

ZAPYTANIE OFERTOWE

w ramach projektu pt.

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (ser topiony gouda, ser topiony złoty ementaler, kefir naturalny ze Skały, śmietanka kremowa ze Skały, masło ekstra ze Skały) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemie jakości, w ramach którego te produkty zostały wytworzone (System Jakość Tradycja) 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:

Sertop sp. z o.o.

ul. Przemysłowa 58

43-100 Tychy

NIP 6460323825

Występujący jako Lider konsorcjum zawartego z

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Skale

ul. Wolborska 88

32-043 Skala

NIP 6750003017

I. Przedmiot zamówienia:

Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- zgodnie z treścią zapytania przedstawioną poniżej.

II. Oferta winna zawierać przynajmniej:

1. Pełną nazwę i adres oferenta oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze (np. KRS), w którym ujawniony jest oferent. Zapisy we właściwym rejestrze, w którym został wpisany oferent powinny potwierdzać, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.

W przypadku reprezentowania oferenta przez Pełnomocnika nie wymienionego w właściwym rejestrze, pełnomocnik powinien dołączyć oryginał dokumentu pełnomocnictwa lub notarialnie poświadczoną kopię. *Jeżeli Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast numeru NIP umieszcza w ofercie numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo dołącza się wydruk oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze w którym ujawniony jest oferent. Wydruk lub wypis z właściwego rejestru potwierdzający nr wpisu oferenta do rejestru oraz potwierdzający, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.*

2. Adres e-mail oferenta, służący do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania
3. Pełną nazwę i adres siedziby zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym jeśli jest inny niż adres siedziby)
4. Pełną nazwę projektu zgodnie z niniejszym zapytaniem ofertowym
5. Datę sporządzenia oferty
6. Datę ważności oferty – wymagane minimum 2 miesiące
7. **Wartość oferty netto i brutto przedmiotu zamówienia po uwzględnieniu ewentualnych upustów.**
 - a. **W wartości oferty nie może być ujęty koszt cła, opakowania, koszt szkolenia, koszty dojazdów i diet oferenta.**
 - b. **Na wartość oferty składa się kompleksowe wykonania zadania.**

8. Wycenę odrębną każdego z poniżej wyszczególnionych zadań (każdej z form reklamy) w wartości netto i brutto – oferent jest zobowiązany do wypełnienia i dołączenia do oferty załącznika nr 1.
9. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
10. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez uczestników konsorcjum. Z treści umowy konsorcjum winna jednoznacznie wynikać możliwość oferowania i wykonania zadań objętych niniejszym zapytaniem.
11. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej na papierze firmowym Oferenta lub opatrzona pieczętką firmową oraz powinna być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta.
12. Oferta sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez tłumacza przysięgłego

**Dokumenty składane w formie kopii powinny być potwierdzone podpisem osoby reprezentującej oferenta na każdej stronie.
Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.**

III. Wymogi dotyczące zapisów oferty

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form reklamy.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania więcej niż jednej oferty przez jednego oferenta lub grupę działających wspólnie oferentów.
3. Nie dopuszcza się składania ofert zawierających więcej niż jeden wariant realizacji zadania.
4. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
5. Koszt przygotowania i dostarczenia oferty pokrywa Oferent. Zamawiający nie może być pociągany do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.

6. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.

Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

IV. Opis przedmiotu zamówienia:

a) Wykaz produktów przeznaczonych do promocji:

- ser topiony gouda
- ser topiony złoty ementaler
- kefir naturalny ze Skały
- śmietanka kremowa ze Skały
- masło ekstra ze Skały

Wszystkie produkty wytwarzane w ramach Systemu Jakość Tradycja.

- b) Kampania reklamowa realizowana będzie w pięciu etapach. Kampania będzie realizowana od dnia 01.10.2020 do dnia 31.08.2022. Szczegółowy zakres i terminy etapów wykazano w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

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

- TELEWIZJA:
 - dwa spoty reklamowe 30s,
 - produkty dwóch uczestników konsorcjum powinny być promowane w odrębnych spotach
 - spot dostosowany do wymagań technicznych poszczególnych stacji telewizyjnych
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy, produkcja i emisja spotów,
 - emisja w minimum 19 stacjach telewizyjnych, np. Polsat, TVP 3 Kraków, TVP ABC, TVP Historia, TVP INFO [TVP3], TVP Kultura, TVP Rozrywka, TVP Seriale, TVP Sport, Adventure, Active Family, Nuta.tv, Power TV, TO!TV [ITV], Top Kids, TVP HD, TVP Polonia, TVR, TVS lub równoważne (stacje ogólnopolskie, stacje regionalne, stacje tematyczne)
 - zaplanowany minimalny wskaźnik GRP- 338,

- 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 20s i spot reklamowy 30s
 - spot reklamowy 20s przeznaczony do promocji produktów Sertop
 - spot reklamowy 30s przeznaczony do promocji produktów OSM w Skale
 - w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie scenariuszy, produkcja i emisja spotów,
 - zaplanowana minimalna ilość emisji spotu 20s- 66- emisja w stacji ogólnopolskiej, np. RMF FM lub równoważnej (inna stacja ogólnopolska)
 - zaplanowana minimalna ilość emisji spotu 30s- 640- emisja w stacjach regionalnych, np. Eska Kraków, RMF MAXXX lub równoważnych (inne stacje regionalne)
 - 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:
 - kampania banerowa:
 - promocja produktów wytwarzanych przez OSM w Skale:
 - przygotowanie jednego projektu baneru statycznego w formacie 300x250px (I etap)
 - emisja baneru w II, III i IV etapie
 - zaplanowana minimalna ilość odsłon- 6 000 000
 - promocja produktów wytwarzanych przez Sertop:

- przygotowanie trzech projektów banerów w formacie multiscreening- double billboard 750x200 px + tapeta (IV etap)
- emisja banerów w V etapie
- zaplanowana minimalna ilość odsłon- 4 360 000

- artykuły informacyjno-promocyjne:

- artykuły przeznaczone do promocji produktów wytwarzanych przez Sertop
- opracowanie jednego artykułu bazowego w każdym etapie poprzedzającym etap emisyjny
- artykuł bazowy powinien zostać odpowiednio modyfikowany w celu dostawania go do emisji na danym portalu.
- w każdym etapie emisyjnym publikacja artykułów w dwóch pakietach:
 - pakiet kobiecy (lub równoważny):
 - ✓ claudia.pl- widoczność na głównej stronie serwisu przez 7 dni,
 - ✓ claudia.pl- emisja w prawej szpalcie serwisu, artykuł pozostanie na stałe w serwisie,
 - ✓ kobieta.pl- widoczność na głównej stronie serwisu przez 7 dni,
 - ✓ kobieta.pl- emisja w prawej szpalcie serwisu, artykuł pozostanie na stałe w serwisie
 - pakiet kulinarny (lub równoważny):
 - ✓ mojegotowanie.pl- artykuł z przepisem kulinarnym, promowany przez 7 dni, pozostanie na stałe w serwisie,
 - ✓ przyslijprzepis.pl- artykuł z przepisem kulinarnym, promowany przez 7 dni, pozostanie na stałe w serwisie)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych, opracowanie artykułów i emisja materiałów reklamowych,
- emisja materiałów reklamowych na minimum 7 stronach internetowych, np. smaker.pl, styl.pl, kobieta.interia.pl, claudia.pl, kobieta.pl, mojegotowanie.pl, przyslijprzepis.pl lub równoważne (kierowane do podobnej grupy docelowej)
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:

- informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
- wykaz stron internetowych, na których emitowane będą materiały reklamowe.

- PRASA

- forma reklamy- reklama banerowa:
 - przygotowanie i emisja 10 grafik reklamowych
 - format reklamy: cała strona, ½ strony, ¼ strony
 - minimalna zakładana ilość emisji- 36
- emisja w minimum 3 czasopismach, np. 13 czasopismach, np. Claudia, Claudia Święta, Sielskie Życie, Dobre Rady, Moje Gotowanie, Sól i Pieprz, Przepisy Czytelników, Durszlak, Życie na gorąco, Chwila dla Ciebie, Cała Ty, Gazeta Krakowska, Dziennik Polski lub równoważne (kierowane do podobnej grupy docelowej)
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów banerów reklamowych ich emisja,
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1,
 - wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone będą artykuły.

- MARKETING BEZPOŚREDNI:

- formy reklamy:
 - ulotki reklamowe:
 - format A4 składane do A5
 - papier kreda mat lub 130g
 - SMYK 4+4
 - wydruk min. 20 000 szt.
 - torby papierowe:
 - wymiary: ok. 24x9x33 cm
 - papier powlekany matowy 170g

- druk CMYK
- uszlachetnienie: laminat mat + lakier UV
- produkcja min. 1 000 szt.
- kubki ceramiczne:
 - materiał: porcelana
 - pojemność ok. 350 ml
 - produkcja min. 600 szt.
- torby bawełniane:
 - format ok. 38x42 cm
 - gramatura ok, 190g
 - produkcja min. 1 000 szt.
- notesy reklamowe A5:
 - format A5
 - ok. 25 kartek
 - papier offset 90g
 - spodni karton usztywniający
 - produkcja min. 5 000 szt.
- notesy reklamowe A6;
 - format A6
 - ok. 25 kartek
 - papier offset 90g
 - spodni karton usztywniający
 - produkcja min. 5 000 szt.
- w zakres zadań Oferenta wchodzi przygotowanie projektów graficznych i produkcja ulotek/gadżetów reklamowych
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
- oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

- **UDZIAŁ W TARGACH:**

- udział w targach Alimentaria Barcelona Hiszpania,
- termin targów- kwiecień 2022

- planowana wielkość powierzchni targowej- 24 m²,
- stoisko targowe narożne w zabudowie indywidualnej z grafikami reklamowymi
- zapewnienie przelotu i noclegu dla 3 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 dzień pokazowy,
- miejsce przeprowadzenia pokazu- profesjonalne studio kulinarne zlokalizowane na terenie województwa śląskiego
- pokaz dla osób mieszczących się w grupie docelowej (osoby w wieku 25-45 lat, mieszkańcy miast, o dochodach na poziomie średniej krajowej lub wyższych), w tym do blogerów
- planowana ilość zaproszonych gości- 45, przy czym ze względu na możliwe ograniczenia zakłada się, że w ciągu jednego dnia, w jednym miejscu zostaną przeprowadzone pokazy dla grup po ok. 15 osób, czyli łącznie 3 równoważne pokazy- jeden po drugim.
- czas trwania jednego pokazu- ok. 3-4 godziny
- przygotowanie na żywo przez profesjonalnego kucharza trzech dań np. przystawka/zupa, danie główne, deser- dania wykorzystujące produkty objęte promocją
- prowadzenie pokazu przez konferansjera
- zapewnienie obsługi przez dwie hostessy
- stoisko pokazowe wyposażone w meble gastronomiczne, oświetlenie i nagłośnienie
- materiały reklamowe dla uczestników pokazów- zestawy akcesoriów kulinarnych- deska drewniana lub misa, zestaw sztućców drewnianych, fartuszek kuchenny lub koszulka
- wynajem sprzętu gastronomicznego niezbędnego do przeprowadzenia pokazu, np. bemały, piec konwekcyjno-parowy, grille, taborety grzewcze, frytkownice i blendery, odpowiednia ilość garnków, drobnego sprzętu kuchennego (łyżki do

mieszania, noże, deski itp.), materiały potrzebne do utrzymania czystości (ręczniki papierowe, płyny do mycia itp.)

- wynajem zastawy stołowej, np. wynajem talerzy (talerze głębokie, płytkie, owalne), sztućce (zestaw rozszerzony), szklanki (4 rodzaje), sztućce do podawania potraw- do każdej potrawy odrębny zestaw zastawy stołowej
- logistyka- dowieszenie elementów stoiska pokazowego w miejsce pokazów, złożenie i rozłożenie stoiska, wynagrodzenie dla ekipy montażowej, ustawienie nagłośnienia i oświetlenia
- 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- 65 degustacje dwudniowe,
- miejsce przeprowadzenia degustacji- sieci handlowe typu E.Leclerc (np. Tychydis, Chorzówdis, Silesiadis, Gliwicedis, Sosnowiecdis), Auchan, Carrefour, Selgros oraz Makro w miastach typu Tychy, Chorzów, Katowice, Sosnowiec, Gliwice, Poznań, Warszawa, Piaseczno, Wrocław, Łódź, Bielsko Biała, Kraków, Bytom, Rybnik, Tarnowskie Góry, Wodzisław Śląski, Jastrzębie Zdrój, Żory, Częstochowa, Legnica, Bydgoszcz, Szczecin, Gdańsk, Opole, Olsztyn, Koszalin, Toruń, Zabrze, Lublin i Białystok lub równoważne (sieci sklepów w małych i dużych miastach)
- strój dla hostess- fartuszki z grafiką reklamową
- na każde degustacje powinna zostać wynajęta jedna hostess
- do koordynacji powinien zostać wynajęty supervisor- zadania supervisora:
 - określenie harmonogramu degustacji
 - uzgadnianie szczegółów przeprowadzania degustacji z punktami handlowymi
 - wybór hostess
 - przygotowanie merytorycznego hostess do przeprowadzenia degustacji,

- koordynacja wysyłki/przewozu stoisk degustacyjnych w miejsca degustacji
 - kontrola przeprowadzania degustacji, w tym wykonywanie zdjęć dokumentujących przeprowadzenie degustacji
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
 - propozycję miejsc przeprowadzenia degustacji.
- PUBLIKACJE:
 - forma reklamy:
 - książeczka kulinarna:
 - książeczka z przepisami wykorzystującymi promowane produkty
 - format A5
 - 36 stron
 - papier okładki kreda mat 250g
 - papier wnętrza kreda mat 170g
 - produkcja min. 5 000 szt.
 - broszura informacyjno-promocyjna:
 - format B5
 - 8 stron
 - papier kreda mat 170g
 - CMYK 4+4
 - produkcja min. 2 000 szt.
 - terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.
 - INNE KANAŁY PRZEKAZU:
 - formy reklamy:

- reklama outdoor:

- rodzaj nośnika- billboard 12 m²
- łączna ilość nośników- 240
- lokalizacja nośników w Krakowie lub innym mieście o podobnej wielkości

- konferencja:

- przygotowanie i przeprowadzenie konferencji informacyjno-promocyjnej
- uczestnicy konferencji- głównie klienci firmy Sertop
- przewidywana ilość uczestników- ok. 120 osób
- czas trwania konferencji- ok. 6 godzin
- miejsce przeprowadzenia konferencji- województwo śląskie- wybrany hotel lub specjalna sala konferencyjna. Wybrane miejsce powinno być dostosowane do przeprowadzenia konferencji wewnątrz budynku, jak i na zewnątrz. Konferencja planowana jest do przeprowadzenia w maju, więc może odbyć się w plenerze. W przypadku pogorszenia warunków pogodowych konferencja powinna zostać przeniesiona do standardowej sali konferencyjnej.
- podczas konferencji powinny zostać przedstawione informacje na temat produktów objętych promocją oraz na temat systemu jakości Jakość Tradycja. Powinien zostać omówiony wpływ certyfikatu systemu Jakość Tradycja na świadomość konsumentów i możliwości zwiększenia sprzedaży produktów oznaczonych znakiem systemu. Powinny zostać opisane działania promocyjne i informacyjne jakie zostały przeprowadzone w ramach kampanii reklamowej i jakie efekty dzięki nim udało się osiągnąć.
- wymagane wyposażenie miejsca przeprowadzenia konferencji: sala/plener z pełną infrastrukturą do przeprowadzania tego typu imprez, oświetlenie konferencyjne ze światłem scenicznym, architektonicznym i punktowym, rider przystosowany do programu konferencji, profesjonalna obsługa oświetlenia wraz z projektem światła, atestowana scena przystosowana do przeprowadzenia konferencji/sala klimatyzowana, z dostępem do Internetu (WiFi) dla prowadzących i uczestników konferencji, możliwość zaciemnienia sali z dostępem do światła dziennego.

- wymagane wypożyczenie sprzętu komputerowego niezbędnego do przeprowadzenia profesjonalnej konferencji: nagłośnienie wraz z mikrofonami bezprzewodowymi, ekrany LCD będące nośnikiem obrazu i wizualizacji przedstawianych materiałów oraz projektory multimedialne, nagłośnienie dostosowane do plenerowego przeprowadzenia konferencji/wielkości sali, zestawy kolumnowe wraz z dołami basowymi, satelity, konsole cyfrowe i mikser cyfrowy, mikrofony stojące oraz pojemnościowe, głośniki aktywne, dodatkowe ekrany reklamowe i projekcyjne, telewizory, wszelkiego rodzaju kable, przedłużacze, wzmacniacze niezbędne do doprowadzenia energii elektrycznej i podłączenia sprzętu.
- osoba prowadząca konferencję- znana osoba, która swoją obecnością wzmocni przekaz reklamowy- podjęcie współpracy z osobą znaną szerszej publiczności, np. Marcin Prokop, Zygmunt Chajzer czy Jarosław Kret. Prowadzący jako „gwiazda” uświetnia samą imprezę swoją obecnością, wzmocni przekaz reklamowy poprzez utożsamienie się z promowanymi produktami. Znana osoba będzie czynnie uczestniczyła w prowadzeniu konferencji.
- konferansjer- wynajęcie osoby, która będzie zajmowała się konferencją od strony technicznej- przywitanie gości, wprowadzenie ich na konkretne wskazane, zaplanowane miejsce, informowanie o wszystkich istotnych elementach konferencji, wręczenie planu konferencji, wsparcie w przypadku bieżących problemów, pożegnanie gości, wręczenie im materiałów reklamowych (wytworzonych w ramach marketingu bezpośredniego)
- materiały informacyjne- dwa duże banery reklamowe zawierające informacje o dokładnym miejscu przeprowadzenia konferencji (banery będą kierowały uczestników konferencji na miejsce przeprowadzenia konferencji), ścianka informacyjno-reklamowa umieszczona w miejscu przeprowadzenia konferencji- ścianka będzie zawierała zarówno elementy informacyjne jak i promocyjne (tekstowe i graficzne) oraz kartonowy kuferek promocyjny, w którym będą umieszczone promowane produkt.
- serwis kawowy dla uczestników konferencji

- przygotowanie fotorelacji- dokumentacja całości imprezy od momentu przyjazdu pierwszych gości do momentu zakończenia konferencji- przygotowanie relacji zdjęciowej na wybranym nośniku elektronicznym, z możliwością pobrania fotorelacji w wersji cyfrowej
 - videorelacja- pełny film konferencyjny oraz krótki film reklamowy z konferencji + możliwość nakręcenia teledysku z konferencji
 - koordynacja i logistyka- prowadzenie ustaleń z obsługą wynajętego miejsca, ustalenie listy gości na konferencję, zaproszenie gości na konferencję, koordynacja prac fotografa i kamerzysty, wynagrodzenie dla ekipy montującej i demontującej sprzęt.
- terminy realizacji zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego,
 - oferta powinna zawierać minimum:
 - informacje na temat kosztów poszczególnych pozycji zadań- zgodnie z załącznikiem nr 1 do zapytania ofertowego- należy wypełnić kolumnę „ilość wg oferty” i „wartość netto” załącznika nr 1.

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

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

- d) **Budżet oferty złożonej w ramach postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone ze względów formalnych.**
- e) W przypadku kosztów związanych z transportem stawka za 1 km nie może przekraczać 0,8358 zł.
- f) W przypadku kosztów związanych z noclegiem stawka za 1 dobę nie może przekraczać 380 zł/osobę.
- g) W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma

prawo zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.

- h) Złożenie oferty przez Oferenta potwierdza możliwość realizacji pełnego zakresu zadań określonego w zapytaniu ofertowym.
- i) Wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaków PROW 2014-2020, która dostępna jest pod adresem internetowym <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/ksiega-wizualizacji-i-logotypy> /wersja maj 2020/
- j) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które realizowane będą w danym etapie operacji na 60 dni przed planowanym zakończeniem tego etapu projektu.
- k) Wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. IV niniejszego zapytania ofertowego.
- l) Przedstawiona oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kompleksowej kampanii reklamowej. Zamawiający nie dopuszcza podwyższania wartości zadań w trakcie realizacji zadań objętych ofertą.

V. Warunki udziału w postępowaniu:

Oferent musi spełniać niżej wymienione warunki:

- Oferent powinien posiadać uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zapytania ofertowego oraz nie może podlegać wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą aktualnego elektronicznego odpisu KRS lub CEIDG.
- Oferent musi posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 100 000 zł. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum firm, każdy uczestnik konsorcjum musi

posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż 100 000 zł. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą kopii aktualnej polisy ubezpieczeniowej od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej.

- Oferent nie może znajdować się w stanie upadłości lub likwidacji. W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.
- Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert wnieść wadium w kwocie 30 000 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych 0/100 groszy):
 - Za moment wniesienia wadium uważa się datę wpływu środków pieniężnych w należytej wysokości na wskazany rachunek bankowy Zamawiającego - Oferent zobowiązany jest do dołączenia do oferty potwierdzenia wykonania przelewu.
 - Wadium należy wnieść w pieniądzu.
 - Kwotę wadium należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:
 - nr rachunku: 41 1050 1214 1000 0007 0094 4747
 - tytuł przelewu: *Wadium w postępowaniu ofertowym na kompleksową realizację kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*
 - Dowód wniesienia wadium należy dołączyć do oferty.
 - Zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania ofertowego i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
 - W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
- Oferent jest zobowiązany wykazać zrealizowanie minimum jednej kampanii reklamowej współfinansowanej z udziałem środków pomocy publicznej (UE)- kampanie o zasięgu ogólnopolskim, dotyczące produktów spożywczych. Zrealizowana kampania musi obejmować wszystkie kanały przekazu: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, inne kanały przekazu- outdoor. Przy czym w przypadku:
 - telewizji- wymagana jest realizacja spotów wraz z zakupem mediów,

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

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

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

Informacja powinna być opatrzona podpisem oferenta.

- Oferent powinien wykazać się doświadczeniem w realizacji wymaganych przez Zamawiającego kanałów przekazu objętych niniejszym zapytaniem (telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, inne kanały przekazu- outdoor).

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

- Oferent musi posiadać niezbędną wiedzę i doświadczenie dotyczące wykonania niniejszego zamówienia. Oferent powinien wykazać się dysponowaniem pracownikami możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii posiadającymi przynajmniej dwuletnie doświadczenie w realizacji kampanii reklamowej obejmujących telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor.

W celu potwierdzenia spełnienia niniejszego warunku oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

- Oferent powinien dołączyć do oferty wstępne projekty następujących materiałów reklamowych:

- dwa projekty banerowej reklamy prasowej ½ strony- jeden dla promocji produktów wytwarzanych przez Sertop, drugi dla produktów wytwarzanych przez OSM w Skale
- projekt baneru internetowego 300x250px (produkty OSM w Skale)
- projekt baneru internetowego multiscreening- double billboard 750x200 px + tapeta (produkty Sertop)
- scenariusz spotu radiowego 20 s (produkty Sertop)
- scenariusz spotu radiowego 30 s (produkty OSM w Skale)

Ocena spełniania przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana na podstawie weryfikacji czy do oferty dołączono:

- a. aktualny wydruk KRS/CEIDG,
- b. aktualną polisę ubezpieczeniową,
- c. podpisane przez Oferenta oświadczenie wg wzoru załączonego do niniejszego zapytania (załącznik nr 2),
- d. dowód wniesienia wadium (bankowe potwierdzenie przelewu),
- e. informację o zrealizowanej kampanii reklamowej o wartości stanowiącej przynajmniej 70% budżetu określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym
- f. wykaz zrealizowanych wymaganych form reklamy (kanałów przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje
- g. wstępne projekty materiałów reklamowych (projekty banerowej reklamy prasowej ½ strony, projekty banerów internetowych, scenariusze spotów radiowych)
- h. wycenę poszczególnych elementów oferowanej kampanii (wypełniony załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego)

VI. Warunki wykluczenia Oferenta z postępowania:

W postępowaniu nie mogą brać udziału następujące podmioty:

- Podmioty powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- b. posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji;
- c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa w linii drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
- e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

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

VII. Kryteria oceny ofert:

- a) **Ocena ofert zostanie przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria oraz ich wagę:**
 1. cena netto przedmiotu zamówienia – waga 60%
 2. warunki płatności- wielkość zaliczki wymaganej do zapłaty przed rozpoczęciem każdego z etapów- waga 40%

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

b) Sposób przyznawania punktacji za spełnienie kryterium:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Elementy oferty, które podlegają ocenie punktowej będą obowiązujące w przypadku zawarcia umowy z oferentem i zostaną przeniesione do umowy z oferentem. Warunki umowy zawartej przez Zamawiającego z wybranym oferentem nie mogą być gorsze, niż zawarte w złożonej przez oferenta ofercie.

VIII. Termin składania i otwarcia ofert:

- a) Ofertę należy złożyć:
 - przesyłką kurierską lub pocztową w: **Sertop sp. z o.o., ul. Przemysłowa 58; 43-100 Tychy**
 - LUB
 - drogą mailową w formie zeskanowanych podpisanych dokumentów na adres marketing@sertop.com.pl

w nieprzekraczalnym terminie do dnia **29.09.2020 do godz. 15.00**
- b) Ofertę przesłaną w formie papierowej należy złożyć w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed otwarciem kopercie. Kopertę należy opisać następująco: *Oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE- nie otwierać do 29.09.2020 do godz. 15.30.*
- c) Na kopercie należy umieścić nazwę i adres oferenta oraz nazwę i adres zamawiającego
- d) W przypadku oferty przesłanej drogą mailową w tytule maila należy wpisać *Oferta w postępowaniu: Kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE.*
- e) Dopuszczone formy złożenia oferty: za pośrednictwem poczty, za pośrednictwem kuriera lub w formie zeskanowanej podpisanej oferty. W każdym przypadku liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego lub na adres mailowy wskazany powyżej.
- f) Z uwagi na trwającą sytuację epidemiczną nie dopuszcza się składania ofert osobiście.
- g) Ofertę złożoną po terminie Zamawiający zwróci bez otwierania po upływie terminu rozpatrzenia ofert.
- h) Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu **29.09.2020 o godz. 15.30.**

IX. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty:

Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym zapytaniu ofertowym. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi wszystkich Oferentów poprzez publikację stosownej informacji na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe-
www.sertop.pl

X. Zasady modyfikacji treści zapytania ofertowego oraz modyfikacji ofert:

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

XI. Odrzucenie oferty:

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

1. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub
2. została złożona przez podmiot:
 - a) niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru wykonawcy danego zadania ujętego w zapytaniu ofertowym, lub
 - b)) powiązany osobowo lub kapitałowo z Beneficjentem lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą. Wymienione wyżej powiązania polegają na:
 - uczestniczeniu jako współnik w spółce cywilnej lub osobowej;
 - posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;

- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
 - pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób;
3. Została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

XII. Unieważnienie postępowania:

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

XIII. Zawarcie umowy na realizację kampanii:

1. Zamawiający, w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza umowę na realizację kampanii reklamowej.
2. Zamawiający będzie miał prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku niepodpisania umowy o przyznanie pomocy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. W takim przypadku Wykonawca będzie miał prawo żądać od Zamawiającego zapłaty za zadania zrealizowane do momentu otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy. Zrealizowanie zadań powinno być udokumentowane przez Wykonawcę.
3. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:
 - zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
 - w przypadku wystąpienia zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym zmian i obostrzeń wynikających ze stanu epidemicznego związanego z wirusem Covid-Sars-2
 - zmian wynikających z obostrzeń sanitarnych w czasie obowiązywania stanu pandemii, w szczególności zmiany miejsc realizacji poszczególnych zadań lub usunięcia zadań z zakresu zawartej umowy.
 - w zakresie harmonogramu planowanej operacji, w następujących okolicznościach:

- działanie siły wyższej, mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonania przedmiotu umowy. Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.

- inne istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili zawarcia umowy, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość wykonania zadania.

4. Strony uprawnione są do zmiany Umowy w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego w przypadkach, których strony nie mogły przewidzieć w dniu zawarcia umowy.
5. Wszelkie zmiany w umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Oferentem wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

XIV. Poufność danych

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

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

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

Załączniki do zapytania ofertowego:

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