

Warszawa, 9 lutego 2024 roku

Zapytanie ofertowe nr 02/02/2024

na realizację zadania pt. " Mięso z Polski w Republice Korei Południowej" dotyczącego wsparcia eksportu polskiego mięsa wieprzowego i drobiowego.

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 realizacja projektu „Mięso z Polski w Republice Korei Południowej” polegająca m.in. na organizacji misji gospodarczej do Korei w okresie targów Seoul Food & Hotel (czerwiec 2024) oraz study tour importerów koreańskich do Polski wraz z kampanią promocyjną w social mediach.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Korea Południowa to stabilny i dojrzały rynek ze stabilną i wysokodochodową gospodarką. Branża spożywcza wymieniana jest jako najbardziej perspektywiczny rynek pod kątem rozwoju eksportu z Polski. Ponad 70% zapotrzebowania na żywność w Korei Płd. pochodzi z importu. Korea Płd. jest ważnym partnerem handlowym Polski w Azji Wschodniej. Aktualnie trzy główne produkty importowane z UE to mięso wieprzowe, piwo oraz sery. Pomiędzy Polską a Republiką Korei podpisano szereg umów i porozumień, m.in. umowa o wolnym handlu zawarta pomiędzy UE (w tym Polską) a Koreą. FTA UE-Korea była najobszerniejszą umową o wolnym handlu, jaką kiedykolwiek negocjowała UE, w tamtym okresie - zaczęła obowiązywać w 2011 r., a także była pierwszą taką umową zawartą z państwem azjatyckim. Polscy eksporterzy są już znani partnerom koreańskim – również z działań prowadzonych przez UPEMI na tych rynkach w latach 2013-2016. Wedle danych Eurostat aktualnie wśród krajów UE głównymi eksporterami wieprzowiny (kod CN0203 są Hiszpania, Holandia oraz Austria – tabela poniżej).

Reporters	Export value 2020 ↓	Export value 2021 ↓	Export value 2022 ↓
Spain	175,029,303 €	390,994,394 €	441,635,127 €
Netherlands	55,035,034 €	157,870,766 €	195,893,094 €
Austria	51,643,223 €	119,913,359 €	95,042,424 €
Denmark	48,310,659 €	82,600,577 €	53,221,008 €
France	19,085,107 €	39,154,819 €	35,597,167 €

W przypadku drobiu (kod CN0207 – tabela poniżej) wartość eksportu z EU do Korei jest znikoma porównując do potencjałów rynków. Krajami, które w 2022 eksportowały najwięcej, są Dania, Szwecja i Finlandia.

Reporters	Export value 2020 ↓	Export value 2021 ↓	Export value 2022 ↓
Denmark	11,618,667 €	-	4,553,501 €
Sweden	3,701,853 €	606 €	2,743,139 €
Finland	1,377 €	-	1,592,318 €
Netherlands	209,325 €	137,418 €	206,904 €
Poland	52,577 €	-	64,534 €

Potencjał i potrzeby rynku koreańskiego w zakresie importu drobiu i wieprzowiny pokazuje skala importu tych mięs z USA. Wedle danych USDA za rok 2022 wartość eksportu tych produktów wyniosła ponad 609 mln USD. W ciągu 10 lat wartość eksportu w/w

produktów z USA do Korei Płd. wzrosła o 121%.

24.02.2023 r. władze koreańskie zaakceptowały wzory świadectw zdrowia dla mięsa wieprzowego i drobiowego eksportowanego z Rzeczypospolitej Polskiej do Republiki Korei. Eksport będzie mógł być realizowany po zatwierdzeniu polskich zakładów przez stronę koreańską – co buduje bardzo dobre perspektywy eksportowe dla tych mięs. Korea uznaje rygorystyczne unijne środki regionalizacji w celu zwalczania ognisk ASF oraz HPAI. Procedura otwarcia koreańskiego rynku dla polskiego mięsa jest już sfinalizowana dla mięsa wieprzowego (na dzień 6.10.2023 r. 3 polskie zakłady uzyskały uprawnienia eksportowe do RK) w listopadzie 2023 r. zaplanowany jest kolejny audyt służb koreańskich w Polsce, dzięki któremu spodziewamy się większej liczby uprawnionych zakładów produkujących wieprzowinę i drób, dla mięsa wołowego procedura może zakończyć się w 2024 roku. Państwa UE mogą obecnie łatwiej eksportować wieprzowinę i drób do Republiki Korei. Dlatego konieczne jest podjęcie w Korei działań promujących polskie mięso wśród koreańskich importerów i liderów opinii – w celu wsparcia otwarcia rynku oraz budowania obecności polskich firm.

W Korei do tej pory nie były realizowane działania informacyjno-promocyjne polskiego mięsa oprócz zrealizowanej w dniach 26.05-2.06.2023 r. wizyty studyjnej polskich eksporterów w tym kraju w celu nawiązania relacji biznesowych z potencjalnymi importerami z tego kraju.

Aby wesprzeć proces otwarcia rynku koreańskiego na polskie mięso, należy przeprowadzić w Korei Południowej odpowiednie działania informacyjno-promocyjne, które podkreślać będą zalety polskiego mięsa takie jak jego jakość i smak. Powinny się one rozpocząć od budowania bezpośrednich relacji podczas wydarzeń takich jak misje i konferencje.

Działania prowadzone w ramach Zadania pozwolą na dotarcie z pozytywnym przekazem dot. polskiego mięsa do koreańskich importerów i liderów opinii, tym samym umożliwiając polskim firmom mięsnym osiągnięcie sukcesu na koreańskim rynku.

CELE KAMPANII I EFEKTYWNOŚĆ

I. CELE GŁÓWNE

Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego:

1. Wsparcie eksportu wieprzowiny poprzez prowadzenie działań promocyjno-informacyjnych na rynkach krajów trzecich oraz rynku unijnym, w tym finansowanie lub współfinansowanie działań promocyjno-informacyjnych kwalifikujących się do uzyskania na ich realizację wsparcia ze środków UE.

Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego:

1. Wzrost konkurencyjności polskiego drobiu oraz produktów z niego przetworzonych na rynku światowym oraz stworzenie pozytywnych warunków dla rozwoju eksportu.
2. Kształtowanie pozytywnego wizerunku i rozpoznawalności polskiego drobiu (Polski Drób / Polish Poultry) oraz polskich produktów rolno-spożywczych, w tym produktów, lokalnych, regionalnych i tradycyjnych (Polska Smakuje / Poland Tastes Good) na rynkach krajowych i zagranicznych.
3. Aktywne wsparcie rozwoju eksportu zarówno na rynki państw UE, jak i krajów trzecich oraz rozwój relacji biznesowych z obecnymi i potencjalnymi kontrahentami przez:
 - ✓ wykorzystanie środków z UE;
 - ✓ Zabezpieczenie interesów polskiej branży drobiarskiej na forum światowego handlu drobiem;
 - ✓ Powołanie centrum analiz lub stworzenie mechanizmu stałej obserwacji zmian i trendów rynkowych.

II. CELE SZCZEGÓŁOWE KAMPANII

- ✓ zbudowanie do końca realizacji bazy zawierającej kontakt do min. 50 importerów wieprzowiny i drobiu na rynku koreańskim oraz przynajmniej jednokrotny bezpośredni kontakt (spotkanie, mail) z każdym z importerów oceniane w następujący sposób:
- ✓ w przypadku grupy TG2 obecnych na zorganizowanych w ramach zadania wydarzeniach, uzyskanie oceny satysfakcji z udziału w targach na poziomie co najmniej 4, w skali 1-5, grupa badawcza n=28 (dwie tury n=6 po działaniu 6.1 oraz n=22 po działaniu 6.2);
- ✓ w przypadku TG1 uzyskanie oceny satysfakcji z udziału w działaniu 6.2 na poziomie co najmniej 4, w skali 1-5, grupa badawcza n=5
- ✓ organizacja wizyt dla koreańskiej delegacji w min. 1 zakładzie produkcyjnym wieprzowinę oraz 1 drób w Polsce
- ✓ kampanią na przejścia na stronę www (kliknięcia linku) za pośrednictwem portalu Facebook i lub Instagram (w zależności od aktualnej optymalizacji konwersji kampania będzie realizowana albo za pośrednictwem obu portalu albo jednego na platformie Meta, do której należą Facebook i Instagram) – zasięg łączny min. 160 000

1. KOŃCOWE EFEKTY DZIAŁANIA

- ✓ zbudowanie nowych, aktualnych i bezpośrednich relacji z koreańskimi importerami w celu wzmocnienia pozycji konkurencyjnych polskich firm na rynku Korei Płd.
- ✓ poszerzenie wiedzy o rynku Korei Płd. wśród przedstawicieli grupy TG2 – aby umożliwić im lepsze dopasowanie oferty do ww. rynku, a tym samym wprzeć pozycję konkurencyjną polskiego drobiu i wieprzowiny.

GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII

TG1 – Profesjoniści w Korei Płd: bezpośredni importerzy mięsa wieprzowego i drobiu, dystrybutorzy i sieci dystrybucji, hurtownicy, liderzy opinii (dziennikarze, przedstawiciele organizacji branżowych i stowarzyszeń wspierających import w Korei Płd., jednostki rządowe i inne instytucje odpowiedzialne za import żywności).

TG2 – Producenci w Polsce: przedstawiciele zakładów mięsnych z branży drobiowej i wieprzowej, którzy planują eksportować swoje produkty do Korei Płd.

TG1 – Charakterystyka: Specyficzną cechą kontrahentów z Azji jest silna potrzeba bezpośredniego kontaktu z przedstawicielami firm, z którymi chcą nawiązać relacje handlowe i jakiegokolwiek stosunki biznesowe. Za kluczowe należy zatem uznać działania, które umożliwiają pozyskanie wiedzy dot. jakości polskiego mięsa, jego cen oraz budowanie bezpośredniej wiedzy dot. zasad i możliwości eksportu. Wedle danych z raportu Digital 2023 South Korea aż 92% obywateli tego kraju korzysta z social mediów. Po najpopularniejszym w tym kraju komunikatorze i kanale social mediowych KakaoTalk (85,1% użytkowników w społeczeństwie) – do najpopularniejszych kanałów SM należą Instagram (62,7%) oraz Facebook (47%). Jednocześnie to Facebook jest w Korei głównym źródłem ruchu (przekierowań) w do stron www (94,74% pochodzi z tego kanału).

TG2 – Charakterystyka: Przedstawiciele polskich zakładów przed rozpoczęciem eksportu do Korei Płd. potrzebują zapoznać się z aktualnymi oczekiwaniami konsumentów, sytuacją rynkową oraz oczekiwaniami eksporterów. Grupa ta ogranicza się do kilkuset osób, z których większość znajduje się w zakładach będących członkami UPEMI.

DZIAŁANIA STANOWIĄCE PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Wyjazd na 6-cio dniową misję do Korei w okresie między kwietniem a lipcem 2024 oraz 6-cio dniowa misja do Polski w okresie między sierpniem a listopadem 2024.

W ramach Zadania zorganizowane zostaną następujące działania:

1. Udział polskich eksporterów (8 osób = 6 ekspertów, 1 kucharz, 1 opiekun grupy) w misji do Korei Płd. – połączonej z organizacją konferencji i lunchu lub wieczornego bankietu. Konferencja została połączona z organizacją sesji spotkań bezpośrednich B2B (po konferencji) lub – alternatywnie – spotkania B2B zostaną zorganizowane w siedzibach firm, tj. potencjalnych eksporterów. W misji udział wezmą ponadto 1 kucharz, który przeprowadzi pokaz kulinarny podczas konferencji lub bankietu/lunch pod konferencji oraz 1 opiekun grupy
2. Organizacja misji przyjazdowej do Polski dla 5 importerów z Korei Płd. – połączona z wizytami w zakładach wieprzowych i drobiowych oraz organizacją konferencji, na której przedstawiona zostanie specyfikacja koreańskiego rynku.

Jako działania uzupełniające zaplanowano:

1. Przygotowanie i utrzymanie serwisu www – strona zostanie postawiona w utrzymywanej przez Zamawiającego domenie meatfromeurope.eu (dotychczasowa treść strony ulegnie archiwizacji). W ramach działania: zostaną opracowane treści na serwis www (jęz. polski i koreański), przeprowadzone zostaną prace programistyczne i graficzne, nastąpi adaptacja logo do formy bardziej uniwersalnej (aktualne logo dot. wyłącznie wieprzowiny i wołowiny). Na stronie, poza zaktualizowaną treścią, opublikowane zostaną newsy z wydarzeń tłumaczone na język koreański (min. 6 aktualizacji). Za pomocą Google Analytics będzie można określić źródła ruchu na stronie, stosunek urządzeń mobilnych do urządzeń stacjonarnych, dane geograficzne oraz średni czas spędzony na stronie przez użytkowników.
2. Kampanię reklamową w serwisach Facebook i Instagram – celem działania będzie zbudowanie zasięgu strony www i przekierowanie osób z grupy TG1 na stronę www.
3. Produkcja materiałów informacyjnych i promocyjnych – działanie uzupełniające i wspierające dla działań eventowych (misje do Korei i do Polski):
 - ✓ opracowaniu mini broszury informacyjne. dot. polskiego mięsa (4 strony A4, nakład 400 szt.)

- ✓ produkcja 4 roll-up, które zostaną wykorzystane podczas obu wydarzeń eventowych – misji do Korei i do Polski
- ✓ produkcja zestawów prezentowych VIP do wykorzystania podczas obu wydarzeń eventowych – misji do Korei i do Polski.

Wszystkie materiały promocyjno – informacyjne powinny posiadać informację o finansowaniu zgodną z Rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 czerwca 2023 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1122) - <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2023/1122>

Pliki logotypu funduszy promocji, w wersji kolorowej oraz achromatycznej można pobrać ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktow-rolno-spozywczych>

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2024 r.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **1 053 098,40 zł (słownie: jeden milion pięćdziesiąt trzy tysiące dziewięćdziesiąt osiem złotych i 40 groszy) brutto.**

Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia ¹	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów			
		ilość	cena jednostkowa	Łącznie netto	Łącznie brutto
reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Kampania reklamowa w serwisach Facebook / Instagram (promocja strony www) - opracowanie treści min. 4 posty, grafika, realizacja kampanii zasięgowej – min. zasięg łączny 160 000	1	73 866,00 zł	60 053,66 zł	73 866,00 zł
organizacja szkoleń i konferencji	Wynajem sali z odpowiednim wyposażeniem AV w Korei	1	20 664,00 zł	16 800,00 zł	20 664,00 zł
	Wynajem sali z odpowiednim wyposażeniem AV w Polsce	1	11 808,00 zł	9 600,00 zł	11 808,00 zł
	Wynagrodzenie 2 prelegentów - przygotowanie i przeprowadzenie prezentacji w Polsce	2	7 380,00 zł	12 000,00 zł	14 760,00 zł
	Przerwa kawowa podczas warsztatów + lunch po wydarzeniu - zakup odpowiednich produktów i wynajem sprzętu kulinarnego (talerze, bemaary, etc.) w Korei	50	907,74 zł	36 900,00 zł	45 387,00 zł
	Przerwa kawowa podczas warsztatów + lunch po konferencji	40	472,32 zł	15 360,00 zł	18 892,80 zł
prowadzenie serwisu internetowego	Budowa strony www - opracowanie treści na serwis www (w tym honoraria dwóch ekspertów), tłumaczenie na koreański	1	29 520,00 zł	24 000,00 zł	29 520,00 zł
	przygotowanie serwisu www (prace programistyczne i graficzne) - adaptacja strony meatfromeurope, opracowanie treści, aktualizacja logo, przygotowanie strony w polskiej oraz koreańskiej wersji językowej	1	41 328,00 zł	33 600,00 zł	41 328,00 zł

	aktualizacje strony www podczas realizacji działania - opracowanie newsów / ew. stosowne aktualizacje treści dot. zmiany sytuacji rynkowych	2	7 380,00 zł	12 000,00 zł	14 760,00 zł
	webmastering - 6 miesięcy	6	1 476,00 zł	7 200,00 zł	8 856,00 zł
publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	przygotowanie materiałów promocyjnych - broszura (KOREAŃSKO-ANGIELSKA) - 300 szt. (projekt graficzny, treść, tłumaczenie, redakcja, druk)	1	26 568,00 zł	21 600,00 zł	26 568,00 zł
	projekt, produkcja i transport roll-up - 1 projekt - 2 wersje językowe - koreańska 2 szt. i angielska 2 szt.	4	2 952,00 zł	9 600,00 zł	11 808,00 zł
wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Transporty w Korei (transfery z /na lotnisko, przejazdy na miejscu na spotkania i wydarzenia, store-check)	1	29 815,20 zł	24 240,00 zł	29 815,20 zł
	tłumacz grupy w Korei - 5 dni	5	9 594,00 zł	39 000,00 zł	47 970,00 zł
	organizacja spotkań B2B w sklepach lub podczas/po konferencji w Korei	1	23 432,98 zł	19 051,20 zł	23 432,98 zł
	wizy (K-ETA ok. 98,435 USD/os)	8	430,73 zł	2 801,50 zł	3 445,84 zł
	Wynagrodzenie kucharza za przygotowanie pokazu kulinarnego - wraz z kosztami zakupu produktów i realizacją pokazu w Korei (prezentacja produktów z drobiu oraz z wieprzowiny)	1	36 900,00 zł	30 000,00 zł	36 900,00 zł
	Obsługa lokalnej agencji - zaproszenie gości, follow-up, umówienie spotkań B2B w Korei	1	45 756,00 zł	37 200,00 zł	45 756,00 zł
	Obsługa lokalnej agencji – hostessy w Korei	2	2 066,40 zł	3 360,00 zł	4 132,80 zł
	Obsługa lokalnej agencji – fotograf w Korei	1	3 690,00 zł	3 000,00 zł	3 690,00 zł
	Obsługa lokalnej agencji - diety, transporty, zakwaterowanie w Korei	1	8 856,00 zł	7 200,00 zł	8 856,00 zł
	Tłumaczenie podczas konferencji oraz spotkań B2B w Korei	1	17 594,00 zł	14 304,07 zł	17 594,00 zł
	Transport po Polsce + transfery z i na lotnisko	1	41 328,00 zł	33 600,00 zł	41 328,00 zł
	Tłumacz/Tłumacze - 6 dni w Polsce	6	5 904,00 zł	28 800,00 zł	35 424,00 zł
	organizacja wieczornego bankietu w Polsce	1	23 985,00 zł	19 500,00 zł	23 985,00 zł
	Organizacja wizyt w zakładach - przygotowanie informacji o zakładach, ustalenia robocze dot. spotkań, diety i noclegi dla ew. opiekunów grupy, kierowców lub tłumaczy w Polsce	1	4 428,00 zł	3 600,00 zł	4 428,00 zł
	Obsługa lokalnej agencji - zaproszenie gości, follow-up, umówienie spotkań B2B	1	11 808,00 zł	9 600,00 zł	11 808,00 zł
	Tłumaczenie podczas warsztatów oraz sesji B2B w Polsce	1	12 718,00 zł	10 339,84 zł	12 718,00 zł
	opracowanie raportów z kampanii social media, ankiet po wydarzeniach	1	14 760,00 zł	12 000,00 zł	14 760,00 zł
	wynagrodzenie zewnętrznej agencji marketingowej lub PR za koordynację realizacji zadania	1	147 500,54 zł	119 919,14 zł	147 500,54 zł

	produkcja zestawów VIP do wykorzystania podczas wydarzeń - 100 szt.		100	324,72 zł	26 400,00 zł	32 472,00 zł
koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu	podróży samolotem w klasie ekonomicznej, koleją lub innym publicznym środkiem transportu w I lub II klasie	Przeloty Polska / Korea / Polska	8	11 070,00 zł	72 000,00 zł	88 560,00 zł
		Przeloty Korea / Polska / Korea	5	11 070,00 zł	45 000,00 zł	55 350,00 zł
	zakwaterowania	Zakwaterowanie w Korei, 5 nocy * 8 osób (w tym: 6 ekspertów-przedstawicieli firm, 1 kucharz oraz 1 opiekun-koordynator grupy) / przyjęte 170 EUR za osobę	40	781,56 zł	25 416,59 zł	31 262,40 zł
		Zakwaterowanie w Polsce 5 nocy * 5 osób	25	480,00 zł	9 756,10 zł	12 000,00 zł
	pobytu w miejscu realizacji operacji, w tym wyżywienia, przejazdów, połączeń telefonicznych	Diety (46 euro/os/dobę) 8 osób	8	211,48 zł	1 375,48 zł	1 691,84 zł
SUMA					856 177,56	1 053 098,40

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

- 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. 70¹ - 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
- Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
 - opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - komisyjne otwarcie ofert,
 - ocenę złożonych ofert,
 - wybór najkorzystniejszej oferty.
- Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- 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.
- Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
- Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

- O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - nie podlegają wykluczeniu
 - 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:
 - 4.1 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;
 - 4.2 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
 - 4.3 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
 - 4.4 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z załącznikiem nr 1 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w rozdziale VIII;
 - 4.5 Oferentów, będących osobą fizyczną, która:
 - a) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
 - b) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
 - c) jest upoważniona do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
 - d) powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
 - e) jest powiązana osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
 - f) pozostaje w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt a-e;
 - 4.6 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.
 - 4.7 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.

VII. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:

1. Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów ZO, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami ZO;
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 przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym Zapytaniu ofertowym;
6. Oferta zawiera rażąco niską cenę zgodnie z rozdz. XI pkt. 3 niniejszego Zapytania ofertowego.

VIII. 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. 8.1 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, poświadczane 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 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.
- c) **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.
- 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) **umowę konsorcjum** (jeżeli dotyczy) – umowa cywilno-prawna ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

8.2 Koncepcję realizacji zamówienia obejmującą następujące elementy:

- 8.2.1 projekt strony internetowej kampanii obejmujący propozycję treści oraz layout graficzny;
- 8.2.2 projekt broszury promocyjnej obejmujący propozycję treści oraz projekt graficzny;
- 8.2.3 szczegółową propozycję koncepcji misji gospodarczej do Korei i study tour do Polski.

IX. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 02/02/2024”** 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 26 lutego 2024 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 lub podpisanych podpisem kwalifikowalnym w pliku / plikach pdf. Ofertę w formie elektronicznej należy przesać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 02/02/2024 w terminie do dnia 26 lutego 2024 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

X. 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	45
2. KONCEPCJA STRONY INTERNETOWEJ	15
3. KONCEPCJA BROSZURY PROMOCYJNEJ	15
4. KONCEPCJA MISJI GOSPODARCZEJ I STUDY TOUR	25

- 3.1. **CENA** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 45 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C \text{ min}}{C_x} \times 45 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- 3.2. **KONCEPCJA STRONY INTERNETOWEJ** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów, maksymalnie 15, biorąc pod uwagę następujące elementy:
- ✓ funkcjonalność interfejsu strony,
 - ✓ atrakcyjność layoutu graficznego,
 - ✓ zgodność koncepcji z celami projektu
 - ✓ merytorykę zaproponowanych treści.
- 3.3. **KONCEPCJA BROSZURY PROMOCYJNEJ** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów, maksymalnie 15, uwzględniając następujące elementy:
- ✓ atrakcyjność graficzną broszury,
 - ✓ spójność z założeniami projektu,
 - ✓ merytorykę zaproponowanych treści.
- 3.4. **KONCEPCJA MISJI GOSPODARCZEJ I STUDY TOUR** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów, maksymalnie 25, w oparciu o następujące elementy:
- ✓ Zakres, jakość merytoryczna i atrakcyjność propozycji misji,
 - ✓ Zakres, jakość merytoryczna i atrakcyjność propozycji study tour.

XI. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
2. Zamawiający w celu ustalenia czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia może zwrócić się do każdego Oferenta o udzielenie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania od każdego Oferenta, którego oferta może zawierać rażąco niską cenę, wyjaśnień, w tym złożenia dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu, lub ich istotnych części składowych. Zamawiający oceniając złożone wyjaśnienia, weźmie pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności: ekonomię metody wykonania zamówienia, zaproponowane rozwiązania, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, oryginalność projektu Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie złoży wyjaśnień we wskazanym przez Zamawiającego terminie (w tym nie przedstawi we wskazanym przez Zamawiającego terminie wymaganych dokumentów) lub jeżeli Zamawiający oceni, że wyjaśnienia wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzają, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.
3. Wybór i ogłoszenie wybranego Oferenta nastąpi w terminie do 10 dni roboczych liczonych od dnia po dniu zakończenia przyjmowania ofert.
4. Zamawiający poinformuje Oferentów, którzy złożyli oferty o wyborze najkorzystniejszej oferty w zamówieniu.

XII. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO

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

XIII. 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. 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, przygotowaniem 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.

XIV. 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 02/02/2024

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	realizacja zadania pt. " Mięso z Polski w Republice Korei Południowej" dotyczącego wsparcia eksportu polskiego mięsa wieprzowego i drobiowego	1		
Razem:				

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VIII ppkt. 8.2 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, 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 02/02/2024

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 02/02/2024, 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.