

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA W
POSTĘPOWANIU PRZETARGOWYM NA OPRACOWANIE KREACJI
WIZERUNKOWEJ ORAZ WDROŻENIE I REALIZACJĘ DWULETNIEGO
PROGRAMU PROSTEGO (INFORMACYJNO – PROMOCYJNY) PT.**

„Papryka z Europy. Trzy kolory radości”.

NA RYNKU NIEMIEC, CZECH ORAZ SŁOWACJI

**Data opracowania:
14.02.2023 r.**

ZAMAWIAJĄCY:

Zrzeszenie Producentów Papryki Rzeczypospolitej Polskiej (zwane dalej ZPRRP) ul. Radomska 2,
26-414 Potworów, NIP 9482602824

Osoba do kontaktu: Katarzyna Pająk, e-mail: kontakt@producencipapryki.pl



1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Zrzeszenie Producentów Papryki Rzeczypospolitej Polskiej (nr PIC 896397662) powstało w 2014 roku i od tego czasu nieprzerwanie dba o interesy swoich członków, inicjując, wspierając lub koordynując szeroki zakres działań w obszarze aspektów produkcyjnych, jakości produktów, bezpieczeństwa żywnościowego produktów i marketingu warzyw z południa Mazowsza, a w szczególności papryki konsumpcyjnej, produkowanej pod osłonami.

Zrzeszenie posiada obecnie 170 członków zwyczajnych, będących producentami papryki pod osłonami oraz 14 członków wspierających, w tym 8 dużych dystrybutorów papryki.

Zrzeszenie aktywnie współpracuje w zakresie propagowania i podejmowania współpracy we wdrażaniu postępu agrotechnicznego, biologicznego z pokrewnymi zrzeszeniami i organizacjami, instytucjami państwowymi i samorządowymi, przedsiębiorcami, placówkami naukowo – badawczymi, poprzez co zaspokajają potrzeby rolników-producentów papryki w zakresie nowoczesnej i efektywnej produkcji dostosowanej do zmieniającego się rynku.

Zrzeszenie podejmuje wszelakie działania w zakresie organizowania wzajemnej pomocy wśród rolników-producentów papryki, pomoc w nabywaniu środków produkcji, ubezpieczaniu upraw rolnych; organizowania, uczestniczenia i prowadzenia kontroli społecznej w procesie kontraktacji, organizacji skupu, właściwej oceny surowca w punktach skupu oraz współpraca z właściwymi władzami i instytucjami w wykonywaniu obowiązujących w tym zakresie przepisów; organizacji poradnictwa prawnego na rzecz rolników oraz rozwijanie działalności oświatowej i kulturalnej na wsi.

Działania ZPPRP mają na celu wzmacnianie społecznych więzi lokalnych, dążenie do utrzymania stabilności ekonomicznej gospodarstw i poprawy efektywności gospodarowania producentów, dla których wspólnym mianownikiem jest regionalna specjalność – papryka konsumpcyjna produkowana pod osłonami.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

- Ustawa Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. z 2017 r., poz. 459 z późn. zm.) art. 70¹— 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji;
- Ustawa z dnia 13 kwietnia 2022 r. (Dz.U. 2022 poz. 835 z późn. zm. art. 1 pkt 1 i 2, o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego,
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014r. 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);
- 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);
- 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).

2.2. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

2.2.1. Opublikowanie zaproszenia do składania ofert:

- na stronie Zamawiającego www.producenciapapryki.pl
- w internetowym portalu ofertowym www.biznes-polska.pl
- dostarczenie zapytania do co najmniej 3 potencjalnych oferentów.

2.2.2. Komisyjne otwarcie ofert.

2.2.3. Weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych i ocenę złożonych ofert.

2.2.4. Składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen.

2.2.5. Wybór najkorzystniejszej oferty

2.2.6. Powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego www.producenciapapryki.pl.

2.3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.

2.4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

2.5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

2.6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

2.7. 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.

2.8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszym dokumencie, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

2.9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

3.1. W ramach kampanii promocyjnej promowana będzie papryka - Kod CN: 0709 60 10 - Słodka papryka, świeża lub schłodzona, kod CN: 0709 60 99 - Owoce z rodzaju Capsicum lub z rodzaju Pimenta, świeże lub schłodzone (z wył. do produkcji pieprzu tureckiego lub barwników oleożywiczych Capsicum, do przemysłowej produkcji olejków eterycznych lub żywicznych i słodkiej papryki). Organizacja Inicjująca zamierza w głównej mierze skupić się na promocji papryki typu block, która zajmuje największy udział w uprawach członków zwyczajnych Zrzeszenia.

3.2. Wdrożenie i realizacja zaplanowanej kampanii powinna odbywać się zgodnie z ofertą (programem) zatwierdzonym przez KE.

3.3. Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:

3.3.1. Wszelkiego rodzaju wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą zawierać następujące zastrzeżenie:

„Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa. Unia Europejska ani organ przyznający dotację nie ponoszą za nie odpowiedzialności”.

Powyższy zapis może ulec zmianie po udostępnieniu przez KE ostatecznego wzoru umowy o udzielenie dotacji, która będzie stosowana po zaakceptowaniu niniejszego programu przez KE i spełnieniu wszystkich wymogów dotyczących ewentualnego zawarcia umowy z KOWR.

3.3.2. Wszystkie projektowane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA PRZEZ UNIEJ EUROPEJSKAJ]:



Co-funded by
the European Union

Jeżeli emblemat UE jest umieszczony w zestawieniu z innymi logo beneficjenta, musi on być odpowiednio wyeksponowany i mieć minimum 1cm.

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.

Powyższy zapis może ulec zmianie po udostępnieniu przez KE ostatecznego wzoru umowy o udzielenie dotacji, która będzie stosowana po zaakceptowaniu niniejszego programu przez KE i spełnieniu wszystkich wymogów dotyczących ewentualnego zawarcia umowy z KOWR.

3.3.3. 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-onthe-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>



3.3.4. Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu Zamawiającego, tj. Zrzeszenia Producentów Papryki RP.

3.3.5. Informacje o finansowaniu i oznakowania wskazane w pkt. od 3.3.1 do 3.3.4 powinny znaleźć się we wszystkich materiałach wykorzystywanych w ramach Kampanii, w szczególności promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych i edukacyjnych, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający dobrą widoczność. Wymóg ten dotyczy również strony internetowej oraz profili w portalach społecznościowych.

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Szacowane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B bez kosztu ewaluacji), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię wynoszą łącznie maksymalnie **1 627 524 EURO (milion sześćset dwadzieścia siedem tysięcy pięćset dwadzieścia cztery EURO) netto**. Do wskazanej kwoty należy doliczyć podatek od towarów i usług w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług.

5. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1. Oferent jest związany ofertą przez okres 3 miesięcy.

5.2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

5.3. Oferent samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tymże Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Oferentów o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.

5.4. Przedłużenie terminu związania ofertą jest dopuszczalne tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo, jeżeli nie jest to możliwe, z wniesieniem nowego wadium na przedłużony okres związania ofertą. Jeżeli przedłużenie terminu związania ofertą dokonywane jest po wyborze oferty najkorzystniejszej, obowiązek wniesienia nowego wadium lub jego przedłużenia dotyczy jedynie Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza.

5.5. Zamówienie realizowane będzie w okresie 24 miesięcy od dnia określonego w umowie o udzielenie dotacji, zawartej pomiędzy Zamawiającym, a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR), tj. od pierwszego dnia miesiąca następującego po dacie wejścia w życie tejże umowy.

5.6. Zamówienie realizowane będzie wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji z KOWR. W przypadku niepodpisania umowy z KOWR, Oferentowi nie przysługuje żadne wynagrodzenie (w tym za przygotowanie i złożenie oferty).

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

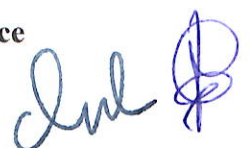
O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:

- 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.
- d. nie są powiązani osobowo ani 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.).

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty, zgodnie z metodą zerojedynkową.

6.1. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące



warunki formalno- prawne:

- 6.1.1** Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018r. (Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r.);
- 6.1.2** Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy;
- 6.1.3** Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
- 6.1.4** Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
- 6.1.5** W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga, aby:
 - a. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą 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.

6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O udzielenie Zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:

- 6.2.1** zrealizowali **co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), która miała budżet co najmniej 3 000 000,00 (trzy miliony) PLN brutto, oraz była przeprowadzona za granicą, w tym co najmniej jednym kraju trzecim,
- 6.2.2** zrealizowali **co najmniej 3 wydarzenia o charakterze wystawienniczym (targi)** na rynkach zagranicznych, każde o wartości min. 300 000,00 (trzysta tysięcy) PLN brutto.

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

6.3. WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

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

- 6.3.1 Osoba zarządzająca projektem** — min. 3 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 1 kampanią promocyjną realizowaną na rynkach zagranicznych, w tym co najmniej jednym kraju trzecim, posługująca się biegle językiem angielskim.
- 6.3.2 Osoba odpowiedzialna za organizację targów i eventów** — min. 3 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów; zrealizowała (tj. samodzielnie przygotowała oraz była osobiście obecna podczas wydarzenia) minimum 5 wydarzeń o charakterze targowym/seminariów/kongresów/misji gospodarczych na rynkach zagranicznych, posługująca się biegle językiem angielskim.
- 6.3.3 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, w skład których wchodziło co najmniej: opracowywanie i dystrybucja informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami; posługująca się biegle językiem angielskim.
- 6.3.4 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.

6.4. WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA

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

6.4.1 Posiada środki finansowe lub zdolność kredytową w wysokości **min. 2 000 000,00 PLN** (słownie: dwa miliony złotych).

6.4.2 Posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w kwocie **min 3 000 000,00 PLN** (słownie: trzy miliony złotych).

(Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od zawodowej 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 przyczyny uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni).

6.4.3 Nie podlegają wykluczeniu z procedury.

6.5. PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

6.5.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;

6.5.2 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;

6.5.3 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;

6.5.4 Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;

6.5.5 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik

prowadzonego postępowania;

6.5.6 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt.8.

6.5.7 Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;

6.5.8 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. poz. 835, z późn. zm.);

6.5.9 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

7. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuci ofertę jeżeli:

Oferta nie spełnia wymogów formalno-prawnych w szczególności gdy:

1. Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;
2. Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
3. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
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 SIWZ.

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 wytycznych i założeń strategicznych do kampanii promocyjno-informacyjnej pt. „Papryka z Europy. Trzy kolory radości”, określonych w Załączniku nr 1 do niniejszej SIWZ.

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 SIWZ muszą spełniać następujące wymogi:

- a) oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej i ostatniej stronie każdego dokumentu pieczętką i podpisem, na pozostałych stronach parafką) 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 kopi poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;

- c) wszystkie 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 poświadczone notarialnie.

8.1.4 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.

8.1.5 Zaleca się, aby dokumenty składające się na ofertę były ponumerowane i połączone w sposób trwały.

8.1.6 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 podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.

8.1.7 Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy o udzielenie dotacji na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części umowy, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

8.1.8 Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesięcy. 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 niniejszej SIWZ oraz w formie określonej w tejże Specyfikacji 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.

8.2.2 Wykaz kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym z ostatnich 3 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 użyczonych 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 precyzyjne 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 2 000 000,00 PLN (słownie: dwa miliony złotych), wydane przez bank lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowej nie starsze niż 3 miesiące od daty składania Oferty. 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 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza 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 spoza 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 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 składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta spoza 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.
- e. **Ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej** w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, potwierdzająca, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności **na kwotę min 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** (słownie: trzy miliony złotych).
- 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) — umowę konsorcjum (umowa cywilno-prawna) 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 Koncepcja realizacji zamówienia przygotowana na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ – Założenia strategiczne programu.

8.2.9 Zmodyfikowany budżet całościowych bezpośrednich kosztów podwykonawstwa, określonych w załączniku nr 1 do SIWZ, jeżeli Oferent proponuje kwotę inną niż wartość podana w punkcie 4 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8.3. 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.

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 (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 wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację dwuletniego programu prostego informacyjno-promocyjnego pt. „Papryka z Europy. Trzy kolory radości” na rynku Niemiec, Czech i Słowacji

Nie otwierać przed godz. 12:30 w dniu

23.03.2023 r. Dane oferenta:

9.4 Ofertę należy złożyć osobiście przez osobę upoważnioną lub pełnomocnika w biurze Zrzeszenia Producentów Papryki Rzeczypospolitej Polskiej ul. Radomska 2, 26-414 Potworów (I piętro) do dnia **22.03.2023, do godz. 15:00**. Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.

9.5 Oferty złożone po tym terminie nie zostaną przyjęte do rozpatrywania.

9.6 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.

9.7 Otwarcie ofert nastąpi w **dniu 23.03.2023 r. o godzinie 12:30 w biurze Zrzeszenia Producentów Papryki ul. Radomska 2, 26-414 Potworów.**

9.8 Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert, jeśli uzna to za konieczne do rozstrzygnięcia.

9.9 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 **80 000,00 PLN** (słownie: osiemdziesiąt tysięcy złotych).

10.2 Wadium może być wnoszone w następującej formie:

- a. wpłaty na rachunek bankowy projektu
- b. w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo — rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
- c. w gwarancjach bankowych,
- d. w gwarancjach ubezpieczeniowych.

10.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2. a. do 10.2. d. niniejszej SIWZ, musi być załączony do oferty w formie oryginału.

10.4 W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

Nazwa i adres banku:

Bank Spółdzielczy Rzemiosła w

Radomiu oddział Potworów,

ul. Lipowa 2, 26-414 Potworów

Numer rachunku: 68 9115 0002 0101 0704 7783 0003

IBAN: PL 68 9115 0002 0101 0704 7783 0003

Kod BIC/SWIFT: POLUPLPR

Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: **„Wadium w postępowaniu przetargowym dot. programu „Papryka z Europy. Trzy kolory radości!”.**

10.5 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi z powodów:

- upłynął termin związania ofertą;
- zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy;
- Zamawiający unieważnił lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty;
- Zamawiający nie podpisał 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.

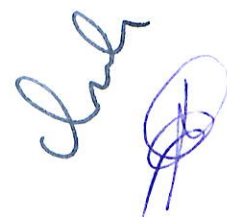
10.7 Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli Zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.

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. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert — **14.02.2022 r.**



- Termin na składanie ofert — **22.03.2023 r. godz. 15:00**
- Otwarcie ofert — **23.03.2023 r. godz. 12:30**
- Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny — **od 23.03.2023 r. do 24.03.2023 r.**

Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania — **24.03.2023 r.** na stronie Zamawiającego www.producenciapapryki.pl oraz pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów.



12. KRYTERIA OCENY OFERT:

12.1 Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

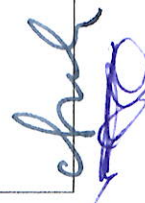
	Kryterium	Waga
K1	Kreacja wizerunkowa program	40%
K2	Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B bez kosztu ewaluacji), czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego program prosty w EUR netto	30%
K3	Liczba spotkań B2B podczas programu	10%
K4	Roczna liczba wyświetleń postów w Social Media programu	10%
K5	Roczna liczba odsłon w kampanii Display	10%

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

Kryterium 1: Kreacja wizerunkowa programu

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 / projektu katalogu / projektu strony internetowej zawartej w złożonych oferty zgodnie z poniższymi obszarami:

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Koncepcja wizualna – przykładowy projekt fanpage na Facebook (w 3 wersjach językowych), – przykładowy projekt fanpage na LinkedIn (w 3 wersjach językowych), – przykładowy projekt graficzny reklamy prasowej – przykładowy projekt reklamy outdoor (reklama na taxi w Frankfurt i Berlin, plakaty w metrze Pragi, reklama na sieci nośników "Citylight" w	– dostosowanie projektu do promowanych produktów tj. zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i rodzaju czcionek, podkreślenie walorów promowanych produktów (0-10) – powiązanie projektu z głównymi komunikatami i hasłami programu oraz dostosowanie kreacji wizerunkowej do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-10), oraz dorobku podmiotu wiodącego w działaniach promocyjnych	0-20



Centrach Handlowych w Bratysławie) – przykładowy projekt banneru do Internetu, – Key visual program, – logotyp program.		
2. Przykładowe stoisko targowe o powierzchni 50 m ²	<ul style="list-style-type: none"> – atrakcyjność stoiska m.in. kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych elementów zabudowy przyciągających uwagę odwiedzających z wykorzystaniem komunikacji wizualnej stosowanej w kampaniach promocyjnych podmiotu wiodącego (spójność) (0-5), – funkcjonalność stoiska tj. zaprojektowanie miejsc do ekspozycji produktów, wygodny podział oraz część do rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni, zaplecze stoiska, odpowiednie rozplanowanie stref stoiska (0-5) 	0-10
3. Przykładowy projekt materiałów promocyjnych: okładka, przykładowa rozkładówka, torba,	<ul style="list-style-type: none"> – atrakcyjność wizualna grafiki i dostosowanie do tematyki programu i charakteru grup docelowych, czytelna grafika, kolorystyka (0-3), – wkomponowanie promowanych produktów w elementy projektu graficznego (0-2) 	0-5
4. Projekt strony internetowej (w trzech wersjach językowych)	<ul style="list-style-type: none"> – dostosowanie zaproponowanej grafiki do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2), – atrakcyjność wizualna (m.in. kolorystyka przyciągająca uwagę, przejrzysty układ strony, intuicyjna nawigacja, sposób prezentowania treści, elementy interaktywne (0-3) 	0-5

Elementy kreacji przedstawione przez Oferenta (konceptcja wizualna / projekt stoiska / projekt katalogu / projekt strony internetowej) będą podlegały ocenie przez każdego z członków Komisji. Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 40 pkt) dokonanej przez każdego z członków Komisji.

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

$K1 = \text{Suma indywidualnych ocen Członków Komisji (0-40)}$
przynanych ocenionej ofercie/ilość osób oceniających

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 40 punktów.

Kryterium 2: Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w EUR)

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

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

$$K2 = \frac{\text{Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert}}{\text{Koszty w rozpatrywanej ofercie}} \times 30 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 30 punktów.

Kryterium 3: Liczba spotkań B2B podczas programu

Liczba spotkań B2B podczas trwania 2-letniego programu (nie mniej niż 100).

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

$$K3 = \frac{\text{Proponowana liczba spotkań B2B z rozpatrywanej oferty}}{\text{Najwyższa liczba zaproponowanych spotkań B2B spośród rozpatrywanych ofert (przy zachowaniu wymaganego minimum)}} \times 10 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 10 punktów.

Kryterium 4: Roczna liczba wyświetleń postów w Social Media programu

Oferowany roczny zasięg postów – łączna liczba wyświetleń postów w social mediach programu (nie mniej niż 600 000 dla Facebook, nie mniej niż 300 000 dla LinkedIn).

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w ramach niniejszego kryterium zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K4 = \frac{\text{Proponowana przez danego Oferenta roczna liczba wyświetleń postów w Social Mediach programu}}{\text{Najwyższa zaproponowana roczna liczba wyświetleń postów w Social Mediach programu spośród rozpatrywanych ofert (przy zachowaniu wymaganego minimum)}} \times 10 \text{ pkt}$$

Najwyższa zaproponowana roczna liczba wyświetleń postów w Social Mediach programu spośród rozpatrywanych ofert (przy zachowaniu wymaganego minimum)

Kryterium 5: Roczna liczba odsłon w kampanii Display


Oferowana roczna liczba odsłon w kampanii Display (nie mniej niż 900 000).

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w ramach niniejszego kryterium zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K5 = \frac{\text{Proponowana przez danego Oferenta roczna liczba odsłon w kampanii Display}}{\text{Najwyższa zaproponowana roczna liczba odsłon w kampanii Display spośród rozpatrywanych ofert (przy zachowaniu wymaganego minimum)}} \times 10 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 10 pkt.

12.2 Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę zostanie obliczona według wzoru $W = K1 + K2 + K3 + K4 + K5$ (Waga = Kryterium 1 + Kryterium 2 + Kryterium 3 + Kryterium 4 + Kryterium 5).

Handwritten signature and a circular stamp or mark in blue ink.

13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

- 13.1 Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy spośród Oferentów, wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym 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 zamieści na stronie www.producenciapryki.pl oraz dostarczy pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów.

14. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

14.1 Zawarcie umowy z Oferentem nastąpi najpóźniej w terminie do 14 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania z zastrzeżeniem, iż przedmiotowa umowa wejdzie w życie z dniem podpisania umowy o udzielenie dotacji na realizację programu prostego przez Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.

14.2 Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy – w wysokości 10 % wartości brutto przedmiotu umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy.

Jeżeli w toku realizacji umowy zmianie ulegnie termin wykonania, Oferent zobowiązany jest odpowiednio przesunąć termin obowiązywania zabezpieczenia dla zachowania jego ciągłości.

W przypadku zabezpieczenia wnoszonego w formie gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, gwarancja będzie bezwarunkowa, nieodwołalna, płatna na pierwsze żądanie oraz bez prawa powoływania się na jakiegokolwiek okoliczności wynikające ze stosunku podstawowego pomiędzy Zamawiającym a Oferentem. Zamawiającemu przysługuje prawo pokrycia z zabezpieczenia roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, a w szczególności:

- a. pokrycia nieuregulowanych przez Oferenta roszczeń Zamawiającego z tytułu stwierdzonych wad i usterek,
- b. zaliczenia zabezpieczenia należytego wykonania umowy na poczet kar umownych.

14.3 Zabezpieczenie można wnieść w formie:

- a. gotówkowej na wyodrębniony rachunek bankowy Zamawiającego;
- b. poręczenia bankowego lub poręczenia SKOK;
- c. gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej;
- d. weksła.

14.4 Zabezpieczenie należy wpłacić w walucie polskiej, przyjmując do celów przeliczeniowych ostatni kurs wymiany walut wyznaczony przez Europejski Bank Centralny (EBC), w miesiącu poprzedzającym pierwszy dzień miesiąca, w którym nastąpi wpłata na rzecz Zamawiającego kwoty zabezpieczenia.

14.5 Dokument potwierdzający wniesienie zabezpieczenia musi być przekazany Zamawiającemu w formie oryginału niezwłocznie po dokonaniu wpłaty.

14.6 Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy ponosi Oferent.

14.7 Termin i zasady zwrotu lub zwolnienia zabezpieczenia należytego

wykonania umowy zostały określone w Załączniku nr 3 do SIWZ.

14.8 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. 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. zmiany świadczenia na lepszej jakości przy zachowaniu tożsamości przedmiotu zamówienia za porozumieniem stron,
- d. 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. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

15.1 Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie zapisu w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż 7 dni przed terminem składania ofert.

15.2 Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.


15.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.

15.4 Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronie Zamawiającego www.producenciapryki.pl w internetowym portalu ofertowym www.biznes-polska.pl oraz zostanie dostarczona pocztą elektroniczną do wszystkich potencjalnych Oferentów, którzy otrzymali pierwotne zapytania.

15.5 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: kontakt@producenciapryki.pl


16. ZAŁĄCZNIKI

- Załącznik nr 1 - Założenia strategiczne programu,
- Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego,



- Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU),
- Załącznik nr 4 - Wykaz zrealizowanych programów i wydarzeń o charakterze wystawienniczym,
- Załącznik nr 5 - Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu programu,
- Załącznik nr 6 – Wzór oświadczenia o braku powiązań osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sancyjne, 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.).

ZRZESZENIE PRODUCENTÓW PAPRYKI
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
26-650 Przytyk, ul. Zachęta 57
Reg. 360790322 KRS 0000530755


ZRZESZENIE PRODUCENTÓW PAPRYKI
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
Prezes Zarządu
Mirosław Łuska