Warszawa, 1 czerwca 2021 roku

Zapytanie ofertowe nr 06/06/2021

na przygotowanie projektów graficznych reklam wraz z plikami produkcyjnymi wraz z zakupem zdjęć wraz z poprawkami oraz przekazaniem praw autorskich w ramach kampanii pt. „Certyfikowana jakość na polskim stole – 3 edycja" dotyczącej produktów wytworzonych w krajowym systemie jakości QAFP.

I. ZAMAWIAJĄCY

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego
Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa,
KRS 0000246895 / NIP 701-003-39-96 / REGON 140652872
Tel. /fax: +48 22 696 52 70, www.upemi.pl / e-mail: biuro@upemi.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

1. usługa polegająca na przygotowaniu projektów graficznych wraz z plikami produkcyjnymi różnych rodzajów i formatów reklam internetowych wraz z zakupem zdjęć wraz z poprawkami oraz przekazaniem praw autorskich.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przygotowanie 2 linii kreatywnych dla projektów graficznych różnych rodzajów i formatów reklam internetowych produktów QAFP, które zamieszczone będą na platformie sprzedażowej on-line wyłonionej w odrębnym postępowaniu ofertowym. Każda z linii kreatywnych powinna zawierać i uwzględniać następujące elementy:

- landing page o produktach QAFP (kulinarne mięso wieprzowe, drobiowe i wędliny)
- bannery reklamowe o wymiarach 1920x400 / 1280x218 / 416x250 / 364x210
- gazetka promocyjna - 1 strona rozmiar 1637 x 1637
- newsletter – moduł o wymiarach 1920x400

Każdy projekt graficzny musi zawierać następujące elelmenty:

- ✓ logotyp QAFP
- ✓ logotyp UPEMI
- ✓ nazwę kampanii – Certyfikowana jakość na polskim stole

- ✓ informację o finansowaniu o następującej treści - Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego oraz Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego

KONTEKST KAMPANII

Rosnąca świadomość konsumentów i zainteresowanie zdrowym, zbilansowanym żywieniem oraz jakością i pochodzeniem produktów zwiększa zapotrzebowanie na przekazywanie i utrwalanie informacji nt. polskich produktów, produktów wytwarzanych w polskim systemie jakości oraz znaczenia certyfikacji żywności (mięsa).

W powodu wystąpienia w 2014 r. i rozprzestrzeniającego się cały czas wirusa ASF świń polskie zakłady utraciły możliwość eksportu wieprzowiny na wiele strategicznych rynków krajów trzecich. Jednym z rozwiązań wspierających polskich producentów wieprzowiny jest wzmocnienie zapotrzebowania na surowiec oraz konsumpcji na rynku wewnętrznym poprzez podkreślenie aspektu pochodzenia i jakości i dotarcie z komunikatem o jego walorach do potencjalnego odbiorcy.
Wg raportu Roland Berger „Polski rynek handlu spożywczego w 2010-2020 roku" jest 6 trendów wpływających na preferencje zakupowe - popyt na produkty wysokiej jakości i większa świadomość zdrowotna i produktowa, to dwa najważniejsze.

Sytuacja wywołana pandemią covid-19 spowodowała zmianę przyzwyczajeń zakupowych związanych ze zwiększonym znaczeniem rynku e-commerce. Dokonywanie bezpiecznych zakupów w internecie oraz zmiana świadomości konsumentów, którzy baczniej przyglądają się produktom oraz zwracają uwagę na jakość, miejsce pochodzenia produktu oraz posiadane certyfikaty wpłynęło na zwiększone zainteresowanie polskim mięsem wysokiej jakości.

Podstawowym ograniczeniem dla dotarcia z informacją nt. jakości polskiego, certyfikowanego mięsa i wędlin, jak również dalszego rozwoju ich produkcji jest wciąż ograniczona dostępność tych produktów w szerokiej sprzedaży. Dlatego należy wykorzystać kanał sprzedaży internetowej dla zintensyfikowania działań promujących wysokiej jakości mięso.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Produkty objęte projektem: certyfikowane znakiem jakości QAFP kulinarne mięso wieprzowe, mięso drobiowe oraz wędliny.

Założenia kampanii:

- ✓ Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów (poprzez działania mające na celu informowanie o jakości i cechach/zaletach mięsa wieprzowego, w tym o systemach jakości uznanych przez Ministra Rolnictwa.
- ✓ Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.

Cele kampanii :

A. **Cele biznesowe**

1. Zwiększenie sprzedaży produktów z QAFP
2. Wzrost zainteresowania produktami z QAFP przez nowych klientów
3. Zwiększenie koszyka zakupowego

B. **Cele komunikacyjne**

1. Dalsza budowa świadomości marki oraz zaufania do marki
2. Budowa zaufania do produktów i ich jakości
3. Spontaniczny, wybór przy codziennych zakupach Polaków

C. **Cele marketingowe**

1. Zmiana wizerunku
   Oswojenie klientów z marką i produktami przy pomocy nowej komunikacji - QAFP idealnym wyborem przy codziennych zakupach

GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII

Konsumenci:

- Osoby w wieku 25-65 lat
- Osoby w dużym stopniu korzystające z internetu, mediów społecznościowych
- Osoby odpowiedzialne za zakupy w gospodarstwie domowym Wyznawane wartości: rodzina, zdrowie
- Dbający o jakość codziennego życia, starający stale ją powiększać
- Będący w stanie zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości
- Głównym wyznacznikiem wyborów zakupowych są wartości odżywcze produktów
- Często podejmują decyzje zakupowe pod wpływem reklamy

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: lipiec 2021 – grudzień 2022 r.
Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **20 000,00 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy złotych i 00 groszy) brutto.**

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. poz. 1025 z dnia 29.05.2018 r. z późn. zm.) art. 70^1 - 70^5, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
   a) opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
   b) komisyjne otwarcie ofert,
   c) ocenę złożonych ofert,
   d) wybór najkorzystniejszej oferty.
3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
7. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
10. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
   a) nie podlegają wykluczeniu
   b) spełniają warunki udziału postępowaniu.
2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty.
3. W postępowaniu ofertowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:
   a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
   b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
   c) dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
   d) dysponują odpowiednim potencjałem technicznym;
   e) posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;
   f) nie podlegają wykluczeniu z procedury.
4. Z niniejszej procedury wyklucza się:
   a) 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;
   b) Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.

VII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy sporządzić na załączonym druku „Formularz ofertowy" dla całości zamówienia (Załącznik 1) w formie pisemnej w języku polskim, który powinien zostać podpisany przez osoby* upoważnione. **Brak poprawnie wypełnionego Formularza skutkuje odrzuceniem oferty**. Jeżeli do postępowania przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum. Wyjątek stanowią dokumenty opisane w pkt. 8.2 lit. a – c.
2. Do oferty należy dołączyć wszystkie wymagane Załączniki, które powinny zostać podpisane przez osoby upoważnione*. **Brak jakiegokolwiek, poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty**.
3. Każdy z Oferentów ma prawo do złożenia jednej oferty na całość zamówienia. Złożenie dwóch ofert na zamówienie skutkować będzie odrzuceniem Wykonawcy w zamówieniu.
4. Wszystkie dokumenty w tym kopie dokumentów muszą być podpisane, poświadczone za zgodność z oryginałem przez osobę podpisującą ofertę (osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy).
5. Osoba podpisująca ofertę z załącznikami musi być osobą upoważnioną – za osobę/ osoby upoważnioną/e uznaje się osobę/y figurującą/e w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu, dołączonym do oferty.
6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
7. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.

8. Do oferty należy dołączyć następujące dokumenty:

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

      a) **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.
      b) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do 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.
      c) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do 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.

   8.2. **Propozycję 2 linii kreatywnych** opisanych szczegółowo w punkcie II Opis przedmiotu zamówienia.

VIII. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **,,Odpowiedź na zapytanie nr 06/06/2021"** do Zamawiającego na wskazany adres siedziby Zamawiającego - Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa **w terminie do dnia 15 czerwca 2021 r. do godziny 10.00.** Liczy się data wpłynięcia oferty do biura Zamawiającego.
2. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej jako zeskanowanych podpisanych dokumentów w pliku / plikach pdf. o wielkości max. 12 MB. Ofertę w formie elektronicznej należy przesłać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **,,Odpowiedź na zapytanie nr 06/06/2021 w terminie do dnia 15 czerwca 2021 r. do godziny 10.00.** Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty na serwer Zamawiającego.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
6. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: www.upemi.pl

IX. OCENA OFERT

1. Złożone oferty zostaną ocenione pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu.
2. W przypadku gdy oferta nie spełni któregokolwiek z warunków udziału w postępowaniu (brak formularza ofertowego oraz załączników, brak podpisów osób upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy) niniejszego zapytania ofertowego – oferta zostanie odrzucona. Z tytułu odrzucenia oferty, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia przeciw Zamawiającemu. Oferty oceniane będą punktowo. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 pkt.
3. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający będzie kierować się **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	50
2. JAKOŚĆ ZAPREZENTOWANYCH LINII KREATYWNYCH	50

3.1. **CENA -** w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 50 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C_{min}}{C_x} \times 50 \text{ pkt}$$

gdzie:
C – liczba punktów za kryterium „cena";

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;
Cx – cena oferty badanej.

3.2. **JAKOŚĆ ZAPREZENTOWANYCH LINII KREATYWNYCH** – w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 50 pkt) na podstawie przedstawionych propozycji projektów, gdzie pod uwagę Zamawiający weźmie:

- ✓ atrakcyjność wizualną
- ✓ atrakcyjność przekazu i jego dopasowanie do specyfiki produktów objętych projektem
- ✓ spójność kreacji
- ✓ innowacyjność rozwiązań kreatywnych (oryginalność)

Zamawiający przyzna punkty wedle poniższych kryteriów:

1.	projekty mało atrakcyjny wizualnie, nie wystarczająco dobrane do specyfiki produktów objętych projektem, mało kreatywne i niespójne z nieatrakcyjnym przekazem dla konsumenta	**0-10 pkt**
2.	projekty w niewielkim lub średnim stopniu atrakcyjne wizualnie, częściowo dobrane do specyfiki produktów objętych projektem, przeciętnie kreatywne i częściowo spójne oraz o średniej atrakcyjności przekazu dla konsumenta	**11-35 pkt**
3.	projekty atrakcyjne i bardzo atrakcyjne wizualnie, dobrze lub bardzo dobrze dobrane do specyfiki produktów objętych projektem, o wysokim poziomie kreatywności i spójności wraz atrakcyjnym przekazem dla konsumenta	**36-50 pkt**

X. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
2. Zamawiający jest uprawniony do wyboru kolejnej, najkorzystniejszej oferty w przypadku, gdyby wybrany Wykonawca, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą odmówił podpisania umowy lub gdyby podpisanie umowy z takim Oferentem stało się niemożliwe z innych przyczyn.
3. Wybór i ogłoszenie wybranego Oferenta nastąpi w terminie do 5 dni roboczych liczonych od dnia zakończenia przyjmowania ofert.
4. Zamawiający poinformuje Oferentów, którzy złożyli oferty o wyborze najkorzystniejszej oferty w zamówieniu.

XI. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO

Ewentualne pytania proszę kierować do pani Agnieszki Krzyżak – Karniło e-mail: a.krzyzak@upemi.pl .

XII. WARUNKI SZCZEGÓLNE

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 60 dni od dnia jej złożenia.
2. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego zapytania ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.

3. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
4. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności, ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, przygotowaniami do zawarcia umowy.
5. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu będzie przebiegała w etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
6. Rozliczanie działań zrealizowanych w danym etapie będzie realizowane na koniec etapu w oparciu o przekazane dokumenty i obszerny materiał dowodowy potwierdzające należyte wykonanie działań (zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania).
7. Zamawiający zastrzega, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, której treść zostanie przekazana wybranemu Wykonawcy.
8. W przypadku, gdy projekt nie uzyska finansowania ze środków Funduszy Promocji, nie będzie realizowany i Oferentom nie przysługują z tego tytułu żadne roszczenia.

XIII. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy dla zamówienia.
2. Załącznik nr 2 - Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym.

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 06/06/2021

Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

……

……

Numer telefonu: …….. e-mail: ……

NIP…….. REGON ……

W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe

1. Oświadczamy, że oferujemy wykonanie zamówienia w określonej kwocie:

Lp.	Podmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1	na przygotowanie projektów graficznych reklam wraz z plikami produkcyjnymi wraz z zakupem zdjęć wraz z poprawkami oraz przekazaniem praw autorskich w ramach kampanii pt. „Certyfikowana jakość na polskim stole – 3 edycja" dotyczącej produktów wytworzonych w krajowym systemie jakości QAFP	1		
	Razem:			

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. II Opis przedmiotu zamówienia stanowi załącznik nr 1 do niniejszego formularza ofertowego.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty jakie poniesie Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w zapytaniu ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
   - ✓ posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
   - ✓ znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację zamówienia;
   - ✓ posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;

- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ nie podlegamy wykluczeniu z procedury;
- ✓ akceptujemy warunki uczestnictwa w postępowaniu, określone w zapytaniu ofertowym.

…….. ……..

Miejsce i data (Imię, nazwisko, podpis, pieczątka)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

Załącznik nr 2. Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, do Zapytania ofertowego nr 06/06/2021

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 06/06/2021, oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

A. uczestniczeniu w spółce, jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
B. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji;
C. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
D. pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

…….. ……..

Miejsce i data (Imię, nazwisko, podpis, pieczątka)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.