

## ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

***PROMOCJA PRODUKTÓW WYTWARZANYCH PRZEZ GRUPĘ PRODUCENTÓW  
(świeży sok marchwiowy Cymes z Pojezierza Wałeckiego, świeży sok marchwiowo-selerowy  
Cymes z Pojezierza Wałeckiego, świeży sok jabłkowy Cymes z Pojezierza Wałeckiego,  
jabłko) ORAZ UPOWSZECHNIENIE WIEDZY O TYCH PRODUKTACH I SYSTEMACH  
JAKOŚCI, W RAMACH KTÓRYCH TE PRODUKTY ZOSTAŁY WYTWORZONE (system  
Jakość Tradycja oraz 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:

**"Victoria Cymes" sp. z o.o.**

**ul. Kołobrzaska 43**

**78-600 Wałcz**

**NIP 7651590153**

**Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z**

**Leszek Glezer**

**Pławin 33**

**66-540 Stare Kurowo**

## **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:

- świeży sok marchwiowy Cymes z Pojezierza Wałeckiego- system Jakość Tradycja,
- świeży sok marchwiowo-selerowy Cymes z Pojezierza Wałeckiego- system Jakość Tradycja,
- świeży sok jabłkowy Cymes z Pojezierza Wałeckiego- system Jakość Tradycja,
- jabłko- owoc- system rolnictwa ekologicznego.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w trzech etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.10.2021. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:
  - spot reklamowy 30s i 15s,
  - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów,
  - spot 15s powinien być skrótową wersją spotu 30s (spot 30s buduje przekaz i opowiada historię, a spot 15s intensyfikuje przekaz)
  - wymagania dotyczące spotu:
    - realizacja przez profesjonalną ekipę posiadającą doświadczenie w produkcji spotów TV
    - ujęcia mogą odbywać się zarówno w studiu, jak i w plenerze,
    - jakość ujęć- 4K,
    - wykonawca musi zapewnić obecność przedstawiciela zamawiającego na planie filmowym,

- ujęcia do spotu muszą być akceptowane przez zamawiającego na każdym etapie realizacji,
  - emisja w minimum 29 stacjach telewizyjnych, np. TVP1, TVP2, TVN, Polsat, TVN24, Ale Kino+ [Ale Kino], Animal Planet HD, Comedy Central, Comedy Central Family [VH1 Polska], Domo+ [Domo], DTX [Discovery Turbo Xtra], E-Sport tv, Eurosport 1 [Eurosport], Eurosport2, FOX, FOX Comedy [FOX Life], kuchnia+, [kuchnia.tv], Motowizja, National Geographic, nSport+ [nSport], Paramount Channel HD, [Viacom Blink], Planete+ [Planete], Sportklub, Travel channel, TVN Fabula, TVN Style, VH 1, [VH1 Europe, Disney XD, MiniMini+ [MiniMini].lub równoważne (stacje ogólnopolskie lub tematyczne)
  - zaplanowany minimalny wskaźnik GRP- 430,
  - minimalny udział GRP w paśmie prime time- 40%,
  - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
  - oferta powinna zawierać minimum:
    - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
    - wykaz stacji telewizyjnych, w których będzie emitowany spot telewizyjny.
- RADIO:
    - spot reklamowy 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 2 stacjach radiowych, np. Radio Zet, Grupa Drapacz Chmur lub równoważne (stacje ogólnopolskie lub regionalne),
    - zaplanowana minimalny wskaźnik GRP- 250,
    - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
    - oferta powinna zawierać minimum:
      - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
      - wykaz stacji radiowych, w których będzie emitowany spot radiowy.

- INTERNET:

- zakres reklamy:

- Key Visual:

- przygotowanie Key Visual dla materiałów publikowanych w internecie
- Key Visual- graficzny motyw przewodni, grafika główna, która będzie wytyczną dla kolejnych materiałów publikowanych w Internecie
- zachowanie komunikacyjnej spójności przekazu oraz ułatwienie odbiorcy jego rozpoznania i zapamiętania

- banery reklamowe:

- przygotowanie i emisja sześciu różnych projektów banerów reklamowych w różnych formatach dostosowanych do wymogów stron internetowych
- cztery banery statyczne, dwa banery ruchome (2-3 plansze)
- wyświetlanie banerów o zainteresowaniach: zdrowie, sport, uroda, kulinaria i parenting
- minimalna ilość wyświetleń- 1 000 000

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- przygotowanie siedmiu różnych artykułów informacyjno-promocyjnych
- artykuły powinny zawierać zarówno tekst jak i grafikę
- emisja artykułów w serwisach lifestylowych, kobiecych, urodowych, fitnessowych lub parentingowych, których łączna minimalna liczba unikalnych użytkowników nie będzie mniejsza niż 5 000 000.
- emisja trzynastu artykułów (jeden artykuł może być emitowany więcej niż jeden raz)

- lokowanie w kanałach YouTube:

- przygotowanie scenariuszy lokowania i nawiązanie współpracy z przynajmniej czterema Youtuberami prowadzącymi kanały typu: lifestyle, kobiece, fit, uroda, parenting
- minimalna łączna liczba subskrybentów kanałów nie może być mniejsza niż 1 300 000
- łączny minimalny czas wyświetlania produktów i/lub informacji o produktach nie może być mniejszy niż 3,5 minuty
- planowana liczba wyświetleń- 400 000

- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i emisja materiałów reklamowych,
  - emisja materiałów reklamowych na minimum 21 stronach internetowych, np. kuchnia.wp.pl, parenting.pl, portal.abczdrowie.pl, kobieta.wp.pl, turystyka.wp.pl, Allaboutlife.pl, dlalejdis.pl, tylkostyl.pl, kliknijwzdrowie.pl, urodaizdrowie.pl, ilewazy.pl, mamotoja.pl, polki.pl, gotujmy.pl, Waniliowa Chmurka, ulinarneprzygodygatity.pl, aniagotuje.pl, Smaczna Pyza, Brenika - mój kulinarny pamiętnik, Gotuję, bo lubię!, YouTube 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:
      - reklama banerowa:
        - przygotowanie i emisja pięciu reklam banerowych w prasie
        - format reklamy: ¼ strony oraz ½ strony
        - emisja w czasopismach kobiecych, poradnikowych, lifestylowych lub kulinarnych.
      - artykuły informacyjno-promocyjne:
        - przygotowanie i emisja pięciu artykułów informacyjno-promocyjnych
        - artykuły powinny zawierać zarówno tekst i grafikę
        - format artykułów- ½ strony, ¼ strony
        - emisja w czasopismach kobiecych, poradnikowych, lifestylowych lub kulinarnych.
    - emisja w minimum 5 czasopismach, np .Pani Domu, Poradnik Domowy, Naj, Moje gotowanie, Claudia lub równoważne (czasopisma o podobnym nakładzie i profilu)

- 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:
    - plakat reklamowy:
      - format A3
      - mocowany na taśmę dwustronną
      - papier kreda połysk 170g + folia połysk
      - produkcja min. 1000 szt.
    - kubek reklamowy:
      - pojemność ok. 330 ml
      - materiał: ceramika
      - zadruk kolorowy
      - produkcja min. 1000 szt.
    - długopis reklamowy:
      - długopis metalowy typu Cosmo
      - produkcja min. 1000 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 Nimcy,
  - termin targów- 09-13.10.2021
  - planowana wielkość powierzchni targowej- 9 m<sup>2</sup>,
  - stoisko targowe:
    - białe ściany do wypełnienia grafiką,
    - grafika wielkoformatowa, drukowana na białej folii lub innym materiale,
    - oświetlenie, wykładzina,
    - lada informacyjna,
    - 1 stół, 4 krzesła, 1 hoker
    - zabudowa indywidualna
  - transport osób samochodem - transport na miejsce targów oraz transport miejscowy na trasie hotel- miejsce targów
  - transport próbek kurierem na palecie do 300 kg (produkty wymagają przewozu w warunkach chłodniczych)
  - zapewnienie noclegu dla 4 osób
- 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- 1,
- miejsce przeprowadzenia pokazu- wybrana Szkoła Podstawowa w Wałczu
- cel pokazu: szerzenie wiedzy i świadomości na temat produktów objętych promocją oraz systemów jakości wśród ludzi młodych (którzy przełożą swoją wiedzę rodzinom) a także wśród grona pedagogicznego
- planowana ilość uczestników pokazu- 100 osób (w razie potrzeby podzielonych na grupy),
- pokaz połączony z wystąpieniem dietetyka
- pokaz prowadzony przez profesjonalnego dietetyka z kilkuletnim stażem, który posiada doświadczenie w wystąpieniach publicznych (w zakresie wynagrodzenia dla osoby prowadzącej mieści się opracowanie przez osobę prowadzącą specjalnej, atrakcyjnej dla grupy docelowej prezentacji i zabawy dydaktycznej, a

także koszty logistyczne oferowane przez osobę prowadzącą- dojazd oraz wynagrodzenie dla osób wspomagających osobę prowadzącą)

- 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- targi Anuga Kolonia Niemcy
- zapewnienie obsługi degustacji przez dwie hostessy- zadania hostess:
  - prezentacja produktów objętych promocją wraz z przekazywaniem informacji na ich temat
  - częstowanie uczestników degustacji produktami objętymi promocją
  - prowadzenie degustacji na całym terenie targów
- strój dla hostess: koszulka z grafiką, spódnica lub spodnie
- 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 Jakość Tradycja i systemie rolnictwa ekologicznego
    - format A4
    - ok. 28 stron
    - okładka: kreda mat 350g folia
    - środek: kreda mat 170g

- produkcja min. 5 000 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.
- REKLAMA KINOWA:
    - rodzaj reklamy- spot kinowy o długości 45s dostosowany do wyświetlania w dużym formacie
    - spot wykorzystujący materiał nakręcony podczas produkcji spotu telewizyjnego oraz zawierający gotowe ujęcia stockowe
    - emisja w minimum 25 kinach sieci Multikino lub równoważnej (inna ogólnopolska sieć kin)
    - minimalna ilość widzów- 700 000
    - 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 Znaku 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 I etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem I 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: 86 1140 1124 0000 3120 1700 1001
    - 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. Wymagane jest, aby wśród wymaganych sześciu kanałów przekazu wystąpiły:

- telewizja (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).

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

- Oferent musi posiadać niezbędną wiedzę i doświadczenie dotyczące wykonania niniejszego zamówienia. Oferent powinien wykazać się dysponowaniem pracownikami możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii, 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 scenariusza 30s spotu reklamowego, przedstawionego w postaci storyboardów (rysunki lub kompozycje zdjęciowe) z rozpisaną warstwą testową i dialogową. Minimalna ilość slajdów: 8
  - 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 reklamy prasowej (baner)- ½ strony
  - 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 (scenariusz spotu 30s, Key Visual A4, statyczny baner reklamowy, artykuł informacyjno-promocyjny, reklama prasowa, 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.:**

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

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

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

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

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: **Victoria Cymes sp. z o.o., ul. Kołobrzaska 43, 78-600 Wałcz**

LUB

- drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres [justyna.juszczak@cymes.pl](mailto:justyna.juszczak@cymes.pl) (objętość załączników do jednego e-maila do 3 MB)

w nieprzekraczalnym terminie do dnia **18.09.2020 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 18.09.2020 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 *Victoria Cymes-oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*

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

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

g) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.

h) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu 18.09.2020 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.cymes.pl](http://www.cymes.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