

Zaproszenie do udziału w postępowaniu przetargowym SIWZ z dnia 12.12.2024 r.

Warszawa dnia 12 grudnia 2024 r.



SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „A DROP OF EXCELLENCE. EUROPEAN HIGH QUALITY MILK AND DAIRY” („DROP OF EXCELLENCE”) na rynkach Korei Południowej i Wietnamu

ZAMAWIAJĄCY:

POLSKA FEDERACJA HODOWCÓW BYDŁA I PRODUCENTÓW MLEKA (PFHBiPM)

ul. Żurawia 22 , 00-515 Warszawa

Tel./fax.: +48 22 502-33-43, +48 22 502-33-17/ e-mail: sekretariat@pfhb.pl

Osoby do kontaktu:

Mieczysław Klupczyński (Koordynator Programu)

Dorota Grabarczyk (Zastępca Koordynatora)

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

POLSKA FEDERACJA HODOWCÓW BYDŁA I PRODUCENTÓW MLEKA (PFHBiPM) jest jedyną ogólnokrajową organizacją branżową hodowców bydła i producentów mleka w Polsce, działającą na podstawie przepisów ustawy z dnia 8 października 1982 r. o społeczno-zawodowych organizacjach rolników indywidualnych (Dz. U. z 2024 r. poz. 263 ze zm.). Utworzona została w 1995 roku na skutek oddolnego ruchu hodowców bydła i producentów mleka, którym przyświecała idea decentralizacji i pełnego uspołecznienia hodowli w Polsce. Jest organizacją niezależną, dobrowolną i samorządną, zrzeszającą 11 000 członków, skupionych w 21 związkach regionalnych i rasowych, w całej Polsce. Hodowcy zrzeszeni w Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka, to hodowcy indywidualni, gospodarstwa państwowe, spółki Skarbu Państwa i prywatne, gospodarstwa spółdzielcze i dzierżawione. Od dnia 1 lipca 2006 r. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka ma swoją reprezentację we wszystkich województwach w kraju. Produkcja mleka od krów prowadzona przez PFHBiPM stanowi blisko 60% skupu mleka krajowego. Od 1 lipca 2004 roku, Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka w Warszawie jest jedynym w Polsce podmiotem upoważnionym przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi do prowadzenia ksiąg dla bydła hodowlanego ras mlecznych. Od 1 lipca 2006 roku PFHBiPM w Warszawie, na podstawie decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, przejęła realizowanie zadań z zakresu oceny wartości użytkowej bydła, Od 1 lipca 2007 roku, Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka w Warszawie, przejęła również realizowanie zadań z zakresu oceny typu i budowy pierwiastek i krów ras mlecznych.

Cele

Głównym celem Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka jest reprezentowanie interesów i obrona praw swoich członków, w tym między innymi podejmowanie strategicznych działań, związanych z hodowlą bydła i produkcją mleka, wspieranie hodowli bydła i produkcji mleka oraz czynienie starań o rynki zbytu dla materiału hodowlanego i produktów pochodzących od bydła.

Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka pracuje na terenie całej Polski. Biura podzielone są na 4 Regiony Oceny (Polska podzielona jest na 4 regiony produkcji mleka), w ramach których funkcjonuje 12 jednostek terenowych naszej organizacji. PFHBiPM posiada: 4 laboratoria analiz mleka, 2 laboratoria analiz pasz, 1 laboratorium Genetyki Bydła, 4 stacje kalibracji, 1 Centrum Genetyczne (świadczy usługi dla całej Polski). Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka jest członkiem oraz współpracuje z wymienionymi organizacjami: Światowa Federacja Holsztyńsko-Fryzyska (WHFF), Europejska Konfederacja Holsztyńskiego Bydła Czarno-Białego i Czerwono-Białego (EHRC), Europejska Federacja Simentalska (ESF), Światowa Federacja Hodowców Bydła Simentalskiego (WSFF), Europejski Związek Hodowców Ras Czerwonych (ERDBA), Międzynarodowa Federacja Hodowców Ras Czerwonych (IRDBF), Międzynarodowy Komitet do Spraw Oceny Użytkowości Zwierząt (ICAR), Podkomitet ICAR ds. międzynarodowej oceny genetycznej buhajów INTERBULL, EuroGenomics, Komisja Europejska (ekspert w grupie dialogu obywatelskiego), COPA-COGECA (przedstawiciel jest wiceprzewodniczącą Grupy Roboczej „Mleko i produkty mleczne”), FIL/IDS (wiceprzewodniczącą polskiego komitetu), Konsorcjum Genomika Polska.

Opis produktów

Mleko i przetwory mleczne z Polski jako kraju Unii Europejskiej. Polska jest jednym z liderów produkcji mleka w Unii Europejskiej i utrzymuje mocną pozycję na rynku mleka w Europie. Produkcja na poziomie 14 mld litrów mleka daje nam czołowe 3 miejsce we Wspólnocie Europejskiej i dwunaste na świecie. Od wielu lat odnotowywany jest systematyczny wzrost

skupu mleka. Według najnowszych raportów, w grupie dużych producentów mleka, spośród krajów, które przystąpiły do UE po 2004 r. w Polsce odnotowywany jest największy wzrost skupu.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów art. 70¹ -70⁵ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2024 r. poz. 1061 ze zm.) z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

2.2. Program realizowany będzie w ramach programów prostych „Działania informacyjne i promocyjne, dotyczące produktów rolnych wdrażane na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich, zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1144/2014”. Szczegółowe zasady ubiegania się o dofinansowanie ze środków UE i rozliczania programu określają:

- a. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych, dotyczących produktów rolnych, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz. Urz. UE L 317 z 4.11.2014, str. 56);
- b. Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych, dotyczących produktów rolnych, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str. 3);
- c. Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych, dotyczących produktów rolnych, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str.14).
- d. Wskazówki dotyczące procedury konkursowej z dnia 7 lipca 2016 r. określone przez Komisję Europejską w dokumencie o sygnaturze DDG1.B5/MJ/db D(2016)3210777.
- e. Tytułu VII rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE, Euratom) 2018/1046 z dnia 18 lipca 2018 r. w sprawie zasad finansowych mających zastosowanie do budżetu ogólnego Unii, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1296/2013, (UE) nr 1301/2013, (UE) nr 1303/2013, (UE) nr 1304/2013, (UE) nr 1309/2013, (UE) nr 1316/2013, (UE) nr 223/2014 i (UE) nr 283/2014 oraz decyzję nr 541/2014/UE, a także uchylające rozporządzenie (UE, Euratom) nr 966/2012.

2.3. Postępowanie przeprowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

- a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert:
 - na stronie Zamawiającego tj. www.pfhb.pl
 - na stronach polskiego portalu ogłoszeń przetargowych tj. www.biznes-polska.pl
 - wysłanie pocztą elektroniczną, na adres mailowy, zapytania do co najmniej 3 potencjalnych oferentów,
- b. komisyjne otwarcie ofert,
- c. weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych i ocenę złożonych ofert przez Komisję oceniającą,
- d. składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen,
- e. wybór najkorzystniejszej oferty,

- f. powiadomienie Oferentów, o wyborze najkorzystniejszej oferty, które nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego tj. www.pfhb.pl, a także na stronie www.biznes-polska.pl
- 2.4. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- 2.5. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- 2.6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- 2.7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- 2.8. Zamawiający zastrzega sobie prawo, do unieważnienia procedury przetargowej, na każdym etapie jej trwania, bez podania przyczyny lub wydłużenia terminów określonych w pkt. 12 niniejszego dokumentu, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- 2.9. Oferenci mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. Oferenci występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy, w przypadku, wyboru ich Oferty.
- 2.10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszym dokumencie, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- 2.11. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.
- 2.12. Oferenci zobowiązani są, zarówno na etapie ofertowym, jak i po podpisaniu umowy, do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:
 - a. wszystkie wykorzystane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. WSPÓLFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW UNIJNYCH]:



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Emblemat musi stanowić odrębny i niezależny element i nie może być modyfikowany, przez dodanie innych znaków wizualnych, marek lub tekstu. Oprócz emblematu nie można wykorzystywać żadnej innej identyfikacji wizualnej ani logo do podkreślenia wsparcia UE. W połączeniu z innymi znakami graficznymi (np. logo beneficjentów lub sponsorów) emblemat musi być widoczny, co najmniej tak dobrze jak inne znaki. W przypadku mediów wizualnych emblemat i tekst należy umieścić w widoczny sposób na początku, w trakcie lub na końcu przekazu. W przypadku mediów audio tekst musi być wyraźnie słyszalny na końcu przekazu. Na potrzeby wywiązania się z niniejszego obowiązku, beneficjent (Zleceniodawca) może wykorzystać emblemat UE, bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody Komisji. Nie oznacza to jednak przyznania mu prawa do jego wykorzystywania na zasadzie wyłączności.

- b. Wszystkie materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem:

Zaproszenie do udziału w postępowaniu przetargowym SIWZ z dnia 12.12.2024 r.

„Treść niniejszej kampanii odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autora i podlega jego wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w kampanii informacji.”

- c. Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem

„Enjoy, it's from Europe!” (tłum. „Smacznego, to z Europy”).



który musi być:

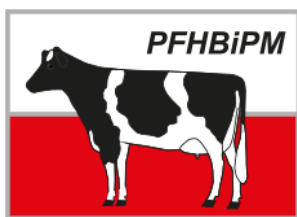
- napisany w języku angielskim, z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
- umieszczony pionowo;
- kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60);
- wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje.

Szczegółowe instrukcje, w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it's from Europe” dostępne są pod następującym linkiem: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-on-the-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>

2.13. Działania informacyjne i promocyjne nie mogą być ukierunkowane na pochodzenie. Oferenci, zarówno na etapie ofertowym, jak i po podpisaniu umowy, w przypadku zamieszczenia na materiałach informacyjnych i promocyjnych pochodzenia (tj. tekstu lub symbolu odnoszącego się do pochodzenia), zobowiązani są do zachowania zasad określonych w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.2 powyżej

2.14. Ponadto Oferenci zobowiązani są, zarówno na etapie postępowania jak i po podpisaniu umowy:

- a. do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej w angielskiej wersji językowej:



POLISH FEDERATION
OF CATTLE BREEDERS
AND DAIRY FARMERS

- b. do uwzględnienia na wybranych materiałach informacyjnych i promocyjnych, powierzchni do zaprezentowania znaków handlowych (co najmniej 5 znaków), zgodnie z warunkami określonymi w rozporządzeniach wskazanych w ppkt. 2.2 powyżej, w szczególności w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiającym zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych, dotyczących produktów rolnych, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz w art. 17 Wzoru umowy o udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych, stanowiącego zał. nr 4 do niniejszego SIWZ.

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

Opracowanie kreacji oraz wdrożenie i realizacja trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „A DROP OF EXCELLENCE. EUROPEAN HIGH QUALITY MILK AND DAIRY” („DROP OF EXCELLENCE”) prowadzonej na rynkach Korei Południowej i Wietnamu, zgodnie z opisem programu stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszej SIWZ.

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Suma kosztów przygotowania i realizacji wszystkich działań, opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię, wynoszą łącznie **1 894 590,00 euro netto**. Do wskazanej kwoty, należy doliczyć podatek od towarów i usług, w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług. Wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię może stanowić maksymalnie 18% kosztów przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ.

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

Po rozliczeniu każdego z okresów rozliczeniowych programu, przez Europejską Agencję Wykonawczą ds. Badań Naukowych (REA), za nieprawidłowo zrealizowane działania, których koszty zostały uznane za niekwalifikowalne, Wykonawca wystawi Zamawiającemu faktury korygujące – pomniejszające kwoty należności o koszty uznane za niekwalifikowalne - w stosunku do uprzednio wystawionych faktur VAT.

5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Zamówienie realizowane będzie w okresie 36 miesięcy. Planowany termin rozpoczęcia realizacji od dnia 1 marca 2025 do 31 marca 2028 określonego w umowie o udzielenie dotacji, zawartej pomiędzy Zamawiającym a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

6.1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:

- a. nie podlegają wykluczeniu;
- b. spełniają warunki udziału w postępowaniu;
- c. nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.

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

6.2. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno- prawne:

- 6.2.1. Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu przepisu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2024 r. poz. 236 ze zm.).
- 6.2.2. Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy;
- 6.2.3. Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
- 6.2.4. Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
- 6.2.5. W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga aby:
 - a. złożyli umowę ustanowienia Konsorcjum (umowa konsorcjum) określająca co najmniej: wskazanie Lidera Konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.
 - b. ustanowili pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie Zamówienia.

6.3. WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:

- 6.3.1. zrealizował **co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), która miała budżet co najmniej 5 mln PLN brutto, oraz była przeprowadzona za granicą, w tym w co najmniej w jednym kraju trzecim.
- 6.3.2. zrealizował **co najmniej 2 kampanie** o wartości powyżej 1 mln euro brutto każda, z których każda obejmowała lub obejmuje, co najmniej: przygotowanie kreacji, emisję reklam w prasie, prowadzenie działań public relations; kampanię internetową, organizację spotkań o charakterze B2B;
- 6.3.3. zrealizował, co najmniej 2 wydarzenia o charakterze study tour dla około 10 osób każde;
- 6.3.4. zrealizował, co najmniej 5 wydarzenia o charakterze wystawienniczym (targi) na rynku lub rynkach zagranicznych;

W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, tzn. że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

6.4. WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującym zespołem:

- 6.4.1. Osoba zarządzająca projektem** — min. 5 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 1 kampanią promocyjną realizowaną na rynkach zagranicznych, w tym w krajach trzecich, biegle posługuje się językiem angielskim.
- 6.4.2. Osoba odpowiedzialna za organizację targów i eventów** — min. 5 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizowała (tj. samodzielnie przygotowała oraz była osobiście obecna podczas wydarzenia) minimum 3 wydarzenia o charakterze targowym/seminariów/kongresów/misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnymi); posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.4.3. Osoba specjalizująca się w public relations** - min. 3 lat doświadczenia zawodowego w zakresie public relations; zrealizowała samodzielnie lub nadzorowała działania public relations na minimum 2 rynkach zagranicznych — poprzez realizację działań public relations, obejmujących co najmniej: opracowywanie i dystrybucję informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługuje się biegle językiem angielskim.
- 6.4.4. Osoba specjalizująca się w kreacji** — przygotowała samodzielnie lub nadzorowała przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikiem) dla co najmniej 1 kampanii realizowanej na rynkach zagranicznych na rzecz branży spożywczej.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji informacji przedstawionych na temat zespołu na etapie podpisania umowy z Wykonawcą.

6.5. WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującymi zdolnościami ekonomiczno - finansowymi:

- 6.5.1.** Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w wysokości **min. 2 000 000,00 PLN** (słownie: dwa miliony złotych).
- 6.5.2. Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej.** Posiada ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w kwocie **3 000 000 PLN**. (Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej obejmującej wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie, jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego i potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie. Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych, aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni).

6.6. PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

- 6.6.1.** Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków należnych budżetowi państwa oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
- 6.6.2.** Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie było następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności;

Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed datą przystąpienia do postępowania przetargowego;

- 6.6.3.** Oferentów w stosunku do których otwarto likwidację lub, których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
- 6.6.4.** Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;
- 6.6.5.** Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- 6.6.6.** Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 8;
- 6.6.7.** Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającymi oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
- 6.6.8.** Oferentów powiązanych 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. z 2024 r. poz. 507).

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

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.

7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:

- 7.1.** Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów SIWZ, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami SIWZ;

- 7.2. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i/lub kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
- 7.3. Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
- 7.4. 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. z 2024 r. poz. 507);
- 7.5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszej Specyfikacji;

8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

8.1. WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

- 8.1.1. Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz Opisem programu, stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej specyfikacji.
- 8.1.2. Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.
- 8.1.3. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej specyfikacji muszą spełniać następujące wymogi:
 - a. oferta i wszystkie załączone dokumenty, sporządzone przez Oferenta, muszą być podpisane (na pierwszej stronie, każdego dokumentu pieczęć i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji, bądź umocowane przez te osoby, do reprezentowania Oferenta, na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;
 - b. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik, inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopii, poświadczony za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby, uprawnione do reprezentowania Oferenta;
 - c. pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii, poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczony notarialnie.
- 8.1.4. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany, powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli, w imieniu Oferenta.
- 8.1.5. Dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- 8.1.6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
- 8.1.7. We wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

- 8.1.8. Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty, Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich, do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą i na wykonywanie pozostałych praw zależnych, w zakresie związanym z podpisaną umową o udzielenie dotacji Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.
- 8.1.9. Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części oferty, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.
- 8.1.10. Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesiące. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Zamawiający ma prawo wezwać jednokrotnie Oferentów do przedłużenia terminu związania ofert o okres nie dłuższy niż 6 miesięcy.

8.2. DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

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

- 8.2.1. Formularz ofertowy stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej SIWZ. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego Lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum, zawierającą podział obowiązków pomiędzy konsorcjantów.
- 8.2.2. Wykaz kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym z ostatnich 5 lat zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczone za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użytych referencji oraz poleganiu na doświadczeniu podmiotów trzecich. Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego Zamawiającego i odbiorcę usług. Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym zgodny z załącznikiem nr 4 do SIWZ.
- 8.2.3. Wykaz osób w zespole Oferenta potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjnie opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. 6.3. SIWZ. Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii zgodny z załącznikiem nr 5 do SIWZ.
- 8.2.4. Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:
 - a. zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 2 000 000 PLN (słownie: dwa miliony złotych), wydane przez bank lub spółdzielczą kasę oszczędnościową nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. W przypadku gdy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich

konsorcjantów. Ponadto Zamawiający wymaga, aby postanowienia w przedmiotowym zakresie zostały zawarte w umowie konsorcjum;

- b. aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem;
 - c. aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem;
 - d. aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach opłacanych na rzecz budżetu państwa, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie Zamówienia, powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z innego państwa, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem;
 - e. ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, potwierdzająca, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych) oraz potwierdzenie opłacenia polisy. Jeżeli Oferenci wspólnie (np. w ramach konsorcjum) ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa Lider konsorcjum, bądź grupa konsorcjantów na wspólną kwotę równą 3 000 000,00 PLN;
 - f. oświadczenie o niewyrządzeniu szkody poprzez niewykonanie umowy lub wykonanie jej nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem postępowania. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed terminem przystąpienia do postępowania przetargowego.
- 8.2.5. Dokument potwierdzający wniesienie wadium w formie określonej w pkt. 10 niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- 8.2.6. Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy) — umowa konsorcjum ze wskazaniem Lidera Konsorcjum upoważnionego do reprezentowania Konsorcjum, szczegółowego zakresu

obowiązków każdego z konsorcjantów oraz określeniem zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

- 8.2.7. Opis działalności firmy, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.
- 8.2.8. Projekty i opis kreacji wizerunkowych wymienionych w pkt.12.1 przygotowanych na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ – Założenia strategiczne i opis kampanii.
- 8.2.9. Zmodyfikowany budżet całościowych bezpośrednich kosztów podwykonawstwa określonych w załączniku nr 1 do SIWZ, jeżeli Oferent zaproponuje całościową kwotę inną niż wartość podana w punkcie 4 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- 8.2.10. W przypadku Oferenta mającego siedzibę poza terytorium Polski, wszystkie wymagane dokumenty należy złożyć w formie odpowiedników dokumentów obowiązujących w kraju siedziby Oferenta. Dokumenty ofertowe sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- 8.2.11. Koncepcja realizacji zamówienia obejmująca następujące elementy:
 - a. koncepcję kreacji wizerunkowej produktów kampanii, zgodną z założeniami programu;
 - b. propozycję key visual wraz z przykładowymi projektami graficznymi:
 - ulotki (2 projekty),
 - broszury (2 projekty),
 - torby (2 projekty),
 - gadżetu do zestawu medialnego (3 propozycje)
 - c. propozycję koncepcji stoiska targowego dopasowanego do charakteru i potrzeb kampanii;
 - d. propozycję koncepcji strony internetowej programu wraz z przykładowym konspektem treści i grafiką.

9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

- 9.1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
- 9.2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach w pliku pdf (płyta CD lub pendrive). Oferta w wersji papierowej powinna mieć ponumerowane strony i być połączona w sposób trwały.
- 9.3. Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

„OFERTA na opracowanie kreacji oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. „A DROP OF EXCELLENCE. EUROPEAN HIGH QUALITY MILK AND DAIRY” („DROP OF EXCELLENCE”) na rynkach Korei Południowej i Wietnamu.

Nie otwierać przed godz. 10:30 w dniu 17.01.2025 r.

Dane oferenta:

- 9.4. Ofertę należy złożyć do dnia **17.01.2025 r. do godz. 10:00**, w siedzibie Zamawiającego: **Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka, adres siedziby: ul. Żurawia 22 lok. 102 (I piętro), 00-515 Warszawa**
- 9.5. **Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.**
- 9.6. **Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.**
- 9.7. Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
- 9.8. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 17.01.2025 r. o godzinie 10:30 w siedzibie Zamawiającego.**
- 9.9. Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert.
- 9.10. Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

10. WADIUM

- 10.1. Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie 50 000,00 PLN (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).
- 10.2. Wadium może być wnoszone w następujących formach:
 - a. w pieniądzu,
 - b. w gwarancjach bankowych,
 - c. w gwarancjach ubezpieczeniowych.
- 10.3. Dokument potwierdzający wniesienie wadium, w jednej z form wskazanych w pkt. 10.2. b lub c, musi być załączony do oferty w formie oryginału. Natomiast w przypadku wniesienia wadium w formie pieniądza do oferty należy załączyć potwierdzenie wpłaty środków na rachunek bankowy.
- 10.4. W przypadku wnoszenia wadium w pieniądzu kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:
Nazwa banku: Credit Agricole
Numer rachunku w formacie IBAN: PL94 1940 1210 0103 6215 0010 0100
W przelewie należy wpisać „Wpłata wadium w postępowaniu przetargowym, dotyczącym programu pt. „A DROP OF EXCELLENCE. EUROPEAN HIGH QUALITY MILK AND DAIRY” („DROP OF EXCELLENCE”)”
Dowód wniesienia wadium należy załączyć w oryginale do składanej oferty.
- 10.5. Zwrot wadium, w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi, jeżeli:
 - a. upłynął termin związania ofertą lub
 - b. zawarto umowę lub
 - c. Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub
 - d. Zamawiający nie podpisze umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR)
- 10.6. Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana, nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.

- 10.7. Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.
- 10.8. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:
- odmówi podpisania umowy,
 - zawarcie umowy stanie się niemożliwe, z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

11.KRYTERIA OCENY OFERT

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

ETAP I. – OCENA SPEŁNIENIA WYMOGÓW FORMALNO-PRAWNYCH

Ocena zostanie dokonana, poprzez weryfikację złożonych w ofercie dokumentów, niezależnie przez 4 członków Komisji Oceniającej, w oparciu o wymaganą listę dokumentów, poświadczających spełnienie warunków formalno-prawnych, wskazanych w niniejszej SIWZ. Stwierdzenie istotnych braków formalno-prawnych, np. brak jakiegokolwiek dokumentu, zaświadczenia lub oświadczenia, powoduje odrzucenie oferty, która nie będzie podlegała dalszej ocenie. W przypadku nieistotnych, z punktu widzenia jakości oferty, braków formalnych, jak np. brak wymaganego podpisu, Oferent zostanie wezwany do niezwłocznego usunięcia braku. W takim przypadku, oferta zostanie poddana dalszej ocenie. Ocena odbywa się metodą zero-jedynkową. Jeśli którykolwiek z członków Komisji Oceniającej wystawi ocenę „0” wskazującą istotny błąd formalno-prawny, to konieczna jest powtórna weryfikacja braku przez drugiego członka Komisji Oceniającej oferty w etapie I. **UZYSKANIE PRZEZ OFERTĘ WYNIKU ‘0’ PODCZAS POWTÓRNEJ WERYFIKACJI (w uzgodnionej ocenie obu członków Komisji) OZNACZA ODRZUCENIE OFERTY.**

ETAP II. – OCENA JAKOŚCIOWA OFERTY

Oferty, które pozytywnie przejdą ocenę w Etapie I, zostaną poddane ocenie jakościowej, która zostanie przeprowadzona przez co najmniej 4 członków Komisji Oceniającej.

Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

	Kryterium	Waga
K1	Kreacja wizerunkowa kampanii	25 %
K2	Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w EUR netto	50 %

K3	Efektywność wygenerowanych kontaktów w kampaniach online w ramach reklamy internetowej	25%
-----------	---	------------

Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą ogólną liczbę punktów zgodnie z poniższą metodologią:

Kryterium 1 - Kreacja wizerunkowa kampanii (K1)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty i wizualizacje.

Zamawiający przyzna punkty wedle poniższych kryteriów przyznanych przez członków komisji przetargowej na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej koncepcji wizualnej/projektu stoiska/kreacji zawartej w złożonych projektach oferty zgodnie z poniższymi obszarami:

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
<p>1. Key visual</p> <p>- przykładowe logo kampanii, przykładowy projekt reklamy outdoor, przykładowy projekt fanpage na Facebook, przykładowy projekt profilu na Instagramie, przykładowy projekt graficzny ulotki, przykładowy projekt reklamy do Internetu, przykładowy projekt graficzny katalogu, przykładowy projekt długopisu, przykładowy projekt gadżetu masowego, przykładowy projekt gadżetu biznesowego, przykładowy projekt pendrive, przykładowy projekt torby programowej</p>	<p>- dostosowanie projektu do promowanych produktów tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i rodzaju czcionek, podkreślenie walorów promowanych produktów (0-5)</p> <p>- powiązanie projektu z głównymi komunikatami i hasłami kampanii oraz dostosowanie key visualu do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-5)</p>	0-15
<p>2. Przykładowe stoisko targowe o powierzchni ok. 72 m2</p>	<p>- atrakcyjność stoiska m.in. kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych elementów zabudowy przyciągających uwagę odwiedzających (0-2)</p> <p>- funkcjonalność stoiska tj. zaprojektowanie miejsc do ekspozycji produktów, wygodny podział oraz część do rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni, zaplecze stoiska, odpowiednie rozplanowanie stref stoiska (0-3)</p>	0-5

3. Projekt strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona)	- dostosowanie zaproponowanej grafiki do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2) - atrakcyjność wizualna (m.in. kolorystyka przyciągająca uwagę, przejrzysty układ strony, innowacyjne rozwiązania zastosowane do obsługi strony przez użytkownika, innowacyjne rozwiązania przedstawianych treści (0-3)	0-5
--	--	-----

Elementy kreacji przedstawione przez Oferenta (koncepcja wizualne/projekt stoiska/kreacja) będą podlegały ocenie przez każdego z członków Komisji. *Kryterium* będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 25 pkt) dokonanej przez każdego z członków Komisji.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

Liczba punktów przyznana rozpatrywanej ofercie

$$K1 = \text{-----} \times 25 \text{ pkt}$$

Liczba punktów oferty, która otrzymała najwyższą liczbę punktów

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 25 punktów.

Kryterium 2 - Całociowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w EUR) (K2)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podane całociowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w EUR netto.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert

$$K2 = \text{-----} \times 50 \text{ pkt}$$

Koszty zaproponowane w rozpatrywanej ofercie

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 50 punktów.

Kryterium 3 - Efektywność wygenerowanych kontaktów w kampaniach online w ramach reklamy internetowej całej kampanii (K3)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o zaproponowaną przez Oferenta ilość kontaktów do wygenerowania w kampaniach online w ramach reklamy internetowej w całej kampanii mając na uwadze **wymagane minimum ilościowe** określone w załączniku nr 1 do SIWZ.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

Zaproszenie do udziału w postępowaniu przetargowym SIWZ z dnia 12.12.2024 r.

Ilość proponowanych kontaktów do wygenerowania w rozpatrywanej ofercie
(przy zachowaniu wymaganego minimum)

K3 = -----
----- X 25 pkt

Najwyższa ilość proponowanych kontaktów do wygenerowania z rozpatrywanych ofert
Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 25 punktów.

12.2. Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę (**W**) zostanie obliczona według wzoru
W= K1+ K2 + K3.

12. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- 12.1. Publikacja zaproszenia do składania ofert **12.12.2024 r.**
- 12.2. Termin na składanie ofert **17.01.2025 r. do godz. 10:00**
- 12.3. Otwarcie ofert **-17.01.2025 r. , godz. 10:30**
- 12.4. Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny **od 17.01.2025 r. do 21.01.2025 r.**
- 12.5. Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania **22.01.2025 r.** nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego www.pfhb.pl. oraz www.biznes-polska.pl

13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

- 13.1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty, wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria, określone w niniejszej SIWZ.
- 13.2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.
- 13.3. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.
- 13.4. Informacje o wyborze Wykonawcy, Zamawiający ogłosi za pomocą poczty elektronicznej wysłanej do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego www.pfhb.pl oraz www.biznes-polska.pl

14. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

- 14.1. O miejscu i terminie zawarcia umowy PFHBiPM niezwłocznie powiadomi wybranego Wykonawcę pocztą elektroniczną.
- 14.2. Warunki realizacji zamówienia zawarte są we wzorze Istotnych Postanowień Umowy stanowiących załącznik nr 3 do SIWZ.
- 14.3. Zobowiązania umowy mogą ulec zmianom w przypadku, gdy Komisja Europejska zmniejszy zakres przyznanych środków oraz zakres proponowanych działań Programu.
- 14.4. W przypadku przerwania realizacji Programu, z przyczyn nieleżących po stronie Zamawiającego, Wykonawcy nie przysługuje w stosunku do Zamawiającego żadne

roszczenie, w szczególności roszczenie o zawarcie umowy i zwrot poniesionych nakładów (w tym kosztów sporządzenia oferty).

- 14.5. Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy, zawartej w wyniku przeprowadzonego, na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu działań, objętych niniejszym postępowaniem.
- 14.6. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:
 - a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy;
 - b. w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej, mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy;
 - c. inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć, w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy.

15. PRAWA AUTORSKIE

- 15.1. Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty, Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich, do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą oraz do wykonywania pozostałych praw zależnych, w zakresie związanym z podpisaniem umowy o udzielenie dotacji Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii. Prawa autorskie do utworów zamieszczonych w ofertach, które nie zostały przyjęte do realizacji w toku postępowania, pozostają w rękach Oferentów.

16. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

- 16.1. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego, w formie mailowej, o wyjaśnienie Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż na 7 dni, przed terminem otwarcia ofert.
- 16.2. Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
- 16.3. W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
- 16.4. Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana, stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronie www.pfhb.pl oraz na www.biznes-polska.pl, jak również wysłana do wszystkich potencjalnych Oferentów, do których wysłano zaproszenie.
- 16.5. Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach wprowadzonych i otrzymanych zmian.
- 16.6. Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: sekretariat@pfhb.pl

17. ZAŁĄCZNIKI

- 17.1. Załącznik nr 1 - Opis programu
- 17.2. Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego
- 17.3. Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU).
- 17.4. Załącznik nr 4 - Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym.
- 17.5. Załącznik nr 5 – Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii
- 17.6. Załącznik nr 6 – Oświadczenie RODO