osobę prowadzącą
- zapewnienie cateringu w postaci zimnych i ciepłych napojów, zimnych przekąsek i ciast (w kosztach cateringu należy ująć koszty wynajmu naczyń)
- zapewnienie profesjonalnego fotografa (z każdego pokazu powinno uzyskać się ok. 20 obrabionych zdjęć).
- 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 miejsca przeprowadzenia pokazów.

- DEGUSTACJE

- ilość degustacji- 12,
- miejsce przeprowadzenia degustacji- Warszawa (np. Pijalnia Ziół) lub równoważne (inne tego typu miejsce)
- stoisko degustacyjne (trapez, oklejone, na kółkach, trybunka wykonana z naturalnego „starego drewna” o wymiarach min. 70x50, powinna posiadać min. 3 kieszenie na ulotki/katalogi, logo wykonane ze „starego drewna”, miejsce do prezentacji produktów promowanych)
- strój dla hostess (fartuch z kieszenią przednią i nadrukiem reklamowym oraz dodatkowe elementy garderoby takie jak bluza czy nakrycie głowy, jak również w przypadku COVID maseczkę lub przyłbicę ochronną oraz rękawiczki)
- na każde degustacje powinna zostać wynajęta jedna hostess
- do koordynacji powinien zostać wynajęty supervisor
- wyposażenie stoiska w sztuce, wykałaczkę, talerzyki, kubeczki, kieliszki, serwetki, torby w razie możliwości wykonane z ekologicznych tworzyw, woda, czajnik, środki do czyszczenia i dezynfekcji etc.
- 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:
 - katalog z produktami objętymi promocją
 - format A4
 - papier kreda-mat 170 g
 - min. 48 stron
 - katalogi w języku polskim i języku obcym
 - produkcja min. 3 500 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.

- REKLAMA OUTDOOR:

- rodzaj reklamy- billboard,
- wielkość nośników- 12 m², 5,8 m² (dobór formatów zależny od zaakceptowanej lokalizacji)
- lokalizacja nośników: Warszawa lub inne miasta w Polsce
- czas emisji- 1 miesiąc
- 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 lokalizacji nośników outdoor.

- KONFERENCJA:

- zorganizowanie dwóch trzydniowych konferencji informacyjno-promocyjnych:
 - miejsce przeprowadzenia konferencji- obiekt w Polsce dostosowany do przyjęcia 120 osób- zapewnienie zakwaterowania i pełnego wyżywienia, np. Koryciny
 - ilość osób zaproszonych na każdą konferencję- ok. 120
 - sala konferencyjna powinna być wyposażona w profesjonalne oświetlenie i nagłośnienie
 - ramowy plan konferencji:
 - pierwszy dzień- przyjazd uczestników w godzinach popołudniowych, uroczyste otwarcie konferencji oraz uroczysta kolacja z potrawami przygotowanymi z promowanych produktów
 - drugi dzień- prezentacje przygotowane przez prelegentów, uroczysta kolacja z potrawami przygotowanymi z promowanych produktów
 - trzeci dzień- uroczyste podsumowanie, wręczenie upominków, wyjazd uczestników w godzinach popołudniowych
 - materiały konferencyjne:
 - roll up – format 85 x 200, torba transportowa + konstrukcja
 - smycz z etui na identyfikator oraz wzór identyfikatora
 - torba na zakupy z bawełny i siatki z długimi uchwytemi, wymiary ok. 38x40x8mm, z nadrukiem
 - długopis – korpus wykonany z ekologicznego materiału, z nadrukiem,
 - notes– z papieru ekologicznego, rozmiar A5, minimum 30 kartkowy
 - notes – podkładka pod kubek 60 kartek, wymiary ok. 99x99x10mm, z nadrukiem
 - welcome pack dla uczestników składający się z produktów promowanych (w skład których wejdą herbatki, przyprawy, przekąski, napoje i oleje)
 - zapewnienie obsługi przez profesjonalnego fotografa (wykonanie zdjęć, ich selekcja i obróbka graficzna)
 - zapewnienie koordynatora odpowiedzialnego za techniczne przygotowanie i obsługę konferencji
- 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 1 dobę nie może przekraczać 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 50 000 zł (słownie: pięćdziesiąt 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: 85 80630001 0020 0200 0172 0002
 - 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, outdoor. 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, 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 (przygotowane na podstawie wizualizacji wybranych produktów- załącznik nr 4 do zapytania):

- KeyVisul i hasło kampanii
- proponowany adres dedykowanej strony internetowej
- projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony
- projekt baneru internetowego statycznego
- projekt stoiska degustacyjnego
- scenariusz telewizyjnego spotu reklamowego 15 s wraz ze storyboardem

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, proponowany adres dedykowanej strony internetowej, projekt banerowej reklamy prasowej ½ strony, projekt baneru internetowego statycznego, projekt stoiska degustacyjnego, scenariusz telewizyjnego spotu reklamowego 15s)
- 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.:

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

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.:

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

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: **Mirosław Angielczyk "Dary Natury", Koryciny 73, 17-315 Grodzisk**
 - LUB
 - drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres emil.kowalczyk@darynatury.pl
- w nieprzekraczalnym terminie do dnia 29.09.2020 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 29.09.2020 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 *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 29.09.2020 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.darynatury.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 współnik 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 wybranych produktów