

Warszawa, 6 lipca 2021 roku

**Zapytanie ofertowe nr 09/07/2021**  
**na przygotowanie koncepcji oraz realizację kampanii informacyjno - promocyjnej**  
**dotyczącej polskiego mięsa wołowego pt. „Wołowina z Polski na japońskim**  
**rynku”.**

**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](http://www.upemi.pl) / [biuro@upemi.pl](mailto:biuro@upemi.pl)

**II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. Przedmiotem zadania jest przygotowanie kampanii informacyjno-promocyjnej dostosowanej do aktualnej sytuacji na świecie związanej z pandemią COVID-19, mającej na celu zwiększenie poziomu eksportu polskiej wołowiny na rynek japoński. Wspomniany rynek został ujęty w strategii promocji dla branży mięsa wołowego na rok 2021.

**2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia**

Przygotowanie szczegółowej koncepcji realizacji działań objętych projektem „Wołowina z Polski na japońskim rynku”. W ramach oferty należy przedstawić:

- 1) Koncepcję kreatywną materiałów informacyjno – promocyjnych w tym:
  - a. aktualizację strony internetowej programu wraz z propozycją zawartości merytorycznej;
  - b. newslettera
  - c. 1 filmu promocyjnego ok. 2 minutowego wraz ze scenariuszem
  - d. kanału Twitter dla kampanii wraz z przykładowymi 2 wpisami
  - e. zaproszenia na webinarium
  - f. 2 banerów reklamowych internetowych
- 2) Koncepcję szczegółową webinarium dla polskich eksporterów;
- 3) Propozycję narzędzi do monitorowania mediów internetowych.

**3. Szczegółowy opis projektu**

---

*NAZWA PROJEKTU*

---

„Wołowina z Polski na japońskim rynku” projekt jest kontynuacją działań informacyjno – promocyjnych prowadzonych przez UPEMI w latach 2018 – 2020.

---

*PRODUKTY OBJĘTE PROJEKTEM*

---

**polskie mięso wołowe**

---

*CZAS TRWANIA PROJEKTU*

---

**lipiec 2021 – kwiecień 2022**

---

*KONTEKST PROJEKTU*

---

Polska eksportuje za granicę ponad 80% wołowiny, co stanowi kluczowy czynnik dla opłacalności produkcji w kraju. Dalszy wzrost eksportu mięsa wołowego, w szczególności na rynki trzecie, jest warunkiem koniecznym do rozwoju branży i optymalizacji produkcji wołowiny w Polsce. Ważna w tym przypadku jest ekspansja polskiej wołowiny do krajów, których krajowa produkcja nie spełnia wymagań rosnącego popytu, a konsumpcja wołowiny stale rośnie. Tym samym uzasadnione są działania ukierunkowane na rynek japoński.

W Japonii od dłuższego czasu zauważyć można stale rosnące spożycie mięsa, w tym wołowego. Krajowa produkcja wołowiny w Japonii spadła o 10% w ciągu ostatnich dwóch dekad. Hodowla bydła jest na ogół niewielka, a liczba zakładów produkcyjno-przetwórczych spadła w tym czasie o 60% do 48 000. Mając na uwadze zwiększający się popyt oraz sprzyjające warunki eksportowe oparte na umowie o wolnym handlu między Unią Europejską a Japonią, polska wołowina ma dużą szansę zaistnieć na tym rynku.

Mając na uwadze utrzymujący się niski popyt wewnętrzny na wołowinę, dalszy wzrost eksportu, jest warunkiem koniecznym do rozwoju branży i optymalizacji produkcji wołowiny w Polsce. Podstawowym problemem jest brak rozpoznawalności polskiej wołowiny jako marki na rynku japońskim. Japończycy w pierwszej kolejności wybierają rodzimą wołowinę, a w dalszej sięgają po wołowinę amerykańską i australijską. Wynika to z długotrwałej kampanii, jaką te kraje przeprowadzały dla kupców i sieci sprzedaży. Polska wołowina w kontekście budowania marki "made in Poland" ma duże szanse zaistnienia w świadomości japońskich odbiorców, a pośrednio konsumenta, tylko w wyniku długofalowych działań PR-owych oraz marketingowych na tym rynku, mających na celu wypromowanie mięsa wołowego pochodzącego z Polski.

---

*CEL PROJEKTU*

---

**Cel Funduszu Promocji Mięsa Wołowego:**

- ✓ Wzrost popytu na polską wołowinę w UE i krajach trzecich
- ✓ Podniesienie konkurencyjności polskiej wołowiny.

**Cele zadania:**

- ✓ wypracowanie strategii informowania o produktach i potencjale eksportowym Polski;
- ✓ umacnianie obecnych i nawiązywanie nowych relacji biznesowych;
- ✓ stworzenie sieci kontaktów pozwalających na reagowanie i zapobieganie ewentualnym kryzysowym sytuacjom na linii Polska-Japonia w przyszłości.

**Oczekiwane rezultaty działań :**

- ✓ zbudowanie pozytywnego wizerunku polskiego sektora mięsa wołowego;
- ✓ poprzez prowadzoną stronę internetową utrwalenie pozytywnego przekazu informacyjnego oraz usystematyzowanie wiadomości przekazywanych w trakcie webinarium;
- ✓ wsparcie wizerunkowe polskich podmiotów gospodarczych i polskich eksporterów nieposiadających własnych stron internetowych w języku japońskim i/lub angielskim;
- ✓ stworzenie bazy kontaktów z grupy TG1
- ✓ poszerzenie wiedzy polskich eksporterów (TG2)
- ✓ działania komunikacyjne dostosowane do konsumentów (TG3)
- ✓ nawiązanie kontaktów B2B, B2G/B2A i B2C mimo ograniczonego ruchu lotniczego i niepewnej sytuacji związanej z możliwością międzynarodowych bezpośrednich spotkań oraz przyszłością branży targowej.

---

*GRUPY DOCELOWE PROJEKTU:*

---

Zadanie skierowane jest do następujących grup docelowych:

- ✓ TG1: potencjalni odbiorcy polskiej wołowiny na rynku japońskim, w tym: handlowcy, hurtownicy, dystrybutorzy, HoReCa;
- ✓ TG2: polscy producenci mięsa wołowego, którym program ma ułatwić ekspansję na rynek japoński.
- ✓ TG3: konsumenci, klienci detaliczni

---

*OPIS DZIAŁAŃ W PROJEKCIE:*

---

Realizacja zadania skupi się na działaniach, które ściśle będą powiązane z celami i grupami docelowymi zadania:

- publikację reklam (banerów reklamowych 2 portalach japońskich przez 3 miesiące);
- kampanię reklamową na You Tube (łącznie 75 tys. wyświetleń w okresie 6 miesięcy);
- kampanię Google AdWords;

- aktualizację strony internetowej kampanii i prowadzenie jej (administrowanie) w czasie trwania projektu w języku japońskim, angielskim i polskim - 6 000 wejść na stronę w okresie funkcjonowania strony;
- aktualizację kanału You Tube kampanii (projekt graficzny, treść merytoryczna i administrowania);
- stworzenie profilu/ konta kampanii na Twitterze (projekt graficzny, treść merytoryczna i administrowanie) oraz zamieszczanie min. 6 wpisów miesięcznie;
- materiały informacyjno–promocyjne: raport o polskim sektorze mięsa wołowego, aktualizacja strategii ekspansji na rynek japoński, 2 filmy promocyjne (ok. 2-minutowe) na kanał YouTube;
- materiały multimedialne: 2 filmy promocyjne na YT (koncepcja kreatywna, projekty graficzne, treść merytoryczna, tłumaczenie, zakup zdjęć)
- webinarium dla polskich eksporterów w trakcie którego przedstawicielom polskich zakładów zostanie przekazana wiedza na temat specyfiki eksportu na rynek japoński oraz z zakresu budowania relacji i prowadzenia negocjacji z Japończykami
- webinarium prezentacja polskiej branży dedykowane dla japońskich odbiorców, w trakcie którego odbędzie się prezentacja polskiego sektora mięsa wołowego oraz wymiana informacji dot. oczekiwań japońskich odbiorców wobec produktów;
- przygotowanie zaproszeń na webinaria wraz z wysyłką mailową;
- działania informacyjno-promocyjne w postaci dedykowanych newsletterów (jednocześnie aktualizacji strony www) przesyłanych do wyselekcjonowanej bazy kontaktów TG1 i TG2;
- zapewnienie narzędzi do monitoringu mediów

#### TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: sierpień 2021 – kwiecień 2022

#### III. BUDŻET ZADANIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia to: **485 714,29 (słownie: czterysta osiemdziesiąt pięć tysięcy siedemset czternaście złotych i 29 groszy) brutto** i obejmuje następujące pozycje kosztowe:

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów			
			ilość	Cena jednostkowa	Cena netto	Cena brutto

1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Kampania reklamowa na portalu YouTube (łącznie 75 000 wyświetleń filmów reklamowych w okresie 6 miesięcy po publikacji).	1	44 514,29	36 190,48	44 514,29
		Kampania Google AdWords	1	21 450,00	17 439,02	21 450,00
2	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Materiały informacyjno-promocyjne (w wersji elektronicznej) wykorzystywane w komunikacji: raport o polskim sektorze mięsa wołowego oraz aktualizacja strategii ekspansji na rynek japoński, w tym: koncepcja kreatywna, projekty graficzne, przygotowanie treści merytorycznej, tłumaczenia na język japoński i/lub angielski, zakup niezbędnych zdjęć/grafik wraz z przekazaniem praw autorskich	1	47 100,00	38 292,68	47 100,00
		Opracowanie materiałów multimedialnych: 2 filmy promocyjne (ok. 2-minutowe) na kanał YouTube w tym: koncepcja kreatywna, projekty graficzne, przygotowanie treści merytorycznej, tłumaczenia na język japoński i/lub angielski, zakup niezbędnych zdjęć/grafik wraz z przekazaniem praw autorskich	2	11 900,00	19 349,59	23 800,00
3	organizacja szkoleń i konferencji	Organizacja webinarium dla polskich eksporterów, w tym: wynagrodzenie 3 prelegentów/występujących, realizacja techniczna wraz ze stworzeniem systemu rejestracji uczestników on-line, oprawa wizualna itd. wraz z nagraniami i postprodukcją do umieszczenia nagrań na kanale YouTube lub stronie	1	58 950,00	47 926,83	58 950,00
		Organizacja webinarium/prezentacji polskiego sektora mięsa wołowego dla odbiorców z Japonii, w tym: wynagrodzenie prelegenta/występującego, realizacja techniczna wraz ze stworzeniem systemu rejestracji uczestników on-line, oprawa wizualna itd. wraz z nagraniami i postprodukcją do umieszczenia nagrań na kanale YouTube lub stronie	1	42 500,00	34 552,85	42 500,00
4	prowadzenie serwisu internetowego	. Aktualizacja strony internetowej dostosowanej do aktualnych trendów komunikacyjnych, w tym: projekt graficzny, treść merytoryczna, zapewnienie domeny, hostingu, webmasteringu,	1	20 700,00	16 829,27	20 700,00

		zaprogramowanie strony w 3 językach (japoński, polski i angielski) oraz optymalizacja strony w wyszukiwarce (SEO): 6 000 wejść na stronę w okresie 9 miesięcy funkcjonowania strony				
		Aktualizacja kanału YouTube kampanii do publikacji materiałów filmowych, w tym: projekt graficzny, treść merytoryczna i administracja kanału	1	25 200,00	20 487,80	25 200,00
		Stworzenie profilu/konta kampanii na portalu Twitter, w tym: projekt graficzny, treść merytoryczna i administracja kanału. 6 wpisów (tweetów) miesięcznie	1	62 000,00	50 406,50	62 000,00
5	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	Przygotowanie merytoryczne i graficzne 4 aktualizacji dotyczących jakości polskiej wołowiny: publikacja na stronie www oraz wysyłka w postaci newslettera do grup TG1 i TG2.	4	5 250,00	17 073,17	21 000,00
		Przygotowanie 2 zaproszeń na webinarium wraz z wysyłką mailową	2	6 500,00	10 569,11	13 000,00
6	Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Koszt przygotowania materiałów pod kątem merytorycznym i weryfikacji dostosowania do wymogów rynku japońskiego - wynagrodzenie eksperta/ekspertów	1	74 000,00	60 162,60	74 000,00
		Zapewnienie narzędzia do monitoringu mediów internetowych/społecznościowych wraz z przygotowaniem streszczeń wyników z języka japońskiego	1	31 500,00	25 609,76	31 500,00
<b>RAZEM</b>					<b>394 889,67</b>	<b>485 714,29</b>

#### IV. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

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<sup>1</sup> - 70<sup>5</sup>, 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 i poinformowanie oferentów.
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 możliwości powierzenia części zamówienia podwykonawcom.

8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury bez podania przyczyn 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.

## V. 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 przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:
  - a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2013 r., poz. 672 z późn. zm.);
  - 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.

## VI. 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 załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.**
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, poświadczane za zgodność 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.
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 dokumentację formalną zawierającą:
  - 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;
  - b) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych**, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert;
  - c) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do Urzędu Skarbowego**, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert;
  - d) **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;
  - e) **wykaz zorganizowanych wydarzeń** przez Oferenta potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy.
9. Do oferty należy dołączyć koncepcję realizacji zamówienia obejmująca następujące elementy:
  - A. Koncepcję kreatywną materiałów informacyjno – promocyjnych w tym:
    - ✓ aktualizację strony internetowej programu wraz z propozycją zawartości merytorycznej;
    - ✓ newslettera
    - ✓ 1 filmu promocyjnego ok. 2 minutowego wraz ze scenariuszem
    - ✓ kanału Twitter dla kampanii wraz z przykładowymi 2 wpisami
    - ✓ zaproszenia na webinarium
    - ✓ 2 banerów reklamowych internetowych
  - B. Koncepcję szczegółową webinarium dla polskich eksporterów;
  - C. Propozycję narzędzi do monitorowania mediów internetowych.

## I. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 09/07/2021”** 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 23 lipca 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](mailto:a.krzyzak@upemi.pl) z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 09/07/2021 w terminie do dnia 23 lipca 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](http://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**:

Lp.	KRYTERIUM	MAX. ILOŚĆ PUNKTÓW
1.	CENA	40
2.	JAKOŚĆ KONCEPCJI KREATYWNEJ MATERIAŁÓW INFORMACYJNO PROMOCYJNYCH	30
3.	JAKOŚĆ KONCEPCJI SZCZEGÓŁOWEJ WEBINARIUM DLA POLSKICH EKSPORTERÓW	20
4.	PROPOZYCJA NARZĘDZI MONITOROWANIA MEDIÓW	10

- 3.1. **KRYTERIUM 1 - CENA** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 40 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C \min}{C_x} \times 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- 3.2. **KRYTERIUM 2 - JAKOŚĆ KONCEPCJI KREATYWNEJ MATERIAŁÓW INFORMACYJNO PROMOCYJNYCH** – w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 30 pkt.). Zamawiający przyzna punkty uwzględniając poniższe kryteria:

1.	Atrakcyjność wizualna i zawartość merytoryczna aktualizacji strony www	1-5 pkt.
----	---	----------

2.	Atrakcyjność wizualna i zawartość merytoryczna propozycji newslettera	1-5 pkt.
3.	Atrakcyjność i kreatywność zaproponowanego scenariusza propozycji filmu	1-5 pkt.
4.	Atrakcyjność wizualna i zawartość merytoryczna propozycji kanału Twitter wraz z propozycjami wpisów	1-5 pkt.
5.	Atrakcyjność wizualna i zawartość merytoryczna propozycji zaproszenia na webinarium	1-5 pkt.
6.	Atrakcyjność wizualna i zawartość merytoryczna propozycji banerów reklamowych	1-5 pkt.

**6.1. KRYTERIUM 3 – JAKOŚĆ KONCEPCJI SZCZEGÓŁOWEJ WEBINARIUM DLA POLSKICH EKSPORTERÓW** - tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 20 pkt) uwzględniając poniższe kryteria:

1.	Atrakcyjność zaproponowanej koncepcji webinarium	1 - 10 pkt.
2.	Jakość zawartości merytorycznej webinarium (propozycje tematów i ekspertów)	1 - 10 pkt.

**6.2. KRYTERIUM 4 – PROPOZYCJA NARZĘDZI MONITOROWANIA MEDIÓW** - tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 10 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 ciągu 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](mailto:a.krzyzak@upemi.pl) .

#### **XII. WARUNKI SZCZEGÓLNE**

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 30 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. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.
4. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
5. 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, przygotowaniem do zawarcia umowy.
6. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu może przebiegać w kilku etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
7. 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).
8. 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.

### **XIII. ZAŁĄCZNIKI**

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

## 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 koncepcji oraz realizację kampanii informacyjno - promocyjnej dotyczącej polskiego mięsa wołowego pt. „Wołowina z Polski na japońskim rynku”	1		
<b>Razem:</b>				

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VI ppkt. 9 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 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej;
  - ✓ 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, pieczęć)\*

\* 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 09/07/2021**

**OŚWIADCZENIE**

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 09/07/2021, 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, pieczęć)\*

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