

ZAPYTANIE OFERTOWE nr 1/10/2021

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Polska Izba Mleka
ul. Mickiewicza 7 lok. 23
15-213 Białystok
tel.: (85) 674 73 29
e-mail: izba@izbamleka.pl
KRS: 0000307577, REGON: 200214918, NIP: 542 30 85 199

II. PROCEDURA ZAMÓWIENIA

Zamówienie jest udzielane w ramach konkurencyjnej procedury wyboru wykonawcy zadania, zgodnej z art. 9 ust. 3 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2021 r., poz. 1496). Procedura jest prowadzona w trybie zapytania ofertowego. Do zamówienia mają zastosowanie przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r., poz. 1740, ze zm.) oraz niniejszego zapytania ofertowego. Zamówienie nie podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja usługi - projektu informacyjno-edukacyjnego w ramach zadania pt. „Ja Cię SERniczę” finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka. Opis zadania, obejmujący uzasadnienie, działania i planowane rezultaty znajduje się w załączonym wyciągu z dokumentu „Zestawienie rzeczowo-finansowe zadania” złożonego z wnioskiem o finansowanie zadania (załącznik nr 4).

Usługa będzie realizowana od momentu podpisania umowy przez okres 12 miesięcy

Kompleksowa realizacja usługi powinna uwzględniać opis zadania oraz obejmować między innymi następujące elementy:

1. Działania reklamowe
2. Prowadzenie Facebooka
3. Organizację eventu
4. Organizację 5 wydarzeń promujących ser w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika
5. Działania PR
6. Organizacja 5 akcji samplingowych

Maksymalna kwota oferty nie może przekroczyć 1 074 114,00 złotych brutto (słownie: jeden milion siedemdziesiąt cztery tysiące sto czternaście złotych 00/100), w tym:

DZIAŁANIE	MAKSYMALNY KOSZT CAŁKOWITY DZIAŁANIA (brutto, z uwzgl. 23% VAT)
DZIAŁANIA REKLAMOWE	420 000,00 PLN
PROWADZENIE FACEBOOKA, ZAKUP GRAFIK, ITP.	12 000,00 PLN
ORGANIZACJA EVENTU	51 414,00 PLN
ORGANIZACJA 5 WYDARZEŃ PROMUJĄCYCH SER W POSTACI SŁODKIEJ ZA POMOCĄ ZNANEGO CIASTA W POLSCE – SERNIKA	257 200,00 PLN
5 AKCJI SAMPLINGOWYCH	237 500,00 PLN
DZIAŁANIA PR	96 000,00 PLN

Poszczególne działania składają się na usługę:

1. DZIAŁANIA REKLAMOWE

Czas realizacji: 12 miesięcy

Wykupienie powierzchni reklamowej:

- Wykupienie czasu antenowego w radiu, wraz z przygotowaniem spotu– (każdy spot po 30 sekundowy) – 5 szt. w każdym miesiącu, skoordynowany z wydarzeniami projektowymi. Łączna ilość spotów – 25 szt.
- Wykupienie czasu antenowego w bloku reklamowym wraz z produkcją reklamy w telewizji (np. regionalnej) – 5 szt.
- Wykupienie powierzchni reklamowej w serwisach internetowych o tematyce kulinarnej lub prozdrowotnej przez okres 12 miesięcy w tym:
 - Artykuły sponsorowane wraz z grafikami – 4 szt. w każdym miesiącu
 - Banery wraz z grafikami– 2 szt. – w każdym miesiącu

Opracowanie materiałów reklamowych oraz grafik nie może się powtarzać.

2. PROWADZENIE FACEBOOKA, ZAKUP GRAFIK, ITP.:

Czas realizacji: 12 miesięcy

Aktywne prowadzenie FB poprzez:

- przygotowanie i zamieszczenie treści wpisów oraz zakup grafik na FB. Minimum 6 postów wraz z grafikami w każdym miesiącu (wpisy i grafiki nie mogą się powtarzać);
- reagowanie na komentarze pojawiające się na FB na bieżąco.

3. ORGANIZACJA EVENTU

Ilość: 1 event

Zorganizowanie eventu dla ok. 30 osób (dziennikarzy i blogerów zajmujących się tematyką kulinarną i/lub prozdrowotną) wraz z pokazem kulinarnym promującym sernik (w tym zakup surowca/catering, kucharze), wynajem miejsca wraz z niezbędnym sprzętem, materiały promocyjne, follow-up po konferencji, itp.

4. ORGANIZACJA WYDARZEŃ PROMUJĄCYCH SER W POSTACI SŁODKIEJ ZA POMOCĄ ZNANEGO CIASTA W POLSCE – SERNIKA

Ilość: 5 usług/wydarzeń

Organizacja 5 wydarzeń promujących ser twarogowy w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika, w które będą zaangażowane restauracje. Działanie to będzie opierało się m.in. na wyborze restauracji (5 restauracji), opracowaniu regulaminu konkursu, nadzorze nad przebiegiem konkursu, zapewnieniu i przyznaniu nagrody w konkursie za najlepszy sernik (z wyłączeniem nagród pieniężnych), w każdym z pięciu miast.

Każde z 5 wydarzeń w różnych miastach promujących ser w postaci słodkiej – za pomocą znanego ciasta sernika powinno obejmować także wynajem miejsca w celu przeprowadzenia wydarzenia, organizację przestrzeni, zapewnieniu produktów/surowców/catering, obsługę wydarzenia.

W trakcie wydarzenia z każdej z tych restauracji w danym mieście kucharz będzie przygotowywał sernik, a uczestnicy akcji samplingowej wytypują najlepszy. Zwycięska restauracja otrzyma nagrodę.

Lokalizacja wydarzeń: Warszawa, Białystok, Gdańsk, Wrocław, Kraków

4. AKCJE SAMPLINGOWE

Ilość: 5 usług

Zorganizowanie 5 akcji samplingowych mających rozpropagować sernik jako pożądane i smaczne ciasto oraz umożliwić oddania głosu uczestnikom akcji, tak aby można było

wyłonić zwycięzcę - m.in. wynagrodzenie ekip samplerskich, logistyka akcji samplingowej w tym wynajęcie sprzętu, koszty organizacyjne akcji, itp.

Akcje samplingowe będą powiązane z organizacją 5 wydarzeń promujących ser w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika.

W celu wypromowania sera w postaci słodkiej i uświadamiania społeczeństwa jak można wykorzystać ser przygotowując różne rodzaje sernika, ekipy samplingowe będą częstowały sernikami, które biorą udział w konkursie w danym w mieście.

5. DZIAŁANIA PR

Czas realizacji: 12 miesięcy

Prowadzenie biura prasowego, przygotowywanie informacji prasowych dystrybuowanych wśród dziennikarzy. Przygotowywanie materiałów backgroundowych wykorzystywanych w pracy biura prasowego z mediami, e-pr, monitoring mediów, reagowanie na komentarze, itp. Materiały powinny być wzbogacone o wypowiedzi ekspertów, którzy będą stanowić wsparcie projektu. Informacje oraz grafiki nie mogą się powtarzać (biorąc pod uwagę inne działania).

Wszystkie artykuły, informacje prasowe, materiały oraz miejsca przeprowadzenia eventu, wydarzeń i akcji samplingowych, które będą realizowane w ramach projektu (po podpisaniu umowy na kompleksową realizację usługi projektu w ramach zadania pt. „Ja Cię SERniczę”) muszą być opatrzone informacją: Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka. Brak informacji o sfinansowaniu dyskwalifikuje jego rozliczenie, a tym samym zapłatę ze strony Polskiej Izby Mleka.

IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do przedsiębiorców – podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, tj. osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych nie będących osobami prawnymi posiadających zdolność prawną (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). W przypadku oferty wspólnej (konsorcjum, spółka cywilna) należy wskazać lidera będącego jedynym podmiotem wskazanym do kontaktu oraz rozliczeń. Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej - tj. być uprawnionym do występowania w obrocie w zakresie prowadzonej działalności.
2. Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący wiedzy i doświadczenia – musi wykazać należyte wykonanie minimum 3 kampanii o łącznej wartości minimum 1 000 000,00 PLN brutto – zgodnie z punktem V.2 zapytania.

V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Ofertę należy przygotować w oparciu o wzór formularza ofertowego (załącznik nr 1) oraz szczegółowe zestawienie kosztów i harmonogram realizacji działań (załącznik nr 2). Do oferty należy dołączyć:
 - a) **koncepcje zgodnie z pkt. VII. KRYTERIA OCENY OFERTY, kryterium 2.**
 - b) **referencje (bądź inne dokumenty sporządzone przez usługobiorcę) potwierdzające należyte wykonanie minimum 3 kampanii o łącznej wartości minimum 1 000 000,00 PLN brutto – w celu wykazania spełniania warunku opisanego w punkcie IV.2 zapytania**
3. Oferta musi zawierać: nazwę, adres siedziby lub miejsca zamieszkania, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy:
 - a) nie znajdują się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji,
 - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
 - c) dysponują odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym należyte wykonanie zamówienia
 - d) realizowali kampanie promocyjne w przeciągu ostatnich 5 lat,
 - e) dysponują środkami finansowymi na przeprowadzenia niniejszej kampanii informacyjno-edukacyjnej.
5. Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2020 r., poz. 2244) - (załącznik nr 3). Niezłożenie i nieuzupełnienie tego oświadczenia na wezwanie zamawiającego spowoduje wykluczenie wykonawcy będącego osobą fizyczną i odrzucenie jego oferty.
6. Oferta winna być podpisana w sposób czytelny przez osobę lub osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym pełnomocnictwem. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem oferty.
7. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
8. Oferty należy składać w walucie PLN.
9. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.
10. W zakresie działań określonych czasem ich realizacji: działania reklamowe, prowadzenie Facebooka, zakup grafik, itp., działania PR wynagrodzenie płatne będzie w równych miesięcznych częściach, w oparciu o zrealizowany harmonogram realizacji działań za dany miesiąc i szczegółowe zestawienie kosztów załączone do oferty.

W zakresie działań obejmujących: organizacja eventu, organizacja 5 wydarzeń promujących ser w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika – płatność wynagrodzenia nastąpi w oparciu o zrealizowany harmonogram realizacji działań za dany miesiąc i szczegółowe zestawienie kosztów załączone do oferty. Płatność wynagrodzenia za zrealizowane działania nastąpi zgodnie w terminie 30 dni po

doręczeniu prawidłowo wystawionej faktury wraz z dokumentacją potwierdzającą realizację działań. Zamawiający nie przewiduje wypłaty zaliczek za realizację zadań.

11. Ofertę należy złożyć osobiście lub przez pośłańca w Biurze Polskiej Izby Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok w godzinach pracy biura (7:00-15:00) albo doręczyć poprzez operatora pocztowego lub kuriera na adres Biura Polska Izba Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok, z dopiskiem „Ja Cię SERniczę” odpowiedź na zapytanie ofertowe 1/10/2021 **przed upływem terminu składania ofert określonym w pkt. VI niniejszego zapytania – pod rygorem odrzucenia oferty.**

Z uwagi na epidemię SARS-Cov-2 oraz pracę zdalną Zamawiającego, w przypadku zamiaru złożenia oferty osobiście lub przez pośłańca w Biurze Polskiej Izby Mleka stanowczo zalecamy, aby najpóźniej na dzień przed planowanym dniem wizyty w celu złożenia oferty umówić się telefonicznie na dzień i godzinę tej wizyty, dzwoniąc pod numer (85) 6747329 lub 785 200 104.

VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:

Od 08.10.2021 roku do 22.10.2021 roku

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena oferty (brutto) – waga kryterium 40%.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który złoży ofertę niepodlegającą odrzuceniu z najniższą ceną otrzyma 40 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie.

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{cena oferty z najniższą ceną}}{\text{cena badanej oferty}} \times 40 \text{ pkt}$$

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 40 pkt.

Kryterium 2: koncepcja planowanych działań – waga kryterium 60%.

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji w zakresie realizacji projektu.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Koncepcja działań reklamowych w tym:	10
	Koncepcja spotu radiowego	3

	Koncepcja działań w telewizji	2
	Propozycje serwisów internetowych do zamieszczania materiałów	2
	Harmonogram realizacji działań reklamowych w ujęciu miesięcznym	3
2.	Koncepcja prowadzenia Facebook'a w tym:	10
	Koncepcja przykładowego wpisu wraz z grafiką	8
	Koncepcja reagowania na wpisy na Facebook'u	2
3.	Koncepcja organizacji eventu w tym:	10
	Koncepcja przeprowadzenia eventu	6
	Koncepcja materiałów promocyjnych	2
	Miejsce eventu	2
4.	Koncepcja wydarzeń promujących ser w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika w tym:	10
	Koncepcja konkursu	3
	Sposób wyboru restauracji do wydarzeń	3
	Koncepcja nagrody	2
	Harmonogram wydarzeń	2
6.	Koncepcja akcji samplingowych w tym:	10
	Koncepcja akcji samplingowych	8
	Harmonogram akcji samplingowych	2
5.	Koncepcja działań PR w tym:	10
	Koncepcja przykładowej informacji prasowej wraz z grafiką	5
	Koncepcja prowadzenia biura prasowego	5

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 60 pkt.

W wymienionych powyżej kryteriach oceny punkty zostaną zaokrąglone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku w ten sposób, że jeżeli trzecia liczba po przecinku:

- jest mniejsza niż 5 - liczbę tę pomija się;

- jest równa lub większa niż 5 - drugą liczbę po przecinku zaokrągla się o jeden w górę.

Oferta może otrzymać łącznie we wszystkich kryteriach maksymalnie 100 pkt.

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Ostateczny termin realizacji zamówienia: do 31.12.2022 r.
2. Fakturowanie i terminy płatności: zgodnie z pkt. V.10

IX. OSOBY UPOWAŻNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Pani Katarzyna Jankowska, adres email: izba@izbamleka.pl

X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą istotne, tj. będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień dotyczących oferty lub wymaganych dokumentów. W przypadku oczywistych omyłek pisarskich lub rachunkowych Zamawiający dokona ich poprawienia.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty w zakresie zawartej w niej koncepcji przed komisją oceniającą.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania przyczyn, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi, uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty, w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria, zostanie udokumentowany protokołem.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy, w szczególności nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty Zamawiający może wybrać Wykonawcę, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert.
8. Oferta powinna być sporządzona wyłącznie w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia.
9. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:
 - a) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
 - b) została złożona przez podmiot niespełniających warunków udziału w postępowaniu,
 - c) jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych,
 - d) została złożona po terminie,
 - e) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,

- f) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę (rozumianą jako cena niewiarygodna, nierealistyczna w porównaniu do cen rynkowych, nie pokrywająca kosztów wykonania zamówienia zgodnie z wymaganiami zamawiającego oraz obowiązującymi przepisami),
 - g) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X. 2,
 - h) Wykonawca nie dochowa warunków składania ofert określonych w pkt. V niniejszego zapytania ofertowego.
10. Wykonawca związany jest ofertą przez okres 30 dni.
 11. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
 12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
 13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Polskiej Izby Mleka. Informacja o wyniku postępowania, tj. o:
 - a) wyborze wykonawcy oraz ofertach odrzuconych, jeżeli wystąpiły, albo
 - b) niezłożeniu żadnej oferty, albo
 - c) zakończeniu postępowania bez wyboru żadnej oferty
 14. Zamawiający zastrzega sobie prawo podjęcia negocjacji cenowych z wybranym w wyniku wyboru konkurencyjnego Oferentem.
 15. Pytania dotyczące niniejszego zapytania ofertowego 1/10/2021 należy przysyłać w terminie nie później niż 2 dni roboczych przed dniem zakończenia terminu składania ofert.
 16. Odpowiedzi na pytania zadawane podczas biegu terminu składania ofert będą zamieszczane wyłącznie na stronie www.izbamleka.pl.

XI. KLAUZULA INFORMACYJNA DOTYCZĄCA RODO

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016 r., str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

1. Administratorem czyli podmiotem decydującym o celach i środkach przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest Polska Izba Mleka (PIM) z siedzibą w Białymstoku (15-213) przy ul. Mickiewicza 7/23;
2. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z niniejszym postępowaniem;
3. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych w związku z realizacją celów wskazanych w punkcie 2 mogą być:

- a) podmioty, którym Administrator danych osobowych powierzył przetwarzanie danych osobowych (podmioty przetwarzające) na podstawie zawartej umowy, a także podwykonawcy świadczący na rzecz Administratora inne usługi, np. informatyczne, rachunkowe, księgowe, rozliczeniowe;
 - b) pracownicy i zleceńobiorcy Administratora danych osobowych w zakresie pisemnych upoważnień;
 - c) sądy powszechne, sądy administracyjne, organy administracji państwowej, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa;
 - d) inne podmioty upoważnione do dostępu do danych na podstawie przepisów prawa.
- 4. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres określony w przepisach powszechnie obowiązujących i uregulowaniach wewnętrznych PIM w zakresie archiwizacji dokumentów;
 - 5. W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
 - 6. Posiada Pani/Pan:
 - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
 - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO *;
 - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO.
 - 7. Nie przysługuje Pani/Panu:
 - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

* Wyjaśnienie: prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego

Informujemy, że Zapytanie ofertowe zostało upublicznione poprzez zamieszczenie na stronie internetowej Polskiej Izby Mleka: www.izbamleka.pl

Załączniki:

- 1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1
- 2. Szczegółowe zestawienie kosztów i harmonogram realizacji działań – załącznik nr 2
- 3. Oświadczenie (dotyczy wyłącznie wykonawców-osób fizycznych) – załącznik nr 3
- 4. Opis zadania – wyciąg z dokumentu „Zestawienie rzeczowo – finansowe zadania” złożonego wraz z wnioskiem o finansowanie zadania - załącznik nr 4

.....
(pieczęć Wykonawcy)

Dane Wykonawcy:

Nazwa:

Adres:

NIP:

KRS/ REGON/PESEL:

Tel:, e-mail:

FORMULARZ OFERTOWY

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe nr 1/10/2021 w sprawie kompleksowej realizacji usługi projektu informacyjno-edukacyjnego w ramach zadania pt. „Ja Cię SERniczę” finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka, składam(y) ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w zapytaniu ofertowym za wynagrodzenie **całkowite** w kwocie:

netto:.....zł (słownie zł:.....)

.....)

powiększonej o 23% podatku VAT wysokości.....zł (słownie zł:.....)

.....)

brutto:.....zł (słowniezł:

.....)

Oświadczam, że:

1. zapoznałam/em się z wymaganiami Zamawiającego, dotyczącymi przedmiotu zamówienia, zamieszczonymi w zapytaniu ofertowym oraz akceptuję je i nie wnoszę do nich żadnych zastrzeżeń,
2. nie znajduję się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji,
3. moja sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewnia terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
4. dysponuję odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym należyte wykonanie zamówienia,
5. realizowałam/em kampanie promocyjne w przeciągu ostatnich 5 lat,
6. dysponuję środkami finansowymi na przeprowadzenia niniejszej kampanii informacyjno-edukacyjnej,
7. zamówienie zostanie zrealizowane w terminach określonych w zapytaniu ofertowym,
8. cena oferty obejmuje wszystkie koszty związane z wykonaniem usługi i została skalkulowana z uwzględnieniem załączonego szczegółowego zestawienia kosztów.

Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego 1/10/2021

(składają wyłącznie Oferenci będący osobami fizycznymi, w tym wspólnicy spółek cywilnych)

....., dn.

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że **nie jestem / jestem*** osobą określoną w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2020 r., poz. 2244):

(„§ 8 ust. 3. Wykonawcą zadania, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, nie może być osoba fizyczna, która:

- 1) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;*
- 2) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;*
- 3) jest osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;*
- 4) 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 funkcję, o których mowa w pkt 1–3.”)*

.....

podpis Wykonawcy

**niepotrzebne skreślić*

GŁÓWNYM ZAŁOŻENIEM JEST, ABY WYPROMOWAĆ SER TAKŻE W WERSJI SŁODKIEJ, PRZYGOTOWUJĄC SERNIK JAKO CIASTO TZW. PIERWSZEGO WYBORU I UKAZAĆ RÓŻNE SPOSOBY WYKORZYSTANIA SERA PRZY PRZYGOTOWYWANIU SERNIKA. WYPROMOWAĆ TEN RODZAJ CIASTA U OSÓB, KTÓRE ZASTANAWIAJĄ SIĘ JAKIE CIASTO UPIEC ABY W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI WYBRALI SERNIK, KTÓRY ZAWIERA M.IN. DUŻO BIAŁKA POTRZEBNEGO DLA ORGANIZMU.

RESTAURATORZY ZASTANAWIAJĄC SIĘ NAD ZBUDOWANIEM MENU POD WZDŁĘDEM DESERÓW POWINNI W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI POMYŚLEĆ O GŁÓWNYM SKŁADNIKU, TJ. SERZE I WYBRAĆ SERNIK JAKO CIASTO DESEROWE.

PROJEKT BĘDZIE PROWADZONY W INTERNECIE A NIEKTÓRE DZIAŁANIA ZOSTANĄ TAKŻE PRZEPROWADZONE W WYBRANYCH MIASTACH W POLSCE NP. WARSZAWA, BIAŁYSTOK, TRÓJMIASTO, WROCŁAW, KRAKÓW.

DZIAŁANIA ROZPOCZNIE EVENT DLA DZIENNIKARZY, BLOGERÓW, MENADŻERÓW RESTAURACJI, ITP., NA KTÓRYM ZOSTANĄ PRZEKAZANE INFORMACJE O PLANOWANYCH DZIAŁANIACH.

JEDNYM Z DZIAŁAŃ BĘDZIE ORGANIZACJA WYDARZEŃ PROMUJĄCYCH SER W POSTACI SŁODKIEJ ZA POMOCĄ ZNANEGO CIASTA W POLSCE – SERNIKA, W KTÓRY ZOSTANĄ ZAANGAŻOWANE RESTAURACJE - M.IN. WYBÓR RESTAURACJI DO KONKURSU, OPRACOWANIE REGULAMINU, NADZÓR NAD PRZEBIEGIEM, NAGRODA W KONKURSIE, WYNAJEM MIEJSCA, ORGANIZACJA PRZESTRZENI, PRODUKTY/SUROWCE/CATERING, OBSŁUGA, ITP.

KOLEJNYM Z DZIAŁAŃ MAJĄCYM ROZPROPAGOWAĆ SERNIK JAKO POŻĄDANE I SMACZNE CIASTO BĘDĄ AKCJE SAMPLINGOWE - M.IN. WYNAGRODZENIE EKIP SAMPLERSKICH, LOGISTYKA AKCJI SAMPLINGOWEJ, W TYM WYNAJĘCIE SPRZĘTU, KOSZTY ORGANIZACYJNE AKCJI SAMPLINGOWEJ, ITP. AKCJE SAMPLINGOWE BĘDĄ PRZEPROWADZONE W 5 MIASTACH, NA TEN MOMENT NIE MOŻNA WSKAZAĆ DOKŁADNYCH MIAST I DOKŁADNYCH IŁOŚCI AKCJI SAMPLINGOWYCH, BĘDZIE TO MOŻLIWE PO WYBORZE WYKONAWCY/WYKONAWCÓW REALIZUJĄCYCH PROJEKT.

ZOSTANĄ PRZEPROWADZONE DZIAŁANIA REKLAMOWE. WYKUP POWIERZCHNI REKLAMOWEJ M.IN. W INTERNECIE (NP. FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, SERWISY INTERNETOWE, ITP.) ORAZ W TELEWIZJI, RADIU, ITP.

DZIĘKI KTÓRYM REKLAMA TRAFI DO DUŻEJ GRUPY ODBIORCÓW. PROMOCJA W TELEWIZJI, RADIO, ITP.

BĘDĄ PRZEPROWADZONE TAKŻE DZIAŁANIA PR, TJ. PROWADZENIE BIURA PRASOWEGO, INFORMACJE PRASOWE REGULARNIE DYSTRYBUOWANE WŚRÓD DZIENNIKARZY ORAZ MATERIAŁY BACKGROUNDOWE WYKORZYSTYWANE W PRACY BIURA PRASOWEGO Z MEDIAMI; E-PR, ITP. PRACE BIURA BĘDĄ WSPIERAĆ EKSPERCI.

W RAMACH TEGO ZADANIA BĘDĄ REALIZOWANE TAKŻE DZIAŁANIA, TJ.: KOORDYNATOR PROJEKTU - TO OSOBA, KTÓRA BĘDZIE ZARZĄDZAĆ PROWADZENIEM DZIAŁAŃ PRZEWIDZIANYCH W TYM ZADANIU, NADZOROWAĆ PRACE PODWYKONAWCÓW, TAK ABY ODBYWAŁY SIĘ ONE W SPOSÓB JEDNOLITY I DOPROWADZIŁY DO OSIĄGNIĘCIA CELU, TJ. JAK NAJLEPSZEGO ZREALIZOWANIA ZADANIA, BY ODNIOSŁO ONO NAJBARDZIEJ POŻĄDANE EFEKTY Z PUNKTU WIDZENIA BRANŻY MLECZARSKIEJ. WYNAGRODZENIE OSÓB, KOORDYNUJĄCYCH DZIAŁANIA PROJEKTU.

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA: BIAŁYSTOK, CAŁY KRAJ