

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (passata pomidorowa Jamar BIO, mus jabłkowy Jamar BIO, ciecierzycy konserwowa Jamar BIO, ocet jabłkowy Jamar BIO, jabłko) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemie jakości, w ramach którego 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:

Zakład Produkcji Spożywczej "JAMAR" Szczepaniak spółka jawna

Albertów 69

42-165 Lipie

NIP 5741781080

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

Dariusz Strzelczyk

Skurów 11a

05-600 Grójec

NIP 7971576019

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)– 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 przez uczestników konsorcjum. Z umowy konsorcjum powinna wynikać jednoznacznie możliwość oferowania i wykonania zadań ujętych w niniejszym zapytaniu ofertowym.
11. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej na papierze firmowym Oferenta lub opatrzona pieczętą 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:

- passata pomidorowa Jamar BIO
- mus jabłkowy Jamar BIO
- ciecierzycy konserwowa Jamar BIO
- ocet jabłkowy Jamar BIO
- jabłko.

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach systemu rolnictwa ekologicznego

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w czterech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.03.2022. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:

- formy reklamy:

- lokowanie w formie felietonu/rozmowy:

- lokowanie produktów w telewizji śniadaniowej w postaci felietonu lub rozmowy
 - podczas rozmowy powinny zostać poruszone kwestie związane z produktami objętymi dotacją, certyfikatami systemu rolnictwa ekologicznego oraz ze zdrowym odżywianiem.

- lokowanie w paśmie dedykowanym gotowaniu:

- lokowanie produktów w telewizji śniadaniowej, w paśmie dedykowanym gotowaniu
 - przygotowanie „na żywo” podczas programu potraw z wykorzystaniem produktów objętych promocją.

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy lokowania i przeprowadzenie lokowania,
 - emisja w minimum 1 stacji telewizyjnej, np. TVP2 lub równoważnej (o zasięgu ogólnopolskim)
 - 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 stacji telewizyjnej, w której będzie przeprowadzone lokowanie produktów.
- RADIO:
 - spot reklamowy 30s,
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotu,
 - spot powinien być nagrany w profesjonalnym studiu przy udziale profesjonalnych lektorów,
 - emisja w minimum 1 stacji radiowej, np. stacja Radio Jura lub równoważna (o zasięgu regionalnym),
 - zaplanowana minimalny ilość emisji- 70
 - 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:
 - formy reklamy:
 - kampania banerowa:
 - przygotowanie i emisja jedenastu różnych projektów banerów reklamowych w różnych formatach
 - dziewięć banerów statycznych, dwa banery ruchome (2-3 plansze)

- wyświetlanie banerów o zainteresowaniach: zdrowie, sport, uroda, kulinaria i parenting
- minimalna łączna ilość wyświetleń- 3 000 000

- promocja na Instagramie:

- założenie i prowadzenie na Instagramie konta dla produktów objętych dotacją
- przygotowanie łącznie minimum 72 postów graficznych, graficzno-tekstowych lub tekstowych
- stała moderacja profilu przez 15 miesięcy (publikacja materiałów, komentowanie postów, udzielania odpowiedzi na zapytania pod postami oraz w prywatnej skrzynce z wiadomościami od konsumentów, przekierowywanie ich do odpowiednich osób z firmy lub uzyskiwanie od tych osób odpowiedzi na pytania związane z produktami i certyfikatami objętymi dotacją)
- promocja postów w sieci Instagram
- targetowanie na ściśle określoną grupę osób, która poszukuje informacji na temat zdrowego odżywiania i produktów ekologicznych

- współpraca z influencerami:

- przygotowanie scenariuszy do współpracy- opracowanie wytycznych do zamieszczanych materiałów
- płatna współpraca z minimum pięcioma zasięgowymi influencerami-instagramerami
- cel zadania- zwiększenie zasięgu konta na Instagramie
- minimalna łączna liczba followersów kont influencerów nie może być mniejsza niż 100 000
- emisja na kontach intagramera lub na ich instastory

- dedykowana podstrona internetowa:

- podstrona internetowa dedykowana produktom objętym promocją i systemowi rolnictwa ekologicznego
- system zarządzania dedykowaną podstroną internetową- CMS
- wymagana wersja mobilna dedykowanej poodstrony internetowej
- utrzymanie strony internetowej przynajmniej do zakończenia trwania kampanii reklamowej

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- przygotowanie łącznie dziesięciu różnych artykułów informacyjno-promocyjnych
 - artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę
 - minimalna łączna liczba unikalnych użytkowników serwisów nie będzie mniejsza niż 10 000 000.
 - emisja łącznie piętnastu artykułów (jeden artykuł może być emitowany więcej niż jeden raz)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i tekstowych oraz emisja materiałów reklamowych,
 - emisja materiałów reklamowych na minimum 13 stronach internetowych, np. ilewazy.pl, mamotoja.pl, polki.pl, gotujmy.pl, durszlak.pl, styl.pl, przyslijprzepis.pl, mojegotowanie.pl, mojpieknyogrod.pl, claudia.pl, kobieta.interia.pl, smaker.pl, Instagram lub równoważne (strony o podobnym profilu)
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

- PRASA

- formy reklamy:

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- przygotowanie i emisja dziesięciu artykułów informacyjno-promocyjnych
 - artykuły powinny zawierać zarówno tekst i grafikę
 - format artykułów- ½ strony- 5 artykułów, ¼ strony- 5 artykułów
 - emisja w czasopismach kobiecych, poradnikowych, lifestylowych, rozrywkowych lub kulinarnych.

- reklama banerowa w gazetce handlowej:

- przygotowanie i emisja dwóch reklam banerowych w gazetce handlowej
 - format reklamy: ok. 78x126 mm

- emisja w wysokonakładowej gazetce dystrybuowanej przez sieć handlową typu Kaufland (lub równoważną) o nakładzie ok. 4 500 000 egzemplarzy
 - reklama nie może zawierać cen produktów.
 - emisja w minimum 11 tytułach, np. Claudia, Oliwia, Świat Kobiety, Pani Domu, Poradnik Domowy, Tina, Dobre Rady, Moje Gotowanie, Prześlij Przepis, Sól i Pieprz lub równoważne (o podobnym profilu i czytelnictwie) oraz gazetka sieci handlowej Kaufland lub równoważna (o podobnym nakładzie)
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi opracowanie graficzne banerów oraz opracowanie tekstowe i graficzne artykułów oraz ich emisja,
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.
- **MARKETING BEZPOŚREDNI:**
 - formy reklamy:
 - ulotki reklamowe:
 - format A5
 - papier kreda błysk 200g
 - 4+4 CMYK
 - produkcja min. 50 000 szt.
 - mini sztuce reklamowe:
 - materiał wykonania: 50% włókno bambusowe, 50% tworzywo sztuczne
 - w komplecie widelec, nóż i łyżka o wymiarach ok. 200 x 58 x 23 mm
 - produkcja min. 1000 szt.
 - bawełniane woreczki wielofunkcyjne:
 - zestawy woreczków do użytku np. na owoce i warzywa
 - materiał wykonania: 100% niebielona bawełna
 - w każdym zestawie 5 woreczków o wymiarach: ok. 30x40 cm- 2 szt., ok. 20x25 cm- 2 szt., ok. 15x22 cm- 1 szt
 - produkcja min. 500 szt. zestawów
 - wagi kuchenne:

- wagi typu Retro
- ze stali, stali nierdzewnej lub innego metalu
- z dużą tarczą ze skalą miary nie mniejszą niż 3 kg
- ze stabilną podstawą (antypoślizgową) lub inne o podobnych parametrach i walorach designerskich
- produkcja min. 150 szt.
- noże kuchenne:
 - noże kuchenne renomowanej firmy branżowej
 - typ: nóż szefa kuchni
 - wykonanie ze stali nierdzewnej
 - długość ostrza- nie mniejsza niż 15cm
 - produkcja min. 150 szt.
- shakery do dressingów i sosów:
 - naczynie wykonane z tritanu- tworzywa, które nie wchodzi w reakcję z jedzeniem
 - pojemność nie mniejsza niż 350 ml
 - wysokość ok. 20 cm
 - produkcja min. 150 szt.
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i produkcja 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: Anuga Kolonia Niemcy,
 - termin targów- 09-13.10.2021
 - planowana wielkość powierzchni targowej- 8 m²,
 - stoisko targowe:
 - szeregowe lub narożne
 - białe ściany do wypełnienia grafiką,

- grafika wielkoformatowa, drukowana na białej folii,
 - punkty oświetleniowe na tylnej ścianie
 - wykładzina
 - lada informacyjna,
 - 1 stół, 4 krzesła, 1 hoker
 - zaplecze zamykane
 - regał
- transport osób i produktów- podróż dwoma samochodami
 - zapewnienie noclegu dla 3 osób
 - w ramach logistyki należy uwzględnić załadunek produktów i elementów stoiska w Polsce, ich rozładunek na terenie targów i ich przeniesienie z miejsca przeładunkowego na stoisko targowe oraz demontaż stoiska
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- POKAZ

- ilość pokazów kulinarnych- 2,
- miejsce przeprowadzenia pokazów- miejsce przeznaczone do organizacji tego typu wydarzeń w Warszawie i/lub w Częstochowie
- pokazy dla dziennikarzy, blogerów i influencerów
- planowana ilość zaproszonych gości- 30 na każdy pokaz,
- czas trwania pokazów- ok. 6 godzin
- pokazy w formie warsztatów kulinarnych
- prowadzenie każdego pokazu przez kucharza o ugruntowanej pozycji na rynku, znanego w środowisku kulinarnym
- stoisko pokazowe:
 - trybunka wys. ok. 94cm x szer. ok. 91cm
 - toper wys. ok. 30cm x szer. ok. 80cm
 - wysokość całego stoiska: ok. 220cm
 - blat i podstawa mocowane do panelu PCV "na sztywny rzep
- wynajem sprzętu gastronomicznego niezbędnego do przygotowania potraw, np. noże, deski do krojenia, naczynia, blendery, kuchenki, piekarniki, miksery,

lodówki, zamrażarki/chłodziarki i inne niezbędne narzędzia do przygotowania dań zaproponowanych przez prowadzącego pokaz

- zakup produktów spożywczych niezbędnych do przeprowadzenia pokazów (produkty spożywcze szczegółowo ustalone po przygotowaniu menu przez osobę prowadzącą pokaz; produkty niezbędne do przygotowania posiłku trydaniowego)
- przygotowanie stanowiska dla każdego uczestnika pokazu
- przygotowanie profesjonalnych fartuchów dla uczestników pokazów:
 - materiał: 100% bawełna
 - gramatura: 320 g/m²
 - wymiary: ok. 72 x 86 cm
 - ciężki i wytrzymały
 - duże metalowe oczko przy wiązaniu pasków na szyję
 - paski fartucha o długości ok. 90 cm
- zapewnienie obsługi każdego pokazu przez dwie hostessy
- zapewnienie stroju dla hostess- koszulka polo (gramatura min 210g) lub t-shirt (gramatura min 190g)
- zapewnienie profesjonalnego fotografa (uzyskanie minimum 20 profesjonalnych zdjęć wraz z postprodukcją- z każdego pokazu)
- 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 pokazu.

- **DEGUSTACJE**

- ilość degustacji- 1,
- miejsce przeprowadzenia degustacji- zgodne z miejscem pokazu realizowanego w II etapie kampanii
- degustacje przeprowadzone w terminie i w miejscu przeprowadzania pokazu
- degustacje przeznaczone dla osób spoza pokazu
- degustacje w formie samplingu produktów

- stoisko degustacyjne:
 - trybunka wys. ok. 94cm x szer. ok. 91cm
 - toper wys. ok. 30cm x szer. ok. 80cm
 - wysokość całego stoiska: ok. 220cm
 - blat i podstawa mocowane do panelu PCV "na sztywny rzep"
- zapewnienie obsługi degustacji przez dwie hostessy
- strój dla hostess: koszulka polo (gramatura min 210g) lub t-shirt (gramatura min 190g)
- 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.

- PUBLIKACJE:
 - formy reklamy:
 - katalog:
 - katalog z produktami objętymi promocją oraz z informacjami o systemie rolnictwa ekologicznego
 - format A4
 - 8 stron
 - okładka kreda mat lub błysk 300g, lakier dypresyjny 1+1
 - środek kreda mat lub błysk 170g
 - 4+4 CMYK
 - oprawa zeszytowa.
 - produkcja min. 2 000 szt.
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- INNE FORMY REKLAMY:
 - formy reklamy:

- przepisy kulinarne do wykorzystania podczas kampanii:
 - przygotowanie minimum 10 przepisów kulinarnych, które zostaną wykorzystane w innych kanałach przekazu, np. internet, prasa
 - przepisy oparte na produktach objętych promocją
- stand reklamowy:
 - przygotowanie standów kartonowych, które będą użyte w akcji promocyjnej wykorzystującej produkty objęte dotacją na terenie sklepów sieci handlowej/sieci handlowych na terenie Rumunii
 - produkcja łącznie 200 standów
 - przybliżona specyfikacja standu:
 - display 5 półkowy wg siatek opracowanych na podstawie podanego zatowarowania,
 - display transportowy, w tym czasza i zabezpieczenia logistyczne,
 - grafika 4/0 boki zew/wew, plecy zew,
 - półki ta sama grafika,
 - toper/cokół
 - plecy wew. bielone
 - druk GD2 lakier offset
 - tektura 5WEB 5WBC 3WB
 - półki na Express zapięcia do szybkiego montażu
 - display na płasko do montażu bez konfekcjonowania, paletyzacja zbiorczo elementami, PET antymop
- wobler z ulotką:
 - przygotowanie woblerów z ulotką, które będą umieszczone w sieci sklepów w Polsce, np. Auchan lub równoważne
 - wielkość woblera- ok. 8x8 cm, kreda 350g, druk 4+0, lakier dyspersyjny 1+0 koszty ew. wykrojnika oraz doklejanie standardowego kiwaka pet
 - ulotka dwustronna w formacie A6 lub A5, kreda 200g, 4+4 CMYK
 - zakładana ilość woblerów z ulotką- min. 148 szt.
- baner przestrzenny podwieszany:
 - przygotowanie banerów przestrzennych, które będą umieszczone w sklepach sieci, np. Auchan lub równoważne
 - wymiary baneru ok. 100x100x10cm
 - zakładana ilość banerów- min. 120 szt.

- czas ekspozycji- 1 miesiąc w 60 sklepach
- sesja zdjęciowa:
 - przeprowadzenie profesjonalnej sesji zdjęciowej
 - uzyskanie minimum 10 profesjonalnych zdjęć
 - zdjęcia do wykorzystania w materiałach reklamowych dla innych działań zaplanowanych dla kampanii
- billboard:
 - format nośników- 4x3m
 - czas emisji- 1 miesiąc
 - zakładana ilość nośników- minimum 50 szt.
 - emisja m.in. na Śląsku, w Małopolsce, w Tarnowie, Rzeszowie, Siedlcach, Opolu, Kaliszu, Zielonej Górze, Warszawie i w innych miastach
- reklama busback:
 - reklama na tyłach autobusów
 - czas emisji- 1 miesiąc
 - zakładana ilość nośników- minimum 10 szt.
 - emisja w różnych częściach Polski, m.in. Warszawa, Śląsk, Małopolska
- citylight:
 - nośniki citylight (118,5x175cm) i citylight premium (118,5x175cm, oświetlenie LED)
 - zakładana ilość nośników citylight- minimum 60 szt.
 - zakładana ilość nośników citylight premium- minimum 90 szt.
 - czas emisji- 1 miesiąc
 - emisja w różnych częściach Polski, m.in. Śląsk, Małopolska, Tarnów, Rzeszów, Siedlce, Opole, Kalisz, Zielona Góra, Warszawa
- 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 stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.
- g) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- h) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaków PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy> /wersja maj 2020/
- i) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w danym etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem danego etapu projektu.
- j) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- k) Przedstawiona oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kompleksowej kampanii reklamowej. Zamawiający nie dopuszcza podwyższania wartości zadań w trakcie realizacji zadań objętych ofertą.

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 wartość złożonej oferty. 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 wartość zadań wskazanych w ofercie do realizacji przez danego uczestnika konsorcjum. 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 40 000 zł (słownie: czterdzieści 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: 93 1050 1142 1000 0090 8104 0272
 - 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 czterech kampanii reklamowych współfinansowanych z udziałem środków pomocy publicznej (UE)-kampanie o zasięgu ogólnopolskim, dotyczące produktów spożywczych. Każda z kampanii o wartości nie niższej niż 70% maksymalnego budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym. Każda ze zrealizowanych kampanii musi obejmować minimum sześć kanałów przekazu spośród kanałów: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor. Wymagane jest, aby wśród wymaganych sześciu kanałów przekazu wystąpiły:
 - radio (realizacja spotów wraz z zakupem mediów),
 - internet (kreacja grafik oraz zakup mediów),
 - prasa (kreacja grafik oraz zakup mediów).

W celu potwierdzenia spełnienia warunku oferent powinien dołączyć do oferty listę (zestawienie) zrealizowanych kampanii reklamowych zawierającą przynajmniej:

- nazwę zleceniodawcy dla każdej kampanii,
- wartość netto w PLN dla każdej kampanii,
- okres realizacji dla każdej kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu dla każdej kampanii,
- źródło pochodzenia środków pomocy publicznej, w ramach którego realizowano kampanię (np. nazwę programu pomocowego)

Lista 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, inne kanały przekazu- outdoor: billboard lub citylight).

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” lokowania produktów w TV, dokumentacja fotograficzna z realizacji targów, degustacji, pokazów, gadżetów reklamowych, ulotek, publikacji, 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, w skład których będą wchodzić przynajmniej:
 - account director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
 - projekt manager (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
 - copywriter (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)
 - art director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji)

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:
 - propozycja Key Visuala A4, w postaci projektu graficznego przedstawiającego główny motyw kampanii wraz z propozycją claimu (hasła reklamowego kampanii)
 - propozycja projektu graficznego statycznego baneru internetowego
 - propozycja artykułu informacyjno-promocyjnego dotyczącego tematu kampanii: min. 2000 znaków bez spacji
 - propozycja projektu graficznego kartonowego standu reklamowego do akcji promocyjnej w sieciach handlowych
 - propozycja projektu scenariusza spotu radiowego.

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. listę (zestawienie) zrealizowanych kampanii reklamowych 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 (Key Visual A4, statyczny baner reklamowy, artykuł informacyjno-promocyjny, stand reklamowy, scenariusz spotu radiowego)
- h. wycenę poszczególnych elementów oferowanej kampanii (wypełniony załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego)

VI. Warunki wykluczenia Oferenta z postępowania:

W postępowaniu nie mogą brać udziału następujące podmioty:

- Podmioty powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - a. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
 - b. posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji;
 - c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
 - d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa w linii drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
 - e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

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

VII. Kryteria oceny ofert:

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

1. cena netto przedmiotu zamówienia – waga 60%
2. warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- waga 40%

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

b) Sposób przyznawania punktacji za spełnienie kryterium:

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

1. Cena netto przedmiotu zamówienia- max. 60 pkt.:

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

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

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

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

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: **Zakład Produkcji Spożywczej "Jamar" Szczepaniak sp.j., Albertów 69; 42-165 Lipie**

LUB

- drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres m.pluta@jamar.pl (objętość załączników do jednego e-maila do 3 MB)

w nieprzekraczalnym terminie do dnia 24.09.2020 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 24.09.2020 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 *Jamar-offerta 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 24.09.2020 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.jamar.pl

X. Zasady modyfikacji treści zapytania ofertowego oraz modyfikacji ofert:

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

XI. Odrzucenie oferty:

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

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

XII. Unieważnienie postępowania:

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

XIII. Zawarcie umowy na realizację kampanii:

1. Zamawiający, w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza umowę na realizację kampanii reklamowej.
2. Zamawiający będzie miał prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku niepodpisania umowy o przyznanie pomocy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. W takim przypadku Wykonawca będzie miał prawo żądać od Zamawiającego

zapłaty za zadania zrealizowane do momentu otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy. Zrealizowanie zadań powinno być udokumentowane przez Wykonawcę.

3. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:

- zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
- w przypadku wystąpienia zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym zmian i obostrzeń wynikających ze stanu epidemicznego związanego z wirusem Covid-Sars-2
- zmian wynikających z obostrzeń sanitarnych w czasie obowiązywania stanu pandemii, w szczególności zmiany miejsc realizacji poszczególnych zadań lub usunięcia zadań z zakresu zawartej umowy.
- w zakresie harmonogramu planowanej operacji, w następujących okolicznościach:
 - działanie siły wyższej, mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy. Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.
 - inne istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili zawarcia umowy, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość wykonania zadania.

4. Strony uprawnione są do zmiany Umowy w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego w przypadkach, których strony nie mogły przewidzieć w dniu zawarcia umowy.

5. Wszelkie zmiany w umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Oferentem wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

XIV. Poufność danych

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

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

- wyborze wykonawcy albo

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

Załączniki do zapytania ofertowego:

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