

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej

**EUROPA PEŁNA SMAKÓW – TRADYCJA I JAKOŚĆ
(TASTEFUL EUROPE – TRADITION AND QUALITY)**

na rynkach Japonii, Korei Południowej, Wietnamu, Chińskiej Republiki Ludowej i Hongkongu

14.02.2019 r.

ZAMAWIAJĄCY:

Konsorcjum w składzie:

1. Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej – Lider
Konsorcjum ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa
2. Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw - spółdzielnia osób
prawnych – Konsorcjant ul. Świętokrzyska 20, lok. 321, 00-002 Warszawa

Osoba do kontaktu: Anna Pasik tel. 507 130 369, 22 635 01 84

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Lider Konsorcjum

Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej jest najstarszą organizacją działającą na rzecz branży mięsa czerwonego w Polsce. SRW RP zostało reaktywowane w 1989 roku w Warszawie z inicjatywy rzemieślników zainteresowanych stworzeniem grupy reprezentującej i wspierającej ich działalność. Stowarzyszenie skupia obecnie 210 producentów mięsa i jego przetworów oraz firm działających w branży około mięsnej. Jest dobrowolnym, samorządnym stowarzyszeniem rzeźników i wędliniarzy prowadzących działalność gospodarczą w zakresie wyrobów mięsnych i wędliniarskich, a także osób prowadzących działalność gospodarczą w zakresie pokrewnym i zbliżonym tej dziedzinie.

Członkowie SRW RP to w głównej mierze małe i średnie przedsiębiorstwa, ale również największe polskie firmy z branży mięsnej, obejmujące obszarowo teren całego kraju. Zakłady produkcyjne naszych członków spełniają w pełni wymogi Unii Europejskiej. Większość z nich wdrożyła już systemy ISO, system HACCP oraz system oceny jakości poubojowej EUROP zarówno w skupie jak i w sprzedaży. Są to zatem zakłady nowoczesne, konkurujące na rynku wspólnej Europy.

Cele i zadania SRW RP

Nadrzędnym celem Stowarzyszenia Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej jest jednoczenie środowiska i tworzenie silnego lobby mięsnego oraz promocja mięsa i jego przetworów. Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP realizuje swoje cele i zadania przy ścisłej współpracy i współdziałaniu z Kancelarią Prezydenta, Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwem Zdrowia, komisjami sejmowymi i senackimi, Związkiem Rzemiosła Polskiego i cechowymi organizacjami branżowymi.

Zgodnie ze statutem, celem SRW RP jest aktywizacja środowiska rzeźników i wędliniarzy do rozwoju i wykorzystania potencjału gospodarczego, wdrażania nowych technik, wynalazczości w zakresie przerobu mięsa i wyrobu wędlin, doskonalenia kwalifikacji zawodowych, kształtowania postaw społecznych i etyki zawodowej, prezentowania opinii członków i promowania osiągnięć najlepszych.

Cele Stowarzyszenia realizowane są poprzez:

- Dokonywanie ocen i analiz problemów technicznych, organizacyjnych i ekonomiczno-finansowych oraz określanie wniosków i postulatów związanych z działalnością gospodarczą rzeźników i wędliniarzy,
- Udzielanie pomocy w programowaniu doskonalenia zawodowego oraz wymiany doświadczeń zawodowych,
- Popieranie i rozwijanie ruchu racjonalizatorskiego i wynalazczego,
- Stwarzanie warunków dla współdziałania członków SRW RP przez organizowanie konferencji, narad, spotkań dyskusyjnych, odczytów, wykładów itp.,
- Współpracę z instytucjami, stowarzyszeniami i innymi organizacjami w kraju i za granicą,
- Upowszechnianie nowoczesnych metod gospodarowania surowcami, maszynami i urządzeniami w procesie produkcji jak i indywidualnych osiągnięć zawodowych,
- Udzielanie pomocy zawodowej, organizacyjnej, prawnej oraz porad ekonomiczno-finansowych członkom SRW RP,
- Czuwanie nad przestrzeganiem przez członków etyki zawodowej,
- Wydawanie prasy i wydawnictw zawodowych — zgodnie z przepisami prawa, jak i współpracę z wydawnictwami o tematyce branżowej,

- Inicjowanie opracowywania i zmiany aktów prawnych dotyczących rzeźnictwa i wędliniarstwa oraz działalności gospodarczej w tym zakresie,
- Promowanie mięsa i jego przetworów na terenie Unii Europejskiej i krajów trzecich.

Konsorcjant

Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw - spółdzielnia osób prawnych jest ogólnopolską, branżową organizacją utworzoną przez grupy i organizacje producentów owoców i warzyw w Polsce. KZGPOiW powstał w 1998 roku w Warszawie.

Do związku należy obecnie 60 grup i organizacji owoców oraz warzyw, co stanowi 1/5 łącznej liczby producentów w kraju. Członkowie KZGPOiW to w głównej mierze sadownicy, producenci pieczarek oraz producenci warzyw (pomidory, marchew, kapusta i inne). Łączny obrót (za ostatnie 2 lata) to ponad 20% całego rynku (w tym wartość eksportu ok. 260 mln Euro). Członkowie KZGPOiW swoje produkty kierują na teren kraju oraz Europę, Azję i Północną Afrykę. Zakłady produkcyjne członków KZGPOiW są zakładami w pełni nowoczesnymi, spełniającymi wymogi Unii Europejskiej.

Cele i zadania

Podstawowym celem działalności Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw jest działanie na rzecz:

1. zapewnienia zrzeszonym w nim podmiotom pomocy w ich działalności statutowej,
2. zorganizowania i rozwoju rynku owoców i warzyw poprzez rozwój i wszechstronne umacnianie pozycji grup i organizacji producentów owoców i warzyw.

Zadaniem Związku jest:

1. prowadzenie na rzecz zrzeszonych grup działalności doradczej, instruktażowej, szkoleniowej, promocyjnej, wydawniczej i kulturalno-oświatowej;
2. reprezentowanie interesów zrzeszonych grup wobec organów administracji państwowej i organów samorządu terytorialnego;
3. reprezentowanie zrzeszonych grup za granicą;
4. inicjowanie i rozwijanie współpracy między grupami oraz wspieranie ich inicjatyw gospodarczych;
5. współdziałanie z organizacjami rolniczymi, placówkami naukowo-badawczymi i doradczymi;
6. działanie na rzecz rozwoju zorganizowania rynku produktów ogrodnich oraz zorganizowania producentów i wyrażanie opinii w tym zakresie;
7. działanie na rzecz organizacyjnego i gospodarczego rozwoju oraz umacniania pozycji rynkowej grup producentów;
8. działanie na rzecz tworzenia warunków prawnych i organizacyjnych sprzyjających prowadzeniu działalności gospodarczej;
9. kształtowanie zasad etyki i społecznie akceptowanych norm postępowania w stosunkach gospodarczych;
10. stymulowanie rozwoju grup producentów owoców i warzyw jako elementu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich;
11. stymulowanie aktywności producentów i innych mieszkańców wsi do działania na rzecz wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich;
12. gromadzenie i rozpowszechnianie informacji dotyczącej funkcjonowania podmiotów gospodarczych w kraju i za granicą oraz możliwościach współpracy kooperacyjnej, zaopatrzeniowej i organizacyjnofinansowej wśród mieszkańców wsi.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1 Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

- a. ustawa Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. z 2017 r., poz. 459 z późn. zm.) art. 701—705, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji;
- b. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz. Urz. UE L 317 z 4.11.2014, str. 56);
- c. Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str. 3);
- d. Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str.14).

2.2 Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

- a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert:
 - na stronach Zamawiającego www.srw.org.pl, www.grupyogrodnicze.pl
 - w siedzibie Lidera Konsorcjum - ul. Miodowa 14 w Warszawie i Konsorcjanta – ul. Świętokrzyska 20 pok. 321, w miejscu publicznie dostępnym,
 - dostarczenie zapytania do co najmniej 5 potencjalnych oferentów,
 - publikacja na stronach: <https://www.ofertv-biznesowe.net/>, <https://www.biznes-polska.pl/>.
- b. komisyjne otwarcie ofert,
- c. weryfikację spełnienia wymogów formalno—prawnych i ocenę złożonych ofert,
- d. składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen,
- e. wybór najkorzystniejszej oferty,
- f. powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego www.srw.org.pl, www.grupyogrodnicze.pl.

2.3 Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

2.4 Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

2.5 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

2.6 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

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

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

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

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

3.1 Opracowanie kreacji wizerunkowej kampanii promocyjno-informacyjnej pt. „Europa pełna smaków – tradycja i jakość” (dalej również jako kampania lub program) skierowanej na rynki: Japonii, Korei Południowej, Wietnamu, Chińskiej Republiki Ludowej i Hongkongu, obejmującej:

- świeże, schłodzone lub mrożone mięso i jego przetwory, w tym świeżą, schłodzoną lub mrożoną wołowinę (m.in. karkówka, polędwica), wieprzowinę (m.in. karkówka, schab, polędwiczka, łopatka wieprzowa, szynka, golonka) oraz przetwory mięsne, a także drób wysokiej jakości, pochodzących z Unii Europejskiej;
- świeże, przetworzone owoce i warzywa, w tym jabłka, owoce z rodzaju Vaccinium, borówka amerykańska, aronia

według wytycznych i założeń strategicznych programu kampanii określonych w załączniku nr 1 do SIWZ; **3.2** Wdrożenie i realizacja zaplanowanej kampanii powinna odbywać się zgodnie z ofertą (programem) zatwierdzonym przez KE.

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

a. Wszelkiego rodzaju wizualne materiały informacyjne i promocyjne – z wyjątkiem małych materiałów promocyjnych (takich jak małe gadżety, np. długopisy) – muszą zawierać następujące zastrzeżenie: „Treść niniejszego(-ej) [wstawić odpowiedni opis, np. reklamy, publikacji, artykułu itp.] odzwierciedla wyłącznie poglądy jego/jej autora i podlega jego/jej wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w nim/niej informacji”.

Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w nim/niej informacji”.

b. Wszystkie projektowane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. KAMPANIA FINANSOWANA PRZY WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ]:



**CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION**

Jeżeli emblemat UE jest umieszczony w zestawieniu z innymi logo beneficjenta, musi on być odpowiednio wyeksponowany i mieć minimum 1cm.

W przypadku mediów wizualnych emblemat i tekst należy umieścić w widoczny sposób na początku, w trakcie lub na końcu przekazu. W przypadku mediów audio tekst musi być wyraźnie słyszalny na końcu przekazu.

c. Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem **„Enjoy, it’s from Europe!”** (tłum. **„Smacznego, to z Europy!”**), który musi być:

- napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
- umieszczony pionowo;
- kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60);
- wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje.

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



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

inicjujących Konsorcjum w składzie: Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej i Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw oraz informacji o dofinansowaniu z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Wołowego i Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

- e. Informacje o finansowaniu i oznakowania wskazane w pkt. od a. do d powinny znaleźć się we wszystkich materiałach wykorzystywanych w ramach Kampanii, w szczególności promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych i edukacyjnych, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający dobrą widoczność. Wymóg ten dotyczy również strony internetowej oraz profili w portalach społecznościowych.

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Szacowana wartość całkowitego budżetu kampanii wynosi **4 726 260,00 EUR netto** (w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań opisanych w Załączniku 1 do niniejszej Specyfikacji oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię). Do wskazanej kwoty należy doliczyć podatek od towarów i usług w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług.

5. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1 Oferent jest związany ofertą przez okres 3 miesięcy.

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

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

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

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

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

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy: a.

nie podlegają wykluczeniu;

b. spełniają warunki udziału w postępowaniu

c. nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.

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

6.1 WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

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

6.1.1 Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018r. (Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r.);

6.1.2 Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy;

6.1.3 Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;

6.1.4 Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;

6.1.5 W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga aby:

a. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

b. ustanowili pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie Zamówienia.

6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

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

6.2.1 zrealizował co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), która miała budżet co najmniej 5 mln PLN brutto, oraz była przeprowadzona za granicą, w tym co najmniej w jednym kraju trzecim.

6.2.2 zrealizował co najmniej 5 wydarzeń o charakterze wystawienniczym (targi) na rynkach zagranicznych, każde o wartości min. 300 tys. PLN brutto.

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

6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

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

6.3.1 Osoba zarządzająca projektem — min. 10 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 1 kampanią promocyjną realizowaną na rynkach zagranicznych, w tym w krajach trzecich, biegle posługuje się językiem angielskim.

6.3.2 Osoba odpowiedzialna za organizację targów i eventów — min. 10 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizowała (tj. samodzielnie przygotowała oraz była osobiście obecna podczas wydarzenia) minimum 5 wydarzeń o charakterze targowym/seminariów/kongresów/misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnych); posługuje się biegle językiem angielskim.

6.3.3 Osoba specjalizująca się w public relations - min. 8 lat doświadczenia zawodowego w zakresie public relations; zrealizowała samodzielnie lub nadzorowała działania public relations na minimum 2 rynkach zagranicznych — poprzez realizację działań public relations, w skład których wchodziło co najmniej: opracowywanie i dystrybucja informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługująca się biegle językiem angielskim.

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

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

6.4 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA

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

6.4.1 Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w wysokości **min. 3 000 000,00 PLN** (słownie: trzy miliony złotych).

6.4.2 Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej. Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej **w kwocie 3 000 000 PLN.** (Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej obejmującej wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie, jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego i potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie. Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych, aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni). **6.4.3** Nie podlegają wykluczeniu z procedury.

6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

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

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

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

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

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

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

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

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuci ofertę jeżeli:

- 1.** Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;
- 2.** Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;

3. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
4. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym SIWZ.

8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

8.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

8.1.1 Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz założeniami strategicznymi do kampanii promocyjnoinformacyjnej pt. „Europa pełna smaków – tradycja i jakość”, stanowiącymi Załącznik nr 1 do niniejszej SIWZ.

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

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

- a. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej i ostatniej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji, bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;
- b. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopi poświadczonyj za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
- c. wszystkie oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie.

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

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

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

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

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

8.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

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

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

8.2.2 Wykaz kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym z ostatnich 5 lat zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczone za zgodność z oryginałem kopie dokumentów

potwierdzających, że kampanie zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użyczonych referencji oraz poleganiu na doświadczeniu podmiotów trzecich. Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego Zamawiającego i odbiorcę usług. Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym zgodny z załącznikiem 4 do SIWZ.

8.2.3 Wykaz osób w zespole Oferenta potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. 6.3. SIWZ. Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii zgodny z załącznikiem 5 do SIWZ.

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

a. Zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 3 000 000 PLN (słownie: trzy miliony złotych), wydane przez bank lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowej nie starsze niż 3 miesiące od daty złożenia Oferty. W przypadku gdy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich konsorcjantów. Ponadto Zamawiający wymaga, aby postanowienia w przedmiotowym zakresie zostały zawarte w umowie konsorcjum.

b. Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione **nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

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

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

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

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

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

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

8.2.7 Opis działalności firmy, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.

8.2.8 Koncepcja realizacji zamówienia przygotowana na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ – Założenia strategiczne programu kampanii.

9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

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

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

9.3 Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

OFERTA

na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjnopromocyjnej pt. „EUROPA PEŁNA SMAKÓW – TRADYCJA I JAKOŚĆ” na rynkach Japonii, Korei Południowej, Wietnamu, Chińskiej Republiki Ludowej i Hongkongu.

Nie otwierać przed godz. 14:15 w dniu 22.03.2019 r.

Dane oferenta:

9.4 Ofertę należy złożyć do dnia **22.03.2019 r. do godz. 14:00**, w siedzibie Zamawiającego – Lidera Konsorcjum: **Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej**

adres siedziby: ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa

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

9.5 Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

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

9.7 Otwarcie ofert nastąpi w **dnia 22.03.2019 r. o godzinie 14.15 w siedzibie Zamawiającego - Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej – Lider Konsorcjum.**

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

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

10. WADIUM

10.1 Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie **50 000,00 PLN** (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).

10.2 Wadium może być wnoszone w następujących formach:

a. w gotówce,

b. w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo — rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym, **c.** w gwarancjach bankowych.

10.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2. a. do 10.2.

c. niniejszej SIWZ, musi być załączony do oferty w formie oryginału.

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

Nazwa banku: Bank Ochrony Środowiska II Oddział w Warszawie

Numer rachunku: **02 1540 1157 2001 6612 0421 0001**

Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: „**Wadium w postępowaniu przetargowym dot. programu pt. „EUROPA PEŁNA SMAKÓW – TRADYCJA I JAKOŚĆ”.**

10.5 Dowód wniesienia wadium należy załączyć w oryginale do składanej oferty.

10.6 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi z powodów: **a.** upłynął termin związania ofertą;

b. zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy;

c. Zamawiający unieważnił lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty;

d. Zamawiający nie podpisał umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).

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

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

10.9 Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana: **a.** odmówi podpisania umowy,

b. zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

11. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert — **14.02.2019 r.**
- Termin na składanie ofert — **22.03.2019 r. godz. 14:00**
Otwarcie ofert — **22.03.2019 r. godz. 14:15**
- Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny — **od 22.03.2019 r. do 27.03.2019 r.**
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania — **28.03.2019 r.** na stronach Zamawiającego www.srw.org.pl, www.grupyogrodnicze.pl, oraz pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów.

12. KRYTERIA OCENY OFERT

12.1 Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

	Kryterium	Waga
K1	Kreacja wizerunkowa kampanii	40 %
K2	Cena bezpośrednich działań wdrożenia kampanii (koszty podwykonawstwa) w EUR	30 %
K3	Ilość pakietów materiałów informacyjnych	20%
K4	Termin płatności (w dniach)	10%

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

Kryterium 1 Kreacja wizerunkowa kampanii

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty i wizualizacje. Do obliczenia przyjmowana będzie suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Komisji.

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Key visual - przykładowy logotyp kampanii, przykładowy projekt reklamy outdoor, przykładowy projekt fanpage na Facebook, przykładowy projekt graficzny ulotki, przykładowy projekt banneru reklamowego do Internetu, przykładowy projekt roll-up, przykładowy projekt długopisu, przykładowy projekt pendrive	- dostosowanie projektu do promowanych produktów tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i rodzaju czcionek, podkreślenie walorów promowanych produktów (0-10) - powiązanie projektu z głównymi komunikatami i hasłami kampanii oraz dostosowanie key visualu do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-10)	0-20
2. Przykładowe stoisko targowe o powierzchni ok. 153 m ²	- atrakcyjność stoiska m.in. kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych elementów zabudowy przyciągających uwagę odwiedzających (0-5) - funkcjonalność stoiska tj. zaprojektowanie miejsc do ekspozycji produktów, wygodny podział oraz część do rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni, zaplecze stoiska, odpowiednie rozplanowanie stref stoiska (0-5)	0-10
3. Przykładowy projekt reklamy prasowej	- wkomponowanie promowanych produktów w elementy projektu graficznego, czytelna grafika, kolorystyka (0-3) - dostosowanie zaproponowanej reklamy prasowej do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2)	0-5
4. Projekt strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona)	- dostosowanie zaproponowanej grafiki do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2) - atrakcyjność wizualna (m.in. kolorystyka przyciągająca uwagę, przejrzysty układ strony, innowacyjne rozwiązania zastosowane do obsługi strony przez użytkownika, innowacyjne rozwiązania przedstawianych treści (0-3)	0-5

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

$$K1 = \frac{\text{Liczba punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{-----}} \times 40\% * 100 \text{ pkt}$$

Liczba punktów przyznanych ofercie, która otrzymała najwyższą liczbę punktów w tym kryterium

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 40 punktów.

Kryterium 2 Cena bezpośrednich działań wdrożenia kampanii (koszty podwykonawstwa)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podaną w ofercie cenę bezpośrednich działań wdrożenia kampanii (koszty podwykonawstwa) w EUR.

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

$$K2 = \frac{\text{Najniższa cena złożonej oferty}}{\text{Cena rozpatrywanej oferty}} \times 30 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 30 punktów.

Kryterium 3 Ilość pakietów materiałów informacyjnych

Ilość pakietów materiałów informacyjnych (min. 7 600 pakietów). Na pojedynczy pakiet materiałów informacyjnych składa się:

1szt. **katalogu produktowego** (Format B5, Stron 60, Okładka: gramatura 300gr lakier- folia, Strony wewnętrzne: gramatura 130gr lakier, Kolor 4+4).

1szt. **ulotki informacyjnej** (Format A4, dwustronna składana, gramatura 250g, lakier, Kolor 4+4).

1szt. **teczki programowej** (Format A4, gramatura 300g, lakier, folia, kolor 4+4).

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

$$K3 = \frac{\text{Ilość pakietów rozpatrywanej oferty}}{\text{Najwyższa ilość zaproponowanych pakietów spośród rozpatrywanych ofert}} \times 20 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 20 punktów.

Kryterium 4 Termin płatności (w dniach)

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w ramach niniejszego kryterium zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K4 = \frac{\text{Proponowany przez danego Oferenta termin płatności faktur wystawianych w ramach programu (w dniach)}}{\text{Najdłuższy proponowany termin płatności faktur wystawianych w ramach programu spośród rozpatrywanych ofert (w dniach)}} \times 10 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie 10 punktów.

12.2 Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę zostanie obliczona według wzoru $W = K1 + K2 + K3 + K4$.

13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

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

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

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

13.4 Informacje o wyborze Wykonawcy, Zamawiający zamieści na stronach www.srw.org.pl, www.grupyogrodnicze.pl, oraz dostarczy pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów.

14 ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

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

14.2 Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy – w wysokości 7 % wartości brutto przedmiotu umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy.

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

W przypadku zabezpieczenia wnoszonego w formie gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, gwarancja będzie bezwarunkowa, nieodwołalna, płatna na pierwsze żądanie oraz bez prawa powoływania się na jakiegokolwiek okoliczności wynikające ze stosunku podstawowego pomiędzy Zamawiającym a Oferentem. Zamawiającemu przysługuje prawo pokrycia z zabezpieczenia roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, a w szczególności:

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

14.3 Zabezpieczenie można wnieść w formie:

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

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

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

14.6 Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy ponosi Oferent.

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

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

- a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,

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

15. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

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

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

13.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia. **13.4** Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronach Zamawiającego www.srw.org.pl, www.grupyogrodnicze.pl, w siedzibach Zamawiającego ul. Miodowa 14 w Warszawie i ul. Świętokrzyska 20 pok. 321, w miejscu publicznie dostępnym oraz zostanie dostarczona pocztą elektroniczną do wszystkich potencjalnych Oferentów, którzy otrzymali pierwotne zapytania.

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

13.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: Anna Pasik , e-mail: biuro.srwrp@gmail.com, tel. 507 130 369 lub 22 635 01 84.

16. ZAŁĄCZNIKI

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