

12 lutego 2020 r.



## SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej świeżej, schłodzonej lub mrożonej wołowiny i wieprzowiny oraz przetworów spożywczych wytworzonych na bazie tych produktów pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”) na rynkach USA i Kanady

### ZAMAWIAJĄCY:

**UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO (UPEMI)**

Al. Ujazdowskie 18 lok. 16

00-478 Warszawa

Tel./fax.: +48 22 696 52 70

e-mail: [biuro@upemi.pl](mailto:biuro@upemi.pl)

Osoba do kontaktu: Wiesław Różański – Prezes Zarządu

12 lutego 2020 r.

## **1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM**

**Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego** to związek pracodawców zrzeszający podmioty branży mięsnej, utworzony 13 grudnia 2005 roku przez osoby żywo zainteresowane dobrem polskiego przemysłu mięsnego i polskiego rolnictwa.

UPEMI zrzesza osoby fizyczne i prawne na zasadzie dobrowolności, a inicjatywa jej powołania spotkała się z dużym zainteresowaniem firm działających w sektorze mięsnym. Na dzień dzisiejszy członkami UPEMI są podmioty szeroko reprezentujące branżę.

Priorytetem UPEMI jest dbałość i ochrona interesów gospodarczych zrzeszonych w niej firm, która jest realizowana poprzez reprezentowanie producentów i pracodawców przemysłu mięsnego wobec organów władzy i administracji rządowej, samorządowej oraz instytucji krajowych i międzynarodowych.

### **Struktura i działalność operacyjna**

UPEMI posiada swój statut określający strukturę władz. Władzami Unii są: Walne Zgromadzenie Członków, Zarząd, Komisja Rewizyjna.

UPEMI posiada wiedzę wynikającą ze znajomości branży. Jej członkowie to zakłady mięsne, przetwórcze, utylizacyjne, przedstawiciele związków hodowców i producentów bydła, a także trzody chlewnej, instytucje zaopatrujące gastronomię, przedstawiciele grup marketingowych, sprzętu obsługującego branżę oraz grupy doradztwa europejskiego.

UPEMI wchodzi w skład **Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych**, która to organizacja od 15-tu lat działa na polu gospodarczym naszego kraju. Federacja obejmuje podstawowe sektory w rolnictwie, zrzesza organizacje plantatorów, hodowców i producentów specjalizujących się w poszczególnych branżach.

### **Cele**

Podstawowym celem Unii jest zapewnienie zrzeszonym w niej podmiotom pomocy w realizacji ich działalności gospodarczej poprzez prowadzenie doradztwa i szkoleń jako instytucja szkoleniowa i doradcza, działalności informacyjno-wydawniczej, agencji doradztwa personalnego i pośrednictwa w zatrudnieniu, udzielanie członkom Unii wszechstronnej pomocy i ochrony prawnej, reprezentowanie ich interesów oraz kształtowanie jednolitego stanowiska we wszystkich sprawach związanych z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą, a także promocja branży mięsnej.

Unia realizuje swoje cele między innymi przez:

1. reprezentowanie interesów producentów i pracodawców przemysłu mięsnego wobec organów władzy samorządowej, państwowej oraz instytucji krajowych i międzynarodowych;
2. udzielanie członkom Unii pomocy przy wykonywaniu działalności gospodarczej poprzez porady prawne i organizacyjne, szkolenia, interwencje, udzielanie informacji i rekomendacji;
3. promowanie polskiej żywności na arenie międzynarodowej;
4. działanie na rzecz zwiększenia produkcji żywności o ponadprzeciętnej jakości oraz wzrostu spożycia polskiej żywności;
5. działanie na rzecz wsparcia eksportu polskiej żywności.

12 lutego 2020 r.

## **2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA**

- 2.1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (DzU poz. 1025 z dnia 29.05.2018 r. z późn. zm.) art. 70<sup>1</sup> - 70<sup>5</sup>, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
- 2.2. Program realizowany będzie w ramach programów prostych „Działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych wdrażane na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1144/2014”. Szczegółowe zasady ubiegania się o dofinansowanie ze środków UE i rozliczania programu określają:
  - a. 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);
  - b. 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);
  - c. 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).
- 2.3. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
  - a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert na stronie [www.upemi.pl](http://www.upemi.pl) oraz dodatkowo wysłanie zapytania ofertowego do co najmniej 3 potencjalnych dostawców usług/offerentów oraz umieszczenie w siedzibie UPEMI w miejscu publicznie dostępnym,
  - b. komisyjne otwarcie ofert,
  - c. weryfikacja spełnienia wymogów formalno-prawnych i ocenę złożonych ofert przez Komisję oceniającą,
  - d. wybór najkorzystniejszej oferty,
  - e. powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty i opublikowanie wyników postępowania na stronie [www.upemi.pl](http://www.upemi.pl).
- 2.4. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- 2.5. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- 2.6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- 2.7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- 2.8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w pkt. 12 niniejszego dokumentu, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- 2.9. 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.

12 lutego 2020 r.

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

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

- Wszystkie wykorzystane 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 oraz mieć minimum 1 cm.

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.

Na potrzeby wywiązania się z niniejszego obowiązku beneficjent (Zleceniodawca) może wykorzystać emblemat UE bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody Komisji. Nie oznacza to jednak przyznania mu prawa do jego wykorzystywania na zasadnie wyłączności.

- Wszystkie materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem: „Treść niniejszej kampanii odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autora i podlega jego wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w kampanii informacji.”
- 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;

**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)**

---

12 lutego 2020 r.

- 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>

- 2.12. Działania informacyjne i promocyjne nie mogą być ukierunkowane na pochodzenie. Oferenci, zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy, w przypadku zamieszczenia na materiałach informacyjnych i promocyjnych pochodzenia (tj. tekstu lub symbolu odnoszącego się do pochodzenia), zobowiązani są do zachowania zasad określonych w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.2 powyżej oraz w art. 18a Wzoru umowy o udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych, stanowiącego załącznik nr 4 do niniejszego SIWZ.
- 2.13. Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej w angielskiej wersji językowej:



- 2.14. Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do uwzględnienia na wybranych materiałach informacyjnych i promocyjnych powierzchni do zaprezentowania znaków handlowych (co najmniej 5 znaków) zgodnie z warunkami określonymi w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.2 powyżej, w szczególności w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiającym 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 oraz w art. 18a Wzoru umowy o udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych, stanowiącego zał. nr 4 do niniejszego SIWZ.

### **3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest:

1. Opracowanie kreacji i wdrożenie (realizacja) dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „**Mięso o europejskiej jakości**” („Meat with European Quality”) dotyczącej świeżej, schłodzonej i mrożonej wołowiny i wieprzowiny oraz przetworów spożywczych wytworzonych

**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)**

---

12 lutego 2020 r.

na bazie tych produktów (dalej również program lub kampania) wedle wytycznych i założeń określonych w niniejszym SIWZ.

2. Dokonanie pomiaru efektywności programu informacyjno-promocyjnego pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”) przez niezależny podmiot badawczy, będący ekspertem w danej dziedzinie.

**Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.**

#### **4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi maksimum **2 113 288.00 EUR netto** (w tym koszty przygotowania i realizacji działań opisanych w Załączniku nr 1 do niniejszej Specyfikacji, pomiar efektywności programu oraz wynagrodzenie organizacji wdrażającej). Wskazany budżet nie zawiera podatku VAT.

W przypadku przekroczenia budżetu podczas realizacji Programu żadne dodatkowe koszty przewyższające podany budżet nie zostaną pokryte przez Zamawiającego.

Po rozliczeniu każdego z okresów rozliczeniowych kampanii przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, na nieprawidłowo zrealizowane działania, których koszty zostały uznane za niekwalifikowalne, Wykonawca wystawi Zamawiającemu faktury korygujące – pomniejszające kwoty należności o koszty uznane za niekwalifikowalne - w stosunku do uprzednio wystawionych faktur VAT.

#### **5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

- 5.1. Zamówienie realizowane będzie w okresie 24 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.
- 5.2. Zamówienie realizowane będzie zatem 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**

1. 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.

12 lutego 2020 r.

2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty zgodnie z metodą zerojedynkową. **Brak przedłożenia jakiegokolwiek z wymaganych dokumentów lub oświadczeń skutkuje dyskwalifikacją oferty.**

## 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 art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
- 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. Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia
- 6.1.6. Posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;
- 6.1.7. Nie podlegają wykluczeniu z procedury.
- 6.1.8. W przypadku, gdy wykonawcy ubiegają się wspólnie o udzielenie zamówienia Zamawiający wymaga aby:
  - a. ustanowili oni pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia;
  - b. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

## 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 lub realizuje co **najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampania promująca i informująca o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), na rynku lub rynkach zagranicznych w stosunku do siedziby Zamawiającego oraz **która ma budżet co najmniej 3 mln PLN brutto**.
- 6.2.2. zrealizował **co najmniej 2 kampanie o wartości powyżej 1 mln PLN brutto każda**, z których każda obejmowała co najmniej: przygotowanie kreacji, emisję reklam w prasie, prowadzenie działań public relations; kampanię internetową, organizację spotkań o charakterze B2B;
- 6.2.3. zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia** o charakterze kongresu/seminarium/konferencji na rynku zagranicznym dla minimum 60 osób każde;



12 lutego 2020 r.

- 6.2.4. zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia o charakterze wystawienniczym** (targi) na rynku lub rynkach zagranicznych;

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. **Zarządzający Projektem** – posiada min. 8 lat doświadczenia zawodowego, w tym min. 6 lat na stanowiskach zarządzających; zarządzał minimum 2 kampaniami promocyjnymi, z których co najmniej jedna była realizowana na rynkach pozaunijnych; posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.3.2. **Specjalista ds. organizacji eventów** – posiada min. 4 lata doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizował (tj. samodzielnie przygotował oraz był osobiście obecny podczas wydarzenia) minimum 3 wydarzeń o charakterze targowym / seminariów / kongresów / misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i pozaunijnych); posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.3.3. **Specjalista ds. public relations** - posiada min. 3 lata doświadczenia zawodowego w prowadzeniu działań public relations; zrealizował samodzielnie lub nadzorował działania public relations na minimum 2 rynkach zagranicznych – poprzez realizację działań public relations. Zamawiający rozumie działania public relations, które trwały w sposób ciągły minimum rok oraz w skład których wchodziło co najmniej: opracowywanie i dystrybucja informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.3.4. **Specjalista ds. kreacji** – przygotował samodzielnie lub nadzorował przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikiem i klientem) dla co najmniej 2 kampanii na rzecz branży spożywczej, z których co najmniej 1 była skierowana na rynek zagraniczny.

### **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 zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych).



12 lutego 2020 r.

## 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 jest 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;
- 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 postęgowali 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. 7.;
- 6.5.7. Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.
- 6.5.8. W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

## 6.6. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:

1. oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych warunków zamówienia; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów SIWZ, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami SIWZ;
2. oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i/lub kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy.
3. oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
4. oferta została złożona po terminie określonym w niniejszej Specyfikacji.

## **7. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY**

### **7.1. WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY**

- 7.1.1. Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz Opiszem programu stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej specyfikacji.
- 7.1.2. 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.
- 7.1.3. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej specyfikacji muszą spełniać następujące wymogi:
- a. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej 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 kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
  - c. pozostałe 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.
- 7.1.4. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- 7.1.5. Dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- 7.1.6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
- 7.1.7. We wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.
- 7.1.8. 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.
- 7.1.9. Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części oferty, a w

12 lutego 2020 r.

szczegółności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

## **7.2. DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY**

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

- 7.2.1. **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. Wyjątek stanowią dokumenty opisane w ppkt. 7.2.4 b, c i d.
- 7.2.2. **Wykaz kampanii oraz wydarzeń** potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczony za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). **Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użyzyczonych referencji oraz poleganiu na doświadczeniu podmiotów trzecich.** Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego Zamawiającego i odbiorcę usług.
- 7.2.3. **Opis zespołu Oferenta** potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjnie opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu.
- 7.2.4. **Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy** oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:
  - a. Zaświadczenia z banku lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowo – kredytowej o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych). W przypadku kiedy 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 spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć w raz 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 składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia

12 lutego 2020 r.

- 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 składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza 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, a w przypadku jej braku inny dokument potwierdzający, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych). Jeżeli Oferenci wspólnie 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 (słownie: trzy miliony złotych).
- 7.2.5. **Dokument potwierdzający wniesienie wadium** w formie określonej w pkt. 10 niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- 7.2.6. **Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowę konsorcjum (umowa cywilno-prawna) ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.
- 7.2.7. **Opis działalności firmy**, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.
- 7.2.8. **Koncepcja realizacji zamówienia** obejmująca następujące elementy:
- a. kryteria wyłaniania dziennikarzy/blogerów/liderów opinii do udziału w przyjeździe do Polski w ramach działania 2C wraz z uzasadnieniem;
  - b. opis kryteriów i koncepcji wyłaniania uczestników wizyty studyjnej do Polski w ramach działania 6B wraz z uzasadnieniem;
  - c. propozycja adaptacji tekstu i projektu broszury zrealizowanej w aktualnej kampanii Zamawiającego na rynkach USA i Kanady gwarantująca zwiększenie jej jakości wraz z uzasadnieniem (aktualna broszura zostanie przekazana zainteresowanym oferentom na pisemną prośbę przekazaną drogą e-mailową na adres: [a.krzyzak@upemi.pl](mailto:a.krzyzak@upemi.pl));
  - d. propozycja adaptacji strony internetowej aktualnej kampanii Zamawiającego na rynkach USA i Kanady do potrzeb programu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym gwarantująca zwiększenie jej jakości wraz z uzasadnieniem (<http://www.meatfromeurope.eu/>);
  - e. przykładowy projekt lub projekty wizytówki, długopisu, torby, roll-upu, teczki, USB, notesu, ścianki (standu pop up), zgodnie z opisem z programu;
  - f. przykładowe projekty co najmniej 3 reklam prasowych zgodnych z opisem programu;
  - g. przykładowe projekty co najmniej 4 reklam internetowych zgodnych z opisem programu;
  - h. plan tematyczny wszystkich komunikatów prasowych w I roku kampanii wraz z przykładowym projektem komunikatu prasowego w temacie dotyczącym kampanii;

12 lutego 2020 r.

- i. wizualizacja profili kampanii na Facebooku oraz LinkedIn oraz propozycja przykładowych 3 postów dla każdego z profili osobno;
- j. 3 przykładowe scenariusze filmów na kanał You Tube;
- k. przykładowy projekt stoiska targowego na SIAL CANADA dopasowanego do charakteru i potrzeb kampanii.

7.2.9. **Koncepcja zwiększenia ilości, wartości rynkowej i efektywności działań wskazanych w kampanii w ramach założonego budżetu** poprzez przedstawienie propozycji dodatkowych działań uzupełniających w ramach aktywności opisanych już w pakietach działań Programu. Dodatkowe działania mają zwiększyć ilość i efektywność kampanii – jej zasięg lub siłę oddziaływania na grupy docelowe, ale nie mogą zwiększać budżetu przypisanego do poszczególnych grup działań przedstawionych w Załączniku nr 1. Oferent będzie zobowiązany do realizacji zawartych w ofercie dodatkowych działań w ramach umowy, o ile jego oferta zostanie wybrana, a Zamawiający uzna zaproponowane działanie za efektywne. Oferent jest zobowiązany do przedstawienia wartości oraz uzasadnienia efektywności dla każdego z zaproponowanych działań dodatkowych z dokładnym przedstawieniem spodziewanych efektów wg poniższej tabeli.

Pakiet działań (dział nr)	Działania dodatkowe	Ilość	Wartość	Uzasadnienie

Propozycja dodatkowego narzędzia nie może ingerować w rodzaj działań ani zwiększać budżetu przypisanego do poszczególnych grup działań przedstawionych w Załączniku nr 1. Oferent zobligowany jest do załączenia, w osobnym dokumencie, do niniejszej koncepcji tabeli budżetowych dla poszczególnych pakietów działań przypisanych do realizacji przez organizację wdrażającą ujętych w ramach Załącznika nr 1, z uwzględnieniem proponowanych działań dodatkowych, w formie rejestracji zmian. Edytowalną wersję opisu pakietów działań oferent otrzyma po przesłaniu pisemnej prośby drogą e-mailową na adres: [a.krzyzak@upemi.pl](mailto:a.krzyzak@upemi.pl). Suma budżetu nie może przekroczyć wartości przedmiotu zamówienia wskazanej w niniejszej specyfikacji.

## 8. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

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.

## 9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

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

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)

12 lutego 2020 r.

Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach w pliku pdf (pendrive).

Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

<p>OFERTA NA</p> <p>na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej świeżej, schłodzonej lub mrożonej wołowiny i wieprzowiny oraz przetworów spożywczych wytworzonych na bazie tych produktów pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”) na rynkach USA i Kanady</p> <p>przygotowana przez (nazwa i adres Oferenta) <b>Nie otwierać przed godz. 10.00 w dniu 19 marca 2020 r.</b></p>
---

Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego, pod adresem:

**Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego**

**Al. Ujazdowskie 18 lok. 16**

**00-478 Warszawa**

do dnia **19 marca 2020 r., do godz. 10.00**. Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.

Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

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.

**Otwarcie ofert nastąpi w dniu 19 marca 2020 r. o godzinie 10.30 w siedzibie Zamawiającego, pod adresem:**

**Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego**

**Al. Ujazdowskie 18 lok. 16**

**00-478 Warszawa**

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:

12 lutego 2020 r.

- 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,
  - d. w gwarancjach ubezpieczeniowych.
- 10.3. Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2. a. do 10.2. d. powyżej 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 Millennium,  
Numer rachunku: 97 1160 2202 0000 0000 7779 3058.  
Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: „Wadium w postępowaniu przetargowym dotyczącym wdrożenia dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. Mięso o europejskiej jakości.”
- 10.5. Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi jeżeli:
- a. upłynął termin związania ofertą lub
  - b. zawarto umowę lub
  - c. Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub
  - d. Zamawiający nie podpisze umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).
- 10.6. Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.
- 10.7. Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.
- 10.8. 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. KRYTERIA OCENY OFERT**

Oferty złożone w terminie określonym w niniejszym SIWZ zostaną ocenione dwuetapowo:

### **ETAP I. – OCENA SPEŁNIENIA WYMOGÓW FORMALNO-PRAWNYCH**

Ocena zostanie dokonana poprzez weryfikację złożonych w ofercie dokumentów niezależnie przez 2 członków Komisji Oceniającej w oparciu o wymaganą listę dokumentów poświadczających spełnienie warunków formalno-prawnych wskazanych w niniejszej SIWZ.

Stwierdzenie istotnych braków formalno-prawnych, np. brak jakiegokolwiek dokumentu, zaświadczenia lub oświadczenia powoduje odrzucenie oferty, która nie będzie podlegała dalszej ocenie.



**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)**

12 lutego 2020 r.

W przypadku nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych, jak np. brak wymaganego podpisu, Oferent zostanie wezwany do niezwłocznego usunięcia braku. W takim przypadku oferta zostanie poddana dalszej ocenie.

Ocena odbywa się metodą zero-jedynkową. Jeśli którykolwiek z członków Komisji Oceniającej wystawi ocenę „0”, to konieczna jest powtórna weryfikacja braku przez drugiego członka Komisji Oceniającej oferty w etapie I. UZYSKANIE PRZEZ OFERTĘ WYNIKU '0' PODCZAS POWTÓRNEJ WERYFIKACJI (w uzgodnionej ocenie obu członków Komisji) OZNACZA DYSKWALIFIKACJĘ OFERTY.

## **ETAP II. – OCENA JAKOŚCIOWA OFERTY**

Oferty, które pozytywnie przejdą ocenę w Etapie I, zostaną poddane ocenie jakościowej, która zostanie przeprowadzona przez co najmniej 3 członków Komisji Oceniającej.

Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

<b>KRYTERIUM</b>	<b>ZNACZENIE PROCENTOWE KRYTERIUM</b>	<b>MAKSYMALNA LICZBA PUNKTÓW W RAMACH KRYTERIUM</b>
<b>K.1 – Jakość kreatywna przedstawionych projektów materiałów</b>	40 %	40 pkt
<b>K.2 – ilość, wartość rynkowa i efektywność zaproponowanych działań dodatkowych uzupełniających pakiety działań ujętych w opisie programu</b>	30 %	30 pkt
<b>K.3 – całościowa cena za realizację wszystkich działań wraz z wynagrodzeniem organizacji wdrażającej w EUR netto</b>	30 %	30 pkt

### **KRYTERIUM 1. - Jakość kreatywna przedstawionych projektów materiałów**

Liczba punktów, którą otrzyma oceniana oferta w tym kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

$$\text{K.1} = \frac{\text{Suma punktów przyznanych ocenianej ofercie przez członków Komisji Oceniającej}}{\text{Liczba dokonanych ocen danej oferty}}$$

**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)**

12 lutego 2020 r.

Kryterium K.1 będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej (maksymalnie 40 pkt.) danej oferty, dokonanej przez członków Komisji Oceniającej, uwzględniającej następujące obszary oceny:

Lp.	Obszar oceny	Punkty
1	Adekwatność doboru kryteriów rekrutacji dziennikarzy/blogerów/liderów opinii do udziału w przyjeździe do Polski w ramach działania 2C wraz z uzasadnieniem	1-3
2	Adekwatność doboru kryteriów i koncepcji wyłaniania uczestników wizyty studyjnej do Polski w ramach działania 6B wraz z uzasadnieniem	1-3
3	Atrakcyjność i jakość kreatywna propozycji adaptacji tekstu i projektu broszury oraz jej dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
4	Atrakcyjność i jakość kreatywna propozycji adaptacji strony internetowej oraz jej dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
5	Atrakcyjność i jakość kreatywna przykładowych projektów wizytówki, długopisu, torby, roll-upu, teczki, USB, notesu, ścianki (stand pop up) oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
6	Atrakcyjność i jakość kreatywna projektów reklam prasowych oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
7	Atrakcyjność i jakość kreatywna projektów reklam internetowych oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
8	Jakość merytoryczna przykładowego komunikatu prasowego i atrakcyjność tematów zaplanowanych na 1 rok kampanii komunikatów oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-6
9	Atrakcyjność i jakość kreatywna wizualizacji profili kampanii na Facebooku oraz LinkedIn oraz przykładowych 3 postów dla każdego z profili osobno oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-3
10	Atrakcyjność i jakość kreatywna przykładowych scenariuszy oraz ich dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-6

**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji i wdrożenie oraz dokonanie pomiaru efektywności dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „Mięso o europejskiej jakości” („Meat with European Quality”)**

12 lutego 2020 r.

11	Atrakcyjność i jakość kreatywna wizualizacji stoiska targowego oraz jego dopasowanie do charakteru i potrzeb kampanii	1-4
----	---	-----

**KRYTERIUM 2. – ilość, wartość rynkowa i efektywność zaproponowanych działań dodatkowych uzupełniających pakiety działań ujętych w opisie programu**

Liczba punktów, którą otrzyma oceniana oferta w tym kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

$$K.2 = \frac{\text{Suma punktów przyznanych ocenianej ofercie przez członków Komisji Oceniającej}}{\text{Liczba dokonanych ocen danej oferty}}$$

Kryterium K.2 będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej (maksymalnie 30 pkt.) danej oferty, dokonanej przez członków Komisji Oceniającej, uwzględniającej następujące obszary oceny:

Lp.	Obszar oceny	Punkty
1.	ilość dodatkowych zaproponowanych działań ujętych w ramach pakietów i budżetów przedstawionych w programie	1 - 10
2.	wartość rynkowa zaproponowanych działań dodatkowych ujętych w ramach pakietów w programie	1 - 10
3	efektywność zaproponowanych działań dodatkowych dla realizacji celów kampanii oraz jakość ich uzasadnienia	1 - 10

**KRYTERIUM 3. – całościowa cena za realizację wszystkich działań wraz z wynagrodzeniem organizacji wdrażającej**

Kryterium K.3 ocenione zostanie w skali punktowej do 30 punktów w oparciu o podaną cenę całkowitą w EUR netto. Punkty za cenę zostaną wyliczone według następującego wzoru:

$$K.3 = \frac{\text{Najniższa zaproponowana cena}}{\text{Cena zaproponowana w ocenianej ofercie}} \times 30 \text{ pkt.}$$

12 lutego 2020 r.

## 12. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

Termin	Działanie
12 luty 2020 r.	Opublikowanie zaproszenia do składania ofert programu informacyjno-promocyjnego pt. „Mięso o europejskiej jakości”
19 marca 2020 r., godz. 10.00	Ostateczny termin na składanie ofert wraz z wymaganą dokumentacją
19 marca 2020 r., godz. 10.30	Komisyjne otwarcie ofert
20 marca 2020 r. – 24 marca 2020 r.	Weryfikacja spełnienia przez Oferentów wymogów formalno-prawnych i ocena złożonych ofert
21 marca 2020 r. godz. 15.00	Ostateczny termin złożenia uzupełnień
25 marca 2020 r.	Decyzja o wyborze najkorzystniejszej oferty. Poinformowanie Oferentów o wynikach postępowania przetargowego.

## 13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

- Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszej SIWZ.
- Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.
- Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.

## 14. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ PT. „MIĘSO O EUROPEJSKIEJ JAKOŚCI”

- O miejscu i terminie zawarcia umowy Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego niezwłocznie powiadomi wybranego Wykonawcę. Przedmiotowa umowa wejdzie w życie z dniem podpisania umowy Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych.
- Warunki realizacji zamówienia zawarte są we wzorze Istotnych Postanowień Umowy (Załącznik nr 3 do SIWZ).
- Zobowiązania umowy mogą ulec zmianom w przypadku, gdy Komisja Europejska zmniejszy zakres przyznanych środków oraz zakres proponowanych działań Programu.  
W przypadku przerwania realizacji Programu z przyczyn nieleżących po stronie Zamawiającego, Wykonawcy nie przysługuje w stosunku do Unii Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego żadne roszczenie, w szczególności roszczenie o zawarcie umowy i zwrot poniesionych nakładów (w tym kosztów sporządzenia oferty).
- Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie

12 lutego 2020 r.

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. 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. PRAWA AUTORSKIE**

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

Prawa autorskie do utworów zamieszczonych w ofertach, które nie zostały przyjęte do realizacji w toku postępowania, pozostają w rękach Oferentów.

## **16. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA**

1. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż na 14 dni przed terminem otwarcia ofert.
2. Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
3. W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
4. Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronie [www.upemi.pl](http://www.upemi.pl) oraz udostępniona w siedzibie UPEMI w miejscu publicznie dostępnym, jak również wysłana do wszystkich potencjalnych oferentów, do których wysłano zaproszenie.
5. Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
6. Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: [a.krzyzak@upemi.pl](mailto:a.krzyzak@upemi.pl) oraz [k.skrzymowska@upemi.pl](mailto:k.skrzymowska@upemi.pl)

12 lutego 2020 r.

## **17. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH**

Zamawiający, oferent oraz wybrany wykonawca w toku niniejszego postępowania oraz realizacji umowy zawartej w wyniku tego postępowania są zobowiązani do stosowania przepisów Ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 2018 poz. 1000) wraz z innymi przepisami związanymi z zagadnieniem RODO.

## **18.ZAŁĄCZNIKI**

- **Załącznik nr 1 - Opis programu**
- **Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego**
- **Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)**
- **Załącznik nr 4 - Wzór umowy o udzielenie dotacji**