Warszawa, 16 lutego 2022 roku

Zapytanie ofertowe nr 01/02/2022

na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację kampanii informacyjno – promocyjnej pt. „Jakość dla gastronomii" dotyczącej kulinarnego mięsa wieprzowego wysokiej jakości certyfikowanego w krajowych systemach jakości.

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 / biuro@upemi.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja kampanii informacyjno – promocyjnej pt. „Jakość w gastronomii" dotyczącej kulinarnego mięsa wieprzowego wysokiej jakości wytworzonego w krajowych systemach jakości.

2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Opracowanie kompleksowej koncepcji/ strategii komunikacji dotyczącej kulinarnego mięsa wieprzowego wyprodukowanego w polskim systemie jakości żywności do branży HoReCa oraz propozycja ekspansji tychże produktów do restauracji na terenie Polski.

2.1 Koncepcja komunikacji powinna opierać się na zestawie narzędzi informacyjno – promocyjnych opisanych w pkt. IV Budżet zamówienia i powinna zawierać następujące elementy:

a. 1 propozycję reklamy prasowej w „Akademia kulinarna";
b. 1 propozycję banneru internetowego na branżowych portalach;
c. ogólną propozycję kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji wraz z przykładowym key visualem;
d. ogólną propozycję promocji wyżej wspomnianych produktów na eventach Chefs Only w ramach pakietu partnera wydarzenia;
e. ogólną propozycję promocji w/w produktów w konkursie Archimagirus w ramach pakietu partnera wydarzenia;
f. ogólną propozycję koncepcji szkoleń dla restauracji.

2.2 Propozycja ekspansji na rynku usług gastronomicznych kulinarnego mięsa wieprzowego wyprodukowanego w polskim systemie jakości żywności powinna zawierać informacje, takie jak:

a) planowana ilość restauracji, do których dotrzeć mają informacje o w/w produktach

b) segment rynku gastronomicznego, do którego kierowana będzie oferta
c) lokalizacja ogólna docelowego segmentu lokali gastronomicznych
d) planowana ilość lokali, która przystąpi do projektu i wprowadzi w menu certyfikowane kulinarne mięso wieprzowe.

3. **Opis projektu**

NAZWA PROJEKTU:

„JAKOŚC DLA GASTRONOMII"

PRODUKTY OBJĘTE PROJEKTEM:

CERTYFIKOWANE KULINARNE MIĘSO WIEPRZOWE (szynka, schab, łopatka, karkówka, polędwiczka).

KONTEKST PROJEKTU:

Wzrasta świadomość konsumentów odnośnie roli żywności w ich życiu oraz chęć do współuczestniczenia w ochronie klimatu i środowiska. Na poziomie globalnym 79% konsumentów przyznaje, że pandemia zwiększyła zainteresowanie dbaniem o zdrowie, a 62% – że skierowała ich uwagę na środowisko. Będąc świadomymi, że produkty wysokiej jakości więcej kosztują, Polacy są w stanie wydawać rocznie nawet 64,61 mld zł. na produkty żywnościowe wysokiej jakości, pochodzące z rolnictwa zrównoważonego. W ostatnich latach w Polsce można zaobserwować rosnącą tendencję do spożywania posiłków poza domem. Zakłady gastronomiczne muszą w strategii firmy ująć rosnące wymagania klienta w zakresie serwowania posiłków z wysokiej jakości produktów. W celu budowania przewagi konkurencyjnej właściciele restauracji szukają wyróżnika na rynku, który przyciągnie klientów. Tym wyróżnikiem będą posiłki przygotowane na bazie wysokiej jakości mięsa wieprzowego i wędlin wyprodukowanych w systemach jakości.

Sytuacja wywołana pandemią koranawirusa spowodowała, że konsumenci baczniej przyglądają się produktom oraz zwracają uwagę na jakość, miejsce pochodzenia produktu oraz posiadane certyfikaty. Szybki tryb życia przyczynia się do tego, że konsumenci mają mniej czasu na robienie zakupów i przygotowywanie posiłków wobec czego chętnie korzystają z usług gastronomicznych. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rynku restauratorzy będą mogli do przygotowywania posiłków kupować produkty wytworzone w certyfikowanych systemach jakości.

Dzięki prowadzonym działaniom tj. rozszerzeniu karty menu o dania przygotowane na bazie certyfikowanych surowców oraz zamieszczeniu informacji o tych surowca, konsumenci/klienci restauracji, będą mieli okazję poznać jakość i smak dań przygotowanych na bazie certyfikowanego mięsa wieprzowego oraz zwiększyć swoją wiedzę z zakresu produkcji tego mięsa w certyfikowanym systemie jakości.

CEL PROJEKTU:

Celem działań kampanii będzie zapoznanie szeroko rozumianej branży z certyfikowanymi w krajowym systemie jakości produktami kulinarnego mięsa wieprzowego i zachęcanie restauracji do wprowadzenia ich na stałe lub co najmniej sezonowo do karty dań.

Szkolenia personelu w restauracjach z menu wysokojakościowych produktów przełożą się na polecanie dań z karty oznaczonych systemami jakości.

Bezpośrednie spotkania z restauratorami i szefami kuchni oraz managerami gastronomii przyczynią się do zachowanie odpowiedniej dynamiki kampanii oraz wzmocnienia jej efektów polegających na zwiększaniu zasięgu poprzez przystępowanie kolejnych restauracji.

Cele programu:

- Promocja produktów certyfikowanych w sieci HoReCa;
- Edukowanie właścicieli restauracji, szefów kuchni i personelu obsługującego klientów restauracji;
- Wykreowanie w HoReCa ambasadorów marki certyfikowanych produktów;
- Edukacja konsumentów przez promocję zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości oraz informowanie o wpływie konsumentów na działania eko.

GRUPA DOCELOWA PROJEKTU:

- Szefowie kuchni mający wpływ na jakość serwowanych potraw. Właściciele restauracji mający wpływ na ich styl, standard i menu. Managerowie gastronomii mający wpływ na zamówienia surowców. Kelnerzy i kierownicy Sali mający wpływ na rekomendację konkretnych dań z menu.

- Restauracje posiadające potrawy z certyfikowanych surowców zyskają wyróżnik rynkowy atrakcyjny dla świadomych klientów zainteresowanych zdrowym stylem życia.

- Rolnicy i przetwórcy zyskają istotny kanał dystrybucji produktów.

OPIS DZIAŁAŃ:

W ramach projektu przewidziane zostały następujące działania:

1. reklama informacyjno - promocyjna certyfikowanych produktów w periodyku Akademia kulinarna
2. reklama / baner internetowy (emisja 8 tyg.) na 3 portalach branży HoReCa
3. opracowanie merytoryczne i graficzne wraz ze składem i drukiem kompletu materiałów informacyjno - promocyjnych dla restauracji dotyczących certyfikowanych produktów i ich

wyróżników jakościowych, a także skryptów dla kelnerów jak prezentować i zachęcać klientów do wybrania z menu dań przygotowanych na bazie produktów w systemach jakości

4. udział na zasadzie partnerstwa w eventach dla szefów kuchni (Chefs Only) - pokazy kulinarne z wykorzystaniem certyfikowanego mięsa wieprzowego i wędlin
5. konkurs kulinarny dla kucharzy (Archimagirus) - pakiet działań m.in. przygotowanie dania konkursowego na bazie certyfikowanych produktów
6. udział na zasadzie partnerstwa w konferencji w Żninie m.in. w panelu dyskusyjnym poświęconym produktom jakościowym - lipiec 2022
7. przeprowadzenie szkoleń dla pracowników i właścicieli restauracji, które przystąpią do programu i wprowadzą do menu dania z wykorzystaniem surowca w systemach jakości
8. wizyty doradców kulinarnych w restauracjach w celu prezentacji certyfikowanych produktów i pozyskania podmiotów do udziału w projekcie
9. badanie jakościowe i ilościowe niezależnego podmiotu badawczego w restauracjach, które przystąpiły do programu, dotyczące efektywności projektu, wiedzy o certyfikowanych produktach pracowników restauracji w odniesieniu do zainteresowania konsumenckiego produktem
10. audyty restauracji, które przystąpiły do programu na zasadzie MISTERY CLIENT.

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 28 lutego 2023 r.
Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia to: **707 590,00 (słownie: siedemset siedem tysięcy pięćset dziewięćdziesiąt) zł brutto** i obejmuje następujące pozycje kosztowe:

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowalnych	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów			
			Ilość	Cena jednostkowa	Łącznie netto	Łącznie brutto
1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	1.1 Reklama prasowa w "Akademii kulinarnej"	3	5 550,00	13 536,59	16 650,00
		1.2 Banner główny na 3 stronach www lekcjesmakow.pl oraz archimagirus.eu i chefonly.pl (emisja przez 8 tyg. na każdym portalu)	2	5 000,00	8 130,08	10 000,00
2	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	2.1 opracowanie merytoryczne kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji	1	35 700,00	29 024,39	35 700,00
		2.2 opracowanie graficzne i skład kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji	1	33 500,00	27 235,77	33 500,00

		2.3 druk kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji (komplet stanowić będą np. broszura/ ulotka, skrypty itp.)	2 000	17,43	28 341,46	34 860,00
3	organizacja szkoleń i konferencji	3.1 Chefs Only (event dla szefów kuchni) - partner wydarzenia/ pokazy kulinarne z użyciem produktów certyfikowanych	3	20 000,00	48 780,49	60 000,00
		3.2 Archimagirus (konkurs kulinarny) - partner główny wydarzenia (pakiet działań)	1	25 000,00	20 325,20	25 000,00
		3.3 Konferencja HoReCa lipiec 2022 Żnin - (partner wydarzenia) m.in.panel dyskusyjny o certyfikowanych produktach	1	30 000,00	24 390,24	30 000,00
		3.4 Szkolenia w restauracjach przystępujących do projektu	45	2 124,00	77 707,32	95 580,00
4	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	wysyłka kompletów materiałów informacyjnych dla restauracji	2 000	3,50	5 691,06	7 000,00
5	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	5.1 Nadzór agencyjny nad działaniami kampanii	12	10 000,00	97 560,98	120 000,00
		5.2 wizyty doradców kulinarnych w restauracjach - prezentacja produktów certyfikowanych wraz z przedstawieniem pakietu korzyści	100	1 155,00	93 902,44	115 500,00
		5.3 audyty restauracji, które przystąpiły do programu - mystery client	1	100 800,00	81 951,22	100 800,00
6	najem środków trwałych albo amortyzacji zakupionych środków trwałych, w przypadku gdy zakup jest bardziej opłacalny lub najem jest niemożliwy	wynajem sprzętu gastronomicznego na potrzeby realizacji eventów i konkursu (np. kuchenki indukcyjne, lodówki itp.)	4	5 750,00	18 699,18	23 000,00
				RAZEM:	**575 276,42**	**707 590,00**

V. 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. 70^1 - 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 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.

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 przetargowym 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.);
   a) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.
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 załącznika 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 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 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 dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy oraz posiadaną wiedzę i doświadczenie:

   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.
   d) **ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej** na kwotę 400 000,00 (słownie: czterysta tysięcy) zł 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. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa jeden z konsorcjantów.
   e) **umowę konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowa cywilno-prawna ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

9. Do oferty należy dołączyć szczegółową koncepcję realizacji kampanii zawierającej następujące elementy:

9.1 Koncepcja komunikacji wraz z następującymi pozycjami:

a. 1 propozycja reklamy prasowej w „Akademia kulinarna";
b. 1 propozycja banneru internetowego na branżowych portalach;
c. ogólna propozycja kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji wraz z przykładowym key visualem;
d. ogólna propozycja promocji wyżej wspomnianych produktów na eventach Chefs Only w ramach pakietu partnera wydarzenia;
e. ogólna propozycja promocji w/w produktów w konkursie Archimagirus w ramach pakietu partnera wydarzenia;
f. ogólna propozycja koncepcji szkoleń dla restauracji.

9.2 Propozycja ekspansji na rynku usług gastronomicznych kulinarnego mięsa wieprzowego wyprodukowanego w polskim systemie jakości żywności powinna zawierać informacje takie jak:

a. planowana ilość restauracji, do których dotrzeć mają informacje o w/w produktach
b. segment rynku gastronomicznego, do którego kierowana będzie oferta
c. lokalizacja ogólna docelowego segmentu lokali gastronomicznych
d. planowana ilość lokali, która przystąpi do projektu i wprowadzi w menu certyfikowane kulinarne mięso wieprzowe.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzania modyfikacji w ramach koncepcji i propozycji objętych wybraną ofertą.

VIII. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 01/02/2022"** 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 4 marca 2022 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. Ofertę w formie elektronicznej należy przesłać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 01/02/2022" w terminie do dnia 4 marca 2022 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 załącznika, 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 następującymi **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	**50**
2. JAKOŚĆ KONCEPCJI KOMUNIKACJI	**30**
3. PROPOZYCJA EKSPANSJI NA RYNKU GASTRONOMICZNYM	**20**

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:

$$C = \frac{C\,min}{Cx} \times 50\ pkt$$

gdzie:
C – liczba punktów za kryterium „cena";
C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;
Cx – cena oferty badanej.

3.2. **JAKOŚĆ KONCEPCJI KOMUNIKACJI -** w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 30 pkt) w oparciu o następujące kryteria:

1.	Propozycja reklamy prasowej w „Akademia kulinarna"	**1-5 pkt**
2.	propozycja banneru internetowego na branżowych portalach	**1-5 pkt**
3.	ogólną propozycję kompletu materiałów informacyjnych dla restauracji wraz z przykładowym key visualem	**1-5 pkt**
4.	ogólną propozycję promocji na eventach Chefs Only w ramach pakietu partnera wydarzenia	**1-5 pkt**
5.	ogólną propozycję promocji w konkursie Archimagirus w ramach pakietu partnera wydarzenia	**1-5 pkt**
6.	ogólna propozycja koncepcji szkoleń dla restauracji	**1-5 pkt**

3.3. **PROPOZYCJA EKSPANSJI NA RYNKU GASTRONOMICZNYM -** w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 20 pkt) w oparciu o następujące kryteria:

1.	planowana ilość restauracji, do których dotrze informacja o produktach	**1-5 pkt**
2.	segment rynku gastronomicznego, do którego kierowana będzie oferta	**1-5 pkt**
3.	lokalizacja ogólna docelowego segmentu lokali gastronomicznych	**1-5 pkt**
4.	planowana ilość lokali, która przystąpi do projektu	**1-5 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: 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. Przewozy osób konieczne w ramach realizacji projektu odbywać się mogą wyłącznie środkami transportu spełniającymi wymagania techniczne określone w przepisach ustawy – Prawo o ruchu drogowym z dnia 20 czerwca 1997 r. (t.j. Dz.U. z 2005, Nr 108,poz.908 z późn. zm.) i innych przepisach związanych z przewozem osób, w tym ustawy z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (t.j. Dz.U. z 2007, Nr 125, poz. 874 z późn. Zm.). Ponadto Wykonawca zapewni pasażerom bezpieczny przewóz tzn. odpowiednie warunki bezpieczeństwa i higieny. Wykonawca zapewni transport zastępczy w razie awarii pojazdu – bez dodatkowych kosztów dla Zamawiającego.
4. Wykonawca zobowiązany jest ująć koszt ubezpieczenia NNW dla uczestników każdego z wydarzeń określonych w projekcie, którego dotyczy niniejsze zapytanie ofertowe.
5. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.
6. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
7. 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.

8. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu może przebiegać w kilku etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
9. 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).
10. 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

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 01/02/2022

Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

……

……

Numer telefonu: …….. e-mail: ……

NIP……. REGON ……

W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe nr 01/02/2022

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

Lp.	Podmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1.	na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację kampanii informacyjno – promocyjnej pt. „Jakość dla gastronomii" dotyczącej kulinarnego mięsa wieprzowego wysokiej jakości certyfikowanych w krajowych systemach jakości	1		
		Razem:		

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VII 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, 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 01/02/2022

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 01/02/2022, 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.