

Warszawa, 7 sierpnia 2020

ZAPYTANIE OFERTOWE ZAMAWIAJĄCY

Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej

ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa NIP 525-15-57-116

www.srw.org.pl

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Organizacja, realizacja projektu i koordynacja działań z zakresu promocji polskiej wieprzowiny oraz przetworów z mięsa wieprzowego podczas akcji promocyjnej „Polska wieprzowina na polskich talerzach”. Akcja ma charakter festynu, jej hasłem będzie: Tradycyjnie smaczne i zdrowe mięso wieprzowe. Planuje się przeprowadzenie akcji promocyjnych w 8 miastach na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, wielkopolskiego, pomorskiego, zachodniopomorskiego, łódzkiego.

Proponowany plan każdej akcji promocyjnej:

1. otwarcie pikniku
2. rozpoczęcie degustacji przygotowanych dań z mięsa wieprzowego
3. koncert muzyczny
4. zakończenie pikniku

II. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2015 r., poz. 2122, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2016 r. poz. 380, ze zm.), w szczególności art. 70¹ – 70⁵,
- rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2017 r., poz. 1351), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. Do Zarządzenia Nr 7/2017/W Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 1.09.2017 r.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zamówienie obejmuje realizację wskazanych poniżej działań, podjętych w każdej z 8 akcji promocyjnych w ramach łącznego budżetu rozdysponowanego do każdej akcji w następujących proporcjach :

1. Zapewnienie 8 artykułów sponsorowanych – relacji z imprezy (relacja zdjęciowa, tekstowa) w czasopiśmie branżowym – do kwoty 16 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
2. Zapewnienie gadżetów na 8 imprez – 20 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
3. Zapewnienie miejsca pod hale namiotowe i stoiska podczas akcji promocyjnej, adekwatnego do zaproponowanych działań promocyjnych – do kwoty 6 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)

4. Druk plakatów reklamujących imprezę (800 sztuk) – do kwoty 8 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
5. Zakup odzieży reklamowej dla obsługi z logo i hasłem kampanii – do kwoty 8 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
6. Zapewnienie obsługi muzyczno-artystycznej akcji promocyjnej podczas całości działań promocyjnych – do kwoty 24 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
7. Zapewnienie podczas każdej akcji promocyjnej produktów do degustacji z logo „Produkt Polski” – spełniających wszystkie jego wymagania – (wyroby wędliniarskie kiełbasa 2-3 gatunki, kaszanka, łopatka bez kości, schab, karczek, szynka-udziec wędzony, smalec) do kwoty 164 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
8. Zapewnienie udziału podczas akcji promocyjnej koordynatora stoisk (8 osób) – do kwoty 4 000 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
9. Zapewnienie obsługi podczas akcji promocyjnej (24 osoby) – do kwoty 24 000 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
10. Zapewnienie hostess podczas akcji promocyjnej (32 osoby) – do kwoty 4 000 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
11. Zapewnienie oprawy dźwiękowej: wynajem nagłośnienia, obsługa nagłośnienia, obsługa techniczna sceny oraz imprezy – do kwoty 20 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
12. Ubezpieczenie akcji promocyjnych od następstw nieszczęśliwych wypadków oraz odpowiedzialności cywilnej – do kwoty 4 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
13. Przygotowanie scenariusza działań promocyjnych oraz koncepcji akcji promocyjnych – do kwoty 28 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
14. Zapewnienie koordynacji działań oraz nadzoru nad realizacją programu – udział producenta wykonawczego w/w akcji promocyjnych – do kwoty 56 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
15. Przygotowanie produktów do degustacji – do kwoty 24 000,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)
16. Przygotowanie i zakup materiałów do scenografii i sceny – do kwoty 12 000 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
17. Przygotowanie stoiska informacyjnego (obsługa, catering, napoje itp.) – do kwoty 14 000,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)
18. Przygotowanie strefy dla dzieci (obsługa, materiały piśmienne, malarskie, upominki, itp.) – do kwoty 64 000,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)
19. Zapewnienie transportu obsługi akcji promocyjnej wraz z wszystkimi niezbędnymi urządzeniami – do kwoty 8 000,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)
20. Wykonanie monitoringu i ewaluacji dla 8 imprez – do kwoty 31 200,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)

21. Zapewnienie toalet przenośnych lub ewentualnie obsługa sanitarna jeżeli akcje promocyjne będą zorganizowane na terenie obiektów sportowych – do kwoty 8 000,00 złotych (budżet brutto dla 8 akcji)
22. Zapewnienie wyposażenia gastronomicznego w ilości adekwatnej do przeprowadzanych działań promocyjnych – do kwoty 24 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji)
23. Wypożyczenie hal namiotowych z wyposażeniem; wynajem hal sportowych, boisk, wynajem sceny itp. – do kwoty 40 000,00 zł (budżet brutto dla 8 akcji) Zamawiający nie przewiduje składania ofert częściowych.

III. WARUNKI I WYMAGANIA FORMALNE DOTYCZĄCE OFERENTÓW W POSTĘPOWANIU

1. Do przetargu dopuszczone zostaną podmioty lub konsorcja podmiotów, których działalność reguluje kodeks handlowy. W przetargu nie mogą startować osoby fizyczne.
2. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Oferenci (w przypadku Konsorcjum co najmniej 1 konsorcjant), którzy mogą wykazać się doświadczeniem iż w trakcie 3 lat przed datą złożenia niniejszej oferty, przeprowadzili co najmniej 5 działań promujących produkty rolno-spożywcze o łącznej wartości nie mniejszej niż 450 tys. zł brutto (w tym przynajmniej 2 działania powyżej 85 tys. zł brutto). Każde wykazane działanie wymaga przedstawienia poświadczenia prawidłowego wykonania.
3. Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu na podstawie oświadczeń i dokumentów.
4. Złożona oferta musi uwzględniać wymogi wynikające ze wskazanych w pkt II aktów prawnych oraz zawierać:
 - a) formularz ofertowy wraz z oświadczeniami (załącznik nr 1)
 - b) szczegółową propozycję zagospodarowania punktów budżetowych (podanych w rozdziale III), obowiązkowo pkt. 6 i 7.
 - c) Listę proponowanych lokalizacji imprez promocyjnych (z możliwością małych zmian)
 - d) projekty reklamy akcji promocyjnej, plakatów, gadżetów, odzieży reklamowej
 - e) koncepcję wizerunkową miejsca akcji promocyjnej, w tym graficzną wizualizację miejsca akcji, z uwzględnieniem lokalizacji poszczególnych punktów, w których będą odbywać się działania.
 - f) 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.
 - g) aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.
 - h) aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert
 - i) dokumenty potwierdzające posiadane doświadczenie (zgodnie z punktem 2 warunków i wymagań formalnych dotyczących oferentów w postępowaniu) (załącznik nr 2)
 - j) Dokument potwierdzający wniesienie wadium

5. Oferty należy składać obligatoryjnie w formie pisemnej w języku polskim.
6. Oferent złoży oświadczenie o braku powiązań osobowych, kapitałowych w stosunku do Zamawiającego.
7. Termin wykonania zamówienia od dnia podpisania umowy do 30.11.2020 r.
8. Oferta i załączniki winny być podpisane zgodnie z zasadą reprezentacji wynikającą z dokumentów rejestrowych lub udzielonego pełnomocnictwa.
9. Cena oferty za realizację przedmiotu zamówienia powinna obejmować wszelkie koszty jakie zostaną poniesione przy realizacji zamówienia.
10. Oferta powinna zawierać cenę całkowitą zamówienia brutto wyrażoną w polskich złotych (PLN)(w tym również wynagrodzenie oferenta).
11. Wszelkie koszty związane z przedstawieniem oferty ponosi oferent.
12. Oferta złożona po terminie nie będzie rozpatrywana.
13. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy nie są w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty i oświadczą to w ofercie.
14. Oferent musi posiadać wiedzę i doświadczenie w zakresie przedmiotu zamówienia i dysponować odpowiednim potencjałem technicznym niezbędnym do wykonania zamówienia.
15. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani wariantowych.
16. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania bez podawania przyczyn.
17. Wadium do niniejszego postępowania w kwocie 40 tys. zł należy wpłacić na konto 02 1540 1157 2001 6612 0421 0001 do dnia 17 sierpnia 2020 r., liczy się data księgowania na koncie Zamawiającego. Wadium wpłacone zostanie zwrócone na konto Oferenta niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.

IV. KRYTERIA WYBORU OFERTY

1. W ramach przedmiotowego postępowania będą brane pod uwagę tylko i wyłącznie oferty spełniające wszystkie wymagania.
2. Maksymalna liczba punktów możliwych do zdobycia – 100
3. Zamawiający za najkorzystniejszą uzna ofertę, która nie podlega odrzuceniu oraz uzyska największą liczbę punktów przyznanych w oparciu o poniższe kryteria:
 - 1) Kryterium 1: cena brutto (Kc) - 25% (punktacja od 0 do 25 pkt.)
 - 2) Kryterium 2: Koncepcja wizerunkowa wystąpienia w tym projekty graficzne (Kz) – waga 75% (punktacja od 0 do 75 pkt)

1) W kryterium „cena” punkty zostaną obliczone według wzoru:

Najniższa cena brutto spośród wszystkich cen w ofertach nie odrzuconych

Kc = ----- X 75 pkt

Cena brutto badanej oferty

W kryterium „cena” punkty zostaną zaokrąglone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku w ten sposób, że jeżeli trzecia liczba po przecinku:

- jest mniejsza niż 5, liczbę tę pomija się,
- jest równa lub większa niż 5, drugą liczbę po przecinku zaokrągla się o jeden w górę.

2) W kryterium „Koncepcja wizerunkowa wystąpienia w tym projekty graficzne ” punkty zostaną przyznane w trakcie indywidualnej oceny oferty przez poszczególnych członków Komisji w następujących podkryteriach:

2)1.1. funkcjonalność, kompozycja, forma przestrzenna (1-45 pkt),

2)1.2. kreatywność, oryginalność, nowoczesność (1-30 pkt),

W podkryterium „Funkcjonalność, kompozycja, forma przestrzenna” – 2)1.1 Wykonawca może otrzymać od 1 do 45 pkt, które zostaną przyznane w następujący sposób: W podkryterium „Funkcjonalność, kompozycja, forma przestrzenna” – 2)1.1 Wykonawca może otrzymać od 1 do 45 pkt, które zostaną przyznane w następujący sposób:

1 pkt –niespójna, chaotyczna aranżacja stoisk zabudowy. Przedstawione tylko jedno działanie promujące produkty mięsne, brak różnorodności promowanych produktów, promowane produkty nieposiadające znaku „Produkt Polski”.

45 pkt –różnorodne, atrakcyjne i dopasowane do ilości zwiedzających porcje produktów wieprzowych, spełniające wytyczne znaku „Produkt Polski”. Spójna aranżacja zabudowy - układ elementów tworzących przemyślaną całość, forma przestrzenna w pełni uwzględniająca funkcję; odległości między elementami stoisk, dające możliwość swobodnego poruszania się, dostosowanie elementów stoisk do obecności odwiedzających. Optymalne rozplanowanie powierzchni pod względem użyteczności, przejrzystości i wygody w użytkowaniu.

Ocenię w ramach ww. podkryterium podlegać będzie propozycja ukształtowania i rozmieszczenia stoisk w taki sposób, aby tworzyły przemyślaną, spójną kompozycyjnie całość. Zamawiający przy ocenie będzie brał pod uwagę układ miejsca przeprowadzenia działań promocyjnych, który powinien zapewnić możliwość jak najbardziej efektywnej ekspozycji produktów w taki sposób, aby dostęp uczestników działań promocyjnych do promowanych produktów był jak najłatwiejszy.

Im bardziej dokładnie zostaną spełnione ww. oczekiwania Zamawiającego, tym więcej punktów dana oferta uzyska. Gradacja punktów będzie zależała od ilości spełnionych wyżej opisanych cech funkcjonalności stoiska.

Do obliczeń przyjmowana będzie suma punktów przyznana ofercie przez wszystkich członków Zespołu oraz suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Zespołu. Liczba punktów w tym kryterium (K2)1.1. zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_{2)1.1.} = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród ofert nie odrzuconych}} \times 45$$

W podkryterium „Kreatywność, oryginalność, nowoczesność” – 2)1.2. Wykonawca może otrzymać od 1 do 30 pkt w następujący sposób:

1 pkt - projekt szampowy, nieciekawym, nienowoczesnym, projektem standardowym, z użyciem standardowych technologii, brak nawiązania do cech charakterystycznych dla miejsca akcji promocyjnej.

30 pkt - projekt ciekawy, nieszablonowy, nietuzinkowy, niepowtarzalny, nowoczesna forma zabudowy; niekonwencjonalne nowoczesne rozwiązania; koncepcja stoisk obejmuje cechy charakterystyczne dla nowoczesnej, otwartej, w pełni eksponującej produkty promowane. Ciekawa forma zabudowy ma zachęcać do odwiedzania stoisk i uczestniczeniu w akcji.

Ocenie w ramach ww. podkryterium podlegać będą nietuzinkowość projektu oraz nowoczesne, niekonwencjonalne rozwiązania. Im bardziej dokładnie zostaną spełnione ww. oczekiwania Zamawiającego tym więcej punktów oferta uzyska.

Gradacja punktów będzie zależała od ilości spełnionych wyżej opisanych cech kreatywności, oryginalności, nowoczesności stoisk.

Do obliczeń przyjmowana będzie suma punktów przyznana ofercie przez wszystkich członków Zespołu oraz suma najwyższych ilości punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert, przyznana przez każdego członka Zespołu. Liczba punktów w tym kryterium (K2)1.2.) zostanie obliczona na podstawie wzoru:

$$K_{2)1.2.} = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez ocenianą ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert nie odrzuconych}} \times 30$$

Ocena oferty w kryterium Koncepcja wizerunkowa wystąpienia w tym projekty graficzne (Kz) zostanie obliczona wg wzoru:

$$Kz = K2) 1.1.+K2) 1.2.$$

4. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru: **W = Kc+Kz**

V. MIEJSCE I TERMIN SKŁADNIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć osobiście w siedzibie Zamawiającego w Warszawie przy ul. Miodowej 14, lub przesłać pocztą na adres ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa w terminie **do dnia 17 sierpnia 2020 r. do godz. 11.00**. Decyduje data i godzina wpływu oferty do Zamawiającego.

2. Ofertę należy złożyć/przesłać w zamkniętej/zabezpieczonej kopercie z podaniem nazwy i adresu Wykonawcy oraz oznaczeniem: „Oferta na Organizację, realizację projektu i koordynację działań z zakresu promocji polskiej wieprzowiny oraz przetworów z mięsa wieprzowego podczas akcji promocyjnej - Polska wieprzowina na polskich talerzach”.

3. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonej oferty.

4. Informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty zostanie zamieszczona na stronie Zamawiającego oraz wysłana do Oferentów drogą elektroniczną.

VI.DODATKOWE INFORMACJE

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie bez podawania przyczyn.

2.Oferenci nie będą uprawnieni do występowania z jakimikolwiek roszczeniami pieniężnymi bądź niepieniężnymi wobec Zamawiającego w związku z niniejszym zapytaniem ofertowym, w tym z tytułu poniesionych przez nich kosztów i ewentualnych szkód, w szczególności w przypadku unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie lub wyboru innego Wykonawcy.

3.Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej wśród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Oferent, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, uchyli się od zawarcia umowy o realizację przedmiotu niniejszego zamówienia.

4. Oferent może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zapytania. Zamawiający udzieli wyjaśnień niezwłocznie, jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania wpłynie w formie pisemnej do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

5.Jeżeli zaofferowana cena będzie wydawała się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budziła wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dotyczących wyliczenia ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny lub kosztu będzie spoczywać na Wykonawcy.

6. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie udzieli wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz ze złożonymi dowodami potwierdzi, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Osobą upoważnioną do kontaktu z Wykonawcami jest; Anna

Pasik , tel.: 507 130 369, e-mail biuro.srwrp@gmail.com Załączniki:

Załącznik nr 1 – formularz ofertowy

Załącznik nr 2 - dokumenty potwierdzające posiadane doświadczenie

Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)