

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia

w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej świeżych jabłek na rynkach Brazylii i Kolumbii pt.:

Have an apple day! Get to know high quality apples from EU.



24.03.2025 r.

ZAMAWIAJĄCY:

Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”

Ul. Chmielna 2/31

00-020 Warszawa

Osoba do kontaktu: Paulina Kopec, tel. +48 696 859 993, e-mail: biuro@uniaowocowa.pl

Spis treści

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia	1
w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej świeżych jabłek na rynkach Brazylii i Kolumbii pt.:	1
Cele i zadania :	3
2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA	3
3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA	4
4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA	7
5. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA	7
6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA	7
O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:	7
a. nie podlegają wykluczeniu;	7
6.1 WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU	8
6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY	8
6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM	8
6.4 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA	9
6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA	9
7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY	10
8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY	10
8.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY	10
8.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY	11
9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT	13
OFERTA	13
10. WADIUM	13
Numer rachunku: 55 1240 1037 1111 0011 2232 2285	14
11. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO	14
• Otwarcie ofert —	14
12. KRYTERIA OCENY OFERT	14
Kryterium 1 Kreacja wizerunkowa kampanii (K1)	15
Kryterium 2 Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w EUR) (K2)	16
13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY	17
14. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII	17
15. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA	18
16. ZAŁĄCZNIKI	18

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” powstało w 2010 roku i od tego czasu dba o interesy swoich członków. „Unia Owocowa” działa w bardzo szerokim zakresie – od wspierania przejrzystych zasad eksportu, przez doradztwo prawne i ekonomiczne, po promocję polskiej żywności oraz popularyzację nowoczesnych standardów jakości. Świadome pozycji i znaczenia sadownictwa oraz eksportu owoców, Stowarzyszenie z powodzeniem dąży do opracowania jednolitych zasad funkcjonowania branży owocowej. Aby osiągnąć wewnętrzną spójność eksportu, podejmuje liczne działania informacyjne i konsultacyjne. Prowadzi rozmowy z przedstawicielami rządu polskiego i rządów zagranicznych, a także instytucjami gospodarczymi. Pierwsze działania podjęte przez Unię Owocową dotyczyły zniesienia tymczasowych ograniczeń dla polskiego eksportu owoców i warzyw wprowadzonych na rynek rosyjski. Unia Owocowa nieustannie promuje wysoką jakość i unikalny smak polskich owoców i warzyw.

Cele i zadania :

- Promowanie zdrowej, naturalnej polskiej żywności, zarówno na rynku krajowym jak i zagranicznym
- Stworzenie przejrzystych, jednolitych zasad w eksporcie produktów spożywczych pochodzenia roślinnego
- Błyskawiczne reagowanie na trudne sytuacje pojawiające się w dynamicznie rozwijającym się sektorze eksportu i pomoc w rozwiązywaniu trudnych problemów tej branży
- Dostarczanie aktualnych informacji dotyczących tendencji panujących w branży, cen produktów i sytuacji na rynkach
- Współpraca z administracją publiczną i organizacjami gospodarczymi w kwestiach formalnych, normujących zasady certyfikacji
- Monitorowanie złych praktyk gospodarczych i handlowych, oraz podejmowanie działań w celu ich wyeliminowania
- Dbanie o przestrzeganie zasad wolnej konkurencji
- Promowanie zasad etyki w biznesie oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)
- Prowadzenie działalności informacyjnej, konsultacyjnej i wydawniczej
- Promowanie nowoczesnych standardów jakościowych

Stowarzyszenie „Unia Owocowa” jest Członkiem Stowarzyszenia Freshfel Europe, współpracuje także z takimi organizacjami, jak Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej, Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych oraz Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1 Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.2020.1740 t.j. z dnia 2020.10.08 .) art. 70¹ - 70⁵ , z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz. Urz. UE L 317 z 4.11.2014, str. 56);
3. Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich(Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str. 3);
4. Rozporządzenie Delegowane Komisji UE 2025/70 z dnia 21 listopada r. zmieniające rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2015/1829 uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych.

5. Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str.14).
6. Wskazówki dotyczące procedury konkursowej z dnia 7 lipca 2016 r. określone przez Komisję Europejską w dokumencie o sygnaturze DDG1.B5/MJ/db D(2016)3210777.
7. Warunki udziału w mechanizmie „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” dla programów prostych realizowanych zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 – obowiązuje dla umów o udzielenie dotacji zawartych po dniu 11.03.2024 roku.
8. Tytułu VII rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE, Euratom) 2018/1046 z dnia 18 lipca 2018 r. w sprawie zasad finansowych mających zastosowanie do budżetu ogólnego Unii, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1296/2013, (UE) nr 1301/2013, (UE) nr 1303/2013, (UE) nr 1304/2013, (UE) nr 1309/2013, (UE) nr 1316/2013, (UE) nr 223/2014 i (UE) nr 283/2014 oraz decyzję nr 541/2014/UE, a także uchylające rozporządzenie (UE, Euratom) nr 966/2012

2.2 Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert:

- na stronie Zamawiającego tj. <https://uniaowocowa.pl/>
- na stronach www.biznes-polska.pl, www.info-przetargi.pl
- wysłanie zapytania pocztą elektroniczną na adres mailowy do co najmniej 3 potencjalnych oferentów,

b. komisyjne otwarcie ofert,

c. weryfikację spełnienia wymogów formalno—prawnych i ocenę złożonych ofert,

d. składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen,

e. wybór najkorzystniejszej oferty,

f. powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego <https://uniaowocowa.pl/> oraz www.biznes-polska.pl, www.info-przetargi.pl

2.3 Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

2.4 Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

2.5 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

2.6 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

2.7 Oferenci mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. Oferenci występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w przypadku wyboru ich Oferty.

2.8 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszym dokumencie, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

2.9 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

3.1 Opracowanie kreacji wizerunkowej i wdrożenie (realizacja) trzyletniej kampanii promocyjno-informacyjnej pt. Have an apple day! Get to know high quality apples from EU prowadzonej na rynkach Brazylii i Kolumbii a dotyczącej świeżych jabłek . według wytycznych i założeń strategicznych określonych w niniejszym SIWZ oraz w załączniku nr 1 do SIWZ;

3.2 Realizacja zaplanowanej kampanii powinna odbywać się zgodnie z ofertą (programem) zatwierdzonym przez Komisję Europejską.

3.3 Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:

- a. Wszelkie działania w zakresie komunikacji lub rozpowszechniania informacji związane z tym działaniem muszą opierać się na rzetelnych faktach.

Muszą ponadto zawierać następującą klauzulę o wyłączeniu odpowiedzialności (w stosownych przypadkach w tłumaczeniu na miejscowe języki):

„Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa. Unia Europejska ani organ przyznający dotację nie ponoszą za nie odpowiedzialności”.

- b. W ramach działalności komunikacyjnej beneficjentów dotyczącej działania (w tym relacje z mediami, konferencje, seminaria, materiały informacyjne, takie jak broszury, ulotki, plakaty, prezentacje itp., w formie elektronicznej, za pośrednictwem mediów tradycyjnych lub społecznościowych itp.), rozpowszechniania informacji oraz na wszelkich elementach infrastruktury, urządzeniach, pojazdach, w ramach dostaw lub znaczących wyników, które sfinansowano za pomocą dotacji, należy informować o wsparciu UE oraz umieszczać na widoku flagę europejską (emblem europejski) wraz z oświadczeniem o finansowaniu ze środków unijnych (w stosownych przypadkach przetłumaczone na miejscowe języki):



Co-funded by the
European Union

Emblemat musi stanowić odrębny i niezależny element i nie może być modyfikowany przez dodanie innych znaków wizualnych, marek lub tekstu.

Oprócz emblematu nie można wykorzystywać żadnej innej identyfikacji wizualnej ani logo do podkreślenia wsparcia UE.

W połączeniu z innymi znakami graficznymi (np. logo beneficjentów lub sponsorów) emblemat musi być widoczny co najmniej tak dobrze jak inne znaki

- c. Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem **„Enjoy, it’s from Europe!”** (tłum. **„Smacznego, to z Europy!”**), który musi być:
- napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
 - umieszczony pionowo;
 - kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60);
 - wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje.

Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it’s from Europe” dostępne są pod następującym linkiem: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-on-the-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>



- d. Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej



- e. Informacje o finansowaniu i oznakowania wskazane w pkt. od a. do d powinny znaleźć się we wszystkich materiałach wykorzystywanych w ramach Kampanii, w szczególności promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych i edukacyjnych, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający dobrą widoczność. Wymóg ten dotyczy również strony internetowej oraz profili w portalach społecznościowych.
- f. Działania informacyjne i promocyjne mogą być ukierunkowane na pochodzenie. Pochodzenie jabłek wskazane w przekazie może stanowić jedynie uzupełnienie głównego przesłania Unii Europejskiej i nie ograniczać swobodnego przepływu produktów rolnych i spożywczych. Nie będzie także zachęcać konsumentów do zakupu wyłącznie krajowych towarów z uwagi na ich pochodzenie, odnosi się do szczególnych cech produktów, a nie tylko ich pochodzenia. Oferenci, zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy, w przypadku zamieszczenia na materiałach informacyjnych i promocyjnych pochodzenia (tj. tekstu lub symbolu odnoszącego się do pochodzenia), zobowiązani są do zachowania zasad określonych w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.1 powyżej.
- g. Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do uwzględnienia na wybranych materiałach informacyjnych i promocyjnych powierzchni do zaprezentowania znaków handlowych (co najmniej 5 znaków) zgodnie z warunkami określonymi w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.1 powyżej, w szczególności w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiającym zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich.

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Szacowane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B bez kosztu ewaluacji), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię wynoszą łącznie **2 424 351,00 euro netto**. Do wskazanej kwoty należy doliczyć podatek od towarów i usług w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług.

W przypadku przekroczenia ww. budżetu podczas realizacji Programu żadne dodatkowe koszty przewyższające podany budżet nie zostaną pokryte przez Zamawiającego.

Po rozliczeniu każdego z okresów rozliczeniowych programu przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (KOWR), na nieprawidłowo zrealizowane działania, których koszty zostały uznane za niekwalifikowalne, Wykonawca wystawi Zamawiającemu faktury korygujące – pomniejszające kwoty należności o koszty uznane za niekwalifikowalne - w stosunku do uprzednio wystawionych faktur VAT.

5. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1 Oferent jest związany ofertą przez okres 3 miesięcy.

5.2 Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

5.3 Oferent samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Oferentów o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.

5.4 Przedłużenie terminu związania ofertą jest dopuszczalne tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo, jeżeli nie jest to możliwe, z wniesieniem nowego wadium na przedłużony okres związania ofertą. Jeżeli przedłużenie terminu związania ofertą dokonywane jest po wyborze oferty najkorzystniejszej, obowiązek wniesienia nowego wadium lub jego przedłużenia dotyczy jedynie Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza.

5.5 Zamówienie realizowane będzie w okresie 36 miesięcy od dnia określonego w umowie o udzielenie dotacji, zawartej pomiędzy Zamawiającym, a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR), tj. od pierwszego dnia miesiąca następującego po dacie wejścia w życie tejże umowy.

5.6 Zamówienie realizowane będzie wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji z KOWR. W przypadku niepodpisania umowy z KOWR, Oferentowi nie przysługuje żadne wynagrodzenie (w tym za przygotowanie i złożenie oferty).

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:

- a.** nie podlegają wykluczeniu;
- b.** spełniają warunki udziału w postępowaniu
- c.** nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.
- d.** nie są powiązani osobowo i kapitałowo z podmiotami, do których zastosowanie mają środki sankcyjne o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspierania agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.)

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty, zgodnie z metodą zerojedynkową.

6.1 WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:

- 6.1.1** Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018r. (Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r.);
- 6.1.2** Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy;
- 6.1.3** Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
- 6.1.4** Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
- 6.1.5** Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym, gwarantującym terminową i prawidłową realizację zamówienia
- 6.1.6** Nie podlegają wykluczeniu z procedury;
- 6.1.7** Posiadają ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej .
- 6.1.8** W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga aby:
 - a.** złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.
 - b.** ustanowili pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie Zamówienia.

6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:

- 6.2.1** zrealizował **co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), która miała budżet co najmniej 5 mln PLN brutto, oraz była przeprowadzona na rynku lub rynkach zagranicznych w stosunku do siedziby Zamawiającego
- 6.2.2** zrealizował **co najmniej 5 wydarzeń o charakterze wystawienniczym (stoisko na targach z obsługą)** na rynkach zagranicznych, w tym co najmniej dwa o wartości min. 300 tys. PLN brutto.
- 6.2.3** zrealizował co najmniej 2 wydarzenia o charakterze study tour dla około 10 osób każde.
- 6.2.4** zrealizował lub realizuje **co najmniej 2 kampanie o wartości powyżej 1 mln PLN brutto każda, z których każda obejmowała lub obejmuje co najmniej: przygotowanie kreacji, emisję reklam w prasie, prowadzenie działań public relations; kampanię internetową, organizację spotkań o charakterze B2B.**

W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, tzn. że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującym zespołem:

- 6.3.1 Osoba zarządzająca projektem** — min. 6 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 2 kampaniami promocyjnymi realizowanymi na rynkach zagranicznych, w tym w krajach trzecich, biegle posługuje się językiem angielskim.
- 6.3.2 Osoba odpowiedzialna za organizację targów i eventów** — min. 5 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizowała (tj. samodzielnie przygotowała oraz była osobiście obecna podczas wydarzenia) minimum 5 wydarzeń o charakterze targowym/seminariów/kongresów/misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnych); posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.3.3 Osoba specjalizująca się w public relations** - min. 3 lat doświadczenia zawodowego w zakresie public relations; zrealizowała samodzielnie lub nadzorowała działania public relations na minimum 2 rynkach

zagranicznych — poprzez realizację działań public relations, które trwały w sposób ciągły minimum rok, obejmujących co najmniej: opracowywanie i dystrybucję informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługuje się biegle językiem angielskim.

6.3.4 Osoba specjalizująca się w kreacji — przygotowała samodzielnie lub nadzorowała przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikami i klientem) dla co najmniej 1 kampanii realizowanej na rynkach zagranicznych na rzecz branży spożywczej.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji informacji przedstawionych na temat zespołu na etapie podpisania umowy z Wykonawcą.

6.4 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującymi zdolnościami ekonomiczno - finansowymi:

6.4.1 Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w wysokości **min. 1 000 000,00 PLN** (słownie: jeden milion złotych).

6.4.2 Posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej. Posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej **w kwocie 3 000 000 PLN**. (Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej obejmującej wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie, jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego i potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie. Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych, aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni).

6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

6.5.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;

6.5.2 Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie było następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności;

Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed datą przystąpienia do postępowania przetargowego;

6.5.3 Oferentów w stosunku do których otwarto likwidację lub, których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;

6.5.4 Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;

6.5.5 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;

6.5.6 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 8;

6.5.7 Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającymi oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy

6.5.8 Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.) .

6.5.9 Oferentów, będących osobą fizyczną, która:

- a. pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji produktów rolno-spożywczych;
- b. pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- c. która jest upoważniona do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- d. pozostaje w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt a-c.

6.5.10 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

8.5.11. W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum, zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuci ofertę jeżeli:

1. Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;
2. Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
3. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
4. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.).
5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym SIWZ.
6. Oferta zawiera rażąco niską cenę zgodnie z pkt. 13.3 niniejszej Specyfikacji.

8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

8.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

8.1.1 Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz założeniami strategicznymi do kampanii promocyjno-informacyjnej pt. „Have an apple day! Get to know high quality apples from EU.” stanowiącymi Załącznik nr 1 do niniejszej SIWZ.

8.1.2 Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne, lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.

8.1.3 Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej SIWZ muszą spełniać następujące wymogi:

a. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji, bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;

b. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopi poświadczonyj za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;

c. wszystkie oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie.

8.1.4 Dokumenty ofertowe sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.

8.1.5 Zaleca się, aby dokumenty składające się na ofertę były ponumerowane i połączone w sposób trwały.

8.1.6 Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.

8.1.7 We wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

8.1.8 Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty, Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą i na wykonywanie pozostałych praw zależnych w zakresie związanym z podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.

8.1.9 Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy o udzielenie dotacji na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części umowy, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

8.1.10 Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesięcy. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Zamawiający ma prawo wezwać jednokrotnie Oferentów do przedłużenia terminu związania ofert o okres nie dłuższy niż 6 miesięcy.

8.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

Oferent zobowiązany jest do złożenia w terminie wskazanym w pkt. 9 niniejszej SIWZ oraz w formie określonej w tejże Specyfikacji następujących dokumentów:

8.2.1 Formularz ofertowy stanowiący również oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej Specyfikacji. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego Lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum, zawierającą podział obowiązków pomiędzy konsorcjantami.

8.2.2 Wykaz kampanii i wydarzeń z ostatnich 5 lat zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczony za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie i wydarzenia o charakterze wystawienniczym zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użyczonych referencji oraz poleganiu na doświadczeniu podmiotów trzecich. Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego Zamawiającego i odbiorcę usług, zgodnie z wykazem podanym w załączniku 4 do SIWZ.

8.2.3 Wykaz osób w zespole Oferenta potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi

wymaganiami wskazanymi w pkt. 6.3. SIWZ. Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii zgodny z załącznikiem 5 do SIWZ.

8.2.4 Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:

a. Zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 1 000 000 PLN (słownie: jeden milion złotych), wydane przez bank lub spółdzielczą kasę oszczędnościową nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. W przypadku gdy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich konsorcjantów. Ponadto Zamawiający wymaga, aby postanowienia w przedmiotowym zakresie zostały zawarte w umowie konsorcjum.

b. Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione **nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

c. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione **nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

d. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego, wystawione **nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie Zamówienia, powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

e. Ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, potwierdzająca, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności **na kwotę 3 000 000,00 PLN** (słownie: trzy miliony złotych) oraz potwierdzenie opłacenia polisy. Jeżeli Oferenci wspólnie (np. w ramach konsorcjum) ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa Lider konsorcjum, bądź grupa konsorcjantów na wspólną kwotę równą 3 000 000,00 PLN.

f. Oświadczenie o niewyrządzeniu szkody poprzez niewykonanie umowy lub wykonanie jej nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem postępowania. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed terminem przystąpienia do postępowania przetargowego.

8.2.5 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w formie określonej w pkt. 10 niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8.2.6 Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy) — umowa konsorcjum ze wskazaniem Lidera Konsorcjum upoważnionego do reprezentowania Konsorcjum, szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów oraz określeniem zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

8.2.7 Opis działalności firmy, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

8.2.8 Projekty i opis kreacji wizerunkowych wymienionych w pkt. 12.1 przygotowanych na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ – Założenia strategiczne i opis kampanii.

8.2.9 Zmodyfikowany budżet całościowych bezpośrednich kosztów podwykonawstwa określonych w załączniku nr 1 do SIWZ, jeżeli Oferent zaproponuje całościową kwotę inną niż wartość podana w punkcie 4 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8.2.10 W przypadku Oferenta mającego siedzibę poza terytorium Polski, wszystkie wymagane dokumenty należy złożyć w formie odpowiedników dokumentów obowiązujących w kraju siedziby Oferenta. Dokumenty ofertowe sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.

9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

9.1 Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.

9.2 Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 1 egzemplarzu w pliku pdf (płyta CD lub pendrive). Oferta w wersji papierowej powinna mieć ponumerowane strony i być połączona w sposób trwały.

9.3 Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

OFERTA

na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Have an apple day! Get to know high quality apples from EU.” na rynkach Kolumbii i Brazylii.

Nie otwierać przed godz. 15:00 w dniu 28.04.2025 r.

Dane oferenta:

9.4 Ofertę należy złożyć do dnia **28.04.2025 r. do godz. 15:00, w biurze Zamawiającego - Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”, ul. Chmielna 2/31, 00-020 Warszawa.**

Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.

9.5 Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

9.6 Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.

9.7 Otwarcie ofert nastąpi w **dniu 28.04.2025 r. o godzinie 15:15 w biurze Zamawiającego.**

9.8 Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert.

9.9 Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

10. WADIUM

10.1 Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie **30 000,00 PLN** (słownie: trzydzieści tysięcy złotych).

10.2 Wadium może być wnoszone w następujących formach:

- a. w gotówce,
- b. w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo — rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
- c. w gwarancjach bankowych
- d. w gwarancjach ubezpieczeniowych

10.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2. a. do 10.2. niniejszej SIWZ, musi być załączony do oferty w formie oryginału.

10.4 W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

Nazwa banku: Bank Pekao S.A.

Numer rachunku: 55 1240 1037 1111 0011 2232 2285

Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: „**Wadium w postępowaniu przetargowym dotyczącym kampanii pt. „Have an apple day! Get to know high quality apples from EU.”**”

10.5 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi z powodów:

- a. upłynął termin związania ofertą;
- b. zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy;
- c. Zamawiający unieważnił lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty;
- d. Zamawiający nie podpisał umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).

10.6 Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.

10.7 Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli Zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.

10.8 Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:

- a. odmówi podpisania umowy,
- b. zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

11. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert - **24.03.2025 r.**
- Termin na składanie ofert -**28.04.2025 r. do godz. 15:00**
- Otwarcie ofert - **28.04.2025 r. o godz. 15:15**
- Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny – **28.04.2025 r.**
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania — **29.04.2025 r.** nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów i poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego <https://uniaowocowa.pl/> oraz www.biznes-polska.pl, www.info-przetargi.pl.

12. KRYTERIA OCENY OFERT

12.1 Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

	Kryterium	Waga
K1	Kreacja wizerunkowa kampanii	30 %
K2	Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w EUR netto	40%

K3	Efektywność kontaktów z przedstawicielami grupy TG2 w trakcie działań kampanii	30%
-----------	---	------------

Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą ogólną liczbę punktów zgodnie z poniższą metodologią:

Kryterium 1 Kreacja wizerunkowa kampanii (K1)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty i wizualizacje.

Zamawiający przyzna punkty wedle poniższych kryteriów przyznanych przez członków komisji przetargowej na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej koncepcji wizualnej kampanii zawartej w złożonych projektach oferty zgodnie z poniższymi obszarami:

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Key visual kampanii wraz z logotypem kampanii	- dostosowanie zaproponowanej grafiki do tematyki programu i charakteru grup docelowych oraz rynków docelowych kampanii (0-10) - atrakcyjność wizualna (m.in. kolorystyka przyciągająca uwagę, innowacyjność, czytelność przekazu, estetyka, atrakcyjność eksponowania głównego przekazu kampanii, sposób prezentacji promowanego produktu) (0-10)	0-20
2. Projekty graficzne materiałów promocyjnych: - projekt reklamy prasowej - projekt reklamy outdoor - projekt katalogu: okładka, przykładowa rozkładówka - projekt torby projektowej	- dostosowanie projektu do promowanych produktów i tematyki kampanii tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i rodzaju czcionek, podkreślenie walorów promowanego produktu i znaku .	0-5

3. Projekt stoiska targowego	- Atrakcyjność wizualna stoiska, efektywny podział na strefy pracy, optymalne zagospodarowanie przestrzeni, atrakcyjny sposób prezentacji promowanych produktów, zastosowanie odpowiednich materiałów oraz wyposażenia stoiska.	0-5
------------------------------	---	-----

Elementy kreacji wizerunkowej przedstawione przez Oferenta (key visual, projekty) będą podlegały ocenie przez każdego z członków Komisji. *Kryterium* będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 30pkt) dokonanej przez każdego z członków Komisji.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K1 = \frac{\text{Liczba punktów przyznana rozpatrywanej ofercie}}{\text{Liczba punktów oferty, która otrzymała najwyższą liczbę punktów}} \times 30 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 30 punktów.

Kryterium 2 Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w EUR) (K2)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w EUR netto.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K2 = \frac{\text{Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert}}{\text{Koszty zaproponowane w rozpatrywanej ofercie}} \times 40 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 40 punktów.

Kryterium 3 Efektywność kontaktów z przedstawicielami grupy TG2 w trakcie działań kampanii (K3)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o zaproponowaną przez Oferenta liczbę spotkań B2B – na rynkach Kolumbii i Brazylii w trakcie całej kampanii, mając na uwadze wymagane minimum ilościowe spotkań B2B na obu rynkach w trakcie całej kampanii, określone w załączniku nr 1 do SIWZ (90).

Liczba punktów w tym kryterium (**K3**) zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$\frac{\text{Oferowana liczba spotkań B2B w całej kampanii}}{\text{rozpatrywanej oferty (co najmniej wymagane minimum 90)}}$$

K3= ----- x 30 pkt
Najwyższa oferowana liczba spotkań B2B
w całej kampanii z rozpatrywanych ofert

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 30 punktów.

12.2 Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę (**W**) zostanie obliczona według wzoru **W= K1+ K2 + K3**.

13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

13.1 Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy spośród Oferentów, wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym SIWZ.

13.2 Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.

13.3 Zamawiający w celu ustalenia, czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, może zwrócić się do każdego Oferenta o udzielenie wyjaśnień dotyczących elementów oferty, mających wpływ na wysokość ceny. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania od każdego Oferenta, którego oferta może zawierać rażąco niską cenę, wyjaśnień, w tym złożenia dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu, lub ich istotnych części składowych. Zamawiający oceniając złożone wyjaśnienia, weźmie pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności: ekonomię metody wykonania zamówienia, zaproponowane rozwiązania, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, oryginalność projektu Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie złoży wyjaśnień we wskazanym przez Zamawiającego terminie (w tym nie przedstawi we wskazanym przez Zamawiającego terminie wymaganych dokumentów) lub jeżeli Zamawiający oceni, że wyjaśnienia wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzają, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

13.4 Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.

13.5 Informacje o wyborze Wykonawcy, Zamawiający ogłosi za pomocą poczty elektronicznej wysłanej do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego <https://uniaowocowa.pl/> oraz www.biznes-polska.pl, www.info-przetargi.pl.

14 ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

14.1 Zawarcie umowy z Wykonawcą nastąpi najpóźniej w terminie do 14 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania z zastrzeżeniem, iż przedmiotowa umowa wejdzie w życie z dniem podpisania umowy Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów.

14.2 Na żądanie Zamawiającego przed zawarciem umowy, może być wymagane od Wykonawcy wniesienie zabezpieczenia należytego wykonania umowy – w wysokości 7 % wartości brutto przedmiotu umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy (załącznik nr 3 do SIWZ).

Jeżeli w toku realizacji umowy zmianie ulegnie termin wykonania, Oferent zobowiązany jest odpowiednio przesunąć termin obowiązywania zabezpieczenia dla zachowania jego ciągłości.

W przypadku zabezpieczenia wnoszonego w formie gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, gwarancja będzie bezwarunkowa, nieodwołalna, płatna na pierwsze żądanie oraz bez prawa powoływania się na jakiegokolwiek okoliczności wynikające ze stosunku podstawowego pomiędzy Zamawiającym a Oferentem.

Zamawiającemu przysługuje prawo pokrycia z zabezpieczenia roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, a w szczególności:

- a) pokrycia nie uregulowanych przez Oferenta roszczeń Zamawiającego z tytułu stwierdzonych wad i usterek,
- b) zaliczenia zabezpieczenia należytego wykonania umowy na poczet kar umownych.

14.3 Zabezpieczenie można będzie wnieść w formie:

- a. gotówkowej na wyodrębniony rachunek bankowy Zamawiającego
- b. poręczenia bankowego lub poręczenia SKOK
- c. gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej
- d. weksła

14.4 Zabezpieczenie należy wpłacić w walucie polskiej, przyjmując do celów przeliczeniowych ostatni kurs wymiany walut wyznaczony przez Europejski Bank Centralny (EBC), w miesiącu poprzedzającym pierwszy dzień miesiąca, w którym nastąpi wpłata na rzecz Zamawiającego kwoty zabezpieczenia.

14.5 Dokument potwierdzający wniesienie zabezpieczenia musi być przekazany Zamawiającemu w formie oryginału po dokonaniu wpłaty.

14.6 Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostały określone z Załączniku nr 3 do SIWZ.

14.7 Termin i zasady zwrotu lub zwolnienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostały określone w załączniku nr 3 do SIWZ.

14.8 Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu działań objętych niniejszym postępowaniem. Zmiany umowy z Wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:

- a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- b. w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
- c. zmiany świadczenia na lepszej jakości przy zachowaniu tożsamości przedmiotu zamówienia za porozumieniem stron,
- d. inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy.

15. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

15.1 Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie zapisu w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż 7 dni przed terminem otwarcia ofert.

15.2 Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.

15.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.

15.4 Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronie Zamawiającego <https://uniaowocowa.pl/> oraz www.biznes-polska.pl, www.info-przetargi.pl. oraz zostanie dostarczona pocztą elektroniczną do wszystkich potencjalnych Oferentów, którzy otrzymali pierwotne zapytania.

15.5 Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.

15.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: biuro@uniaowocowa.pl, tel. +48 696 859 99.

16. ZAŁĄCZNIKI

- Załącznik nr 1 – Założenia strategiczne i opis kampanii
- Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego
- Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)
- Załącznik nr 4 - Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym
- Załącznik nr 5 – Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii

- Załącznik nr 6 – Oświadczenie RODO
- Załącznik nr 7 – Oświadczenie o braku powiązań dot. *Ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego.*