

## **SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

w postępowaniu przetargowym na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej promocji jabłek  
pt. **Samo zdrowie „Jabłka ChOG”**  
skierowanej na rynki Niemiec, Danii, Szwecji

15.01.2019r.

ZAMAWIAJĄCY:

Stowarzyszenie „Sady Grójeckie”

ul. Niemojewska 17/2

05-660 Warka

Tel./fax.: +48 698 762 020

e-mail: [magdalena@jablkagrojeckie.pl](mailto:magdalena@jablkagrojeckie.pl), [stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl](mailto:stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl)

Osoba do kontaktu: Magdalena Wrotek -Figarska

## 1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Stowarzyszenie „Sady Grójeckie” zostało założone w 2007 roku przez grupę 16 członków-założycieli, wśród których znajdowali się przede wszystkim sadownicy z rejonu Grójca i okolic. W początkowych latach działalności Stowarzyszenia, jego członkowie dostrzegli potencjał w promocji produkowanych na pobliskich terenach jabłek. Następnie, w trakcie wielu spotkań, szkoleń oraz rozmów nieformalnych postanowiono rozpocząć procedurę ubiegania się o nadanie Chronionego Oznaczenia Geograficznego „Jabłka Grójeckie” dla odmian jabłek spełniających minimalne wymagania dotyczące wybarwienia, wielkości oraz jędrności miąższu. W chwili obecnej Stowarzyszenie „Sady Grójeckie” (Organizacja inicjująca) zrzesza 487 producentów i 2 członków honorowych i jest jedynym podmiotem dystrybuującym jabłka z oznaczeniem ChOG „Jabłka grójeckie”.

### Cele

Celami statutowymi Stowarzyszenia są w szczególności:

- integracja i koordynacja działań marketingowych producentów owoców z regionu grójeckiego oraz innych podmiotów związanych z branżą sadowniczą, w szczególności działań mających na celu promocję i zwiększenie rozpoznawalności wśród konsumentów i producentów nazwy „jabłka grójeckie” zarejestrowanej na podstawie rozporządzenia wykonawczego Komisji Europejskiej nr 981/2011 z dnia 30 września 2011 r. w rejestrze chronionych nazw pochodzenia i chronionych oznaczeń geograficznych,
- udzielanie wsparcia producentom owoców z regionu grójeckiego, którzy chcą posługiwać się chronionym oznaczeniem geograficznym „jabłka grójeckie”,
- organizowanie i wspieranie działań promocyjnych na rzecz owoców z regionu grójeckiego oraz działań promocyjnych i wspomagających rozwój samego regionu grójeckiego,
- propagowanie wysokich standardów produkcji i dystrybucji owoców w regionie

## 2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

- 2.1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. z 2017 r., poz. 459 z późn. zm.) art. 70<sup>1</sup>- 70<sup>5</sup>, 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).
- 2.3 Postępowanie prowadzone jest jednoetapowo i obejmie:
  - a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert na stronie <http://jablkagrojeckie.pl/>, w siedzibie ul. Niemojewska 17/2 05-660 Warka w miejscu publicznie dostępnym oraz dodatkowo wysłanie zapytanie do co najmniej 3 potencjalnych oferentów, oraz publikację na stronach:[www.oferty-biznesowe.pl/](http://www.oferty-biznesowe.pl/), [www.biznes-polska.pl](http://www.biznes-polska.pl/), [www.oferent.com.pl/](http://www.oferent.com.pl/)
  - b. komisyjne otwarcie ofert,
  - c. weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych i merytorycznych oraz ocenę złożonych ofert,
  - d. ocenę ofert i wybór najkorzystniejszej oferty, powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty
- 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 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 odwołania przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.**
- 2.11 **Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:**

- Wszystkie wykorzystane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. KAMPANIA FINANSOWANA PRZY WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ]:



**CAMPAIGN FINANCED  
WITH AID FROM  
THE EUROPEAN UNION**

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

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.

- Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem „Enjoy, it’s from Europe!” (tłum. „Smacznego, to z Europy”).



Emblemat „Enjoy it’s from Europe”, powinien 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 kolorem czarnym K100, a niebieski 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.>

Ponadto na materiałach (z wyjątkiem materiałów o niewielkiej powierzchni typu pendrive, długopis itd.) musi występować zastrzeżenie: „Treść niniejszego.....odzwierciedla wyłącznie poglądy jego/jej autora i podlega jego/jej wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za każde ewentualne wykorzystanie zawartych w nim/ niej informacji”.

Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone hasłem:

**„Samo Zdrowie! – Jabłka z ChOG” („Just Health! – PGI Apples”)  
oraz logiem ChOG:**



### **3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest:

- 3.1 Przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie (realizacja) dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej pt. **Samo zdrowie „Jabłka ChOG”** dotyczącej promocji produktu w postaci jabłek (kod CN: ex 0808.10) z Chronionym Oznaczeniem Geograficznym – „Jabłka grójeckie” (dalej również program lub kampania) wedle wytycznych i założeń określonych w niniejszym SIWZ skierowanej na rynki Niemiec, Danii Szwecji.
- 3.2 Dokonanie pomiaru efektywności programu informacyjno-promocyjnego pt. **Samo zdrowie „Jabłka ChOG”** przez niezależny podmiot badawczy, będący ekspertem w danej dziedzinie, zgodnie z założeniami SIWZ.

**Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy o udzielenie dotacji z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.**

### **4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Całkowita wartość budżetu programu do wykorzystania stanowi maksymalnie **2.858.310,00 EUR netto** (w tym koszty przygotowania i realizacji działań zaakceptowanych przez Komisję Europejską i opisanych w Załączniku nr 1 do niniejszej Specyfikacji, obejmujących także pomiar efektywności programu oraz wynagrodzenie organizacji wdrażającej). Wskazany budżet nie zawiera podatku VAT.

## **5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

- 5.1 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.
- 5.2 Zamówienie realizowane będzie zatem 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.

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 art. 4 ust. 1 lub 2 ustawy Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 646).
- 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. Posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej Posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w kwocie 3 000 000 zł; ( 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.)

6.1.6. Nie podlegają wykluczeniu z procedury.

6.1.7. W przypadku, gdy wykonawcy ubiegają się wspólnie o udzielenie zamówienia Zamawiający wymaga aby:

- a. ustanowili oni pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia;
- b. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

## 6.2 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:

6.2.1 zrealizował lub realizuje co **najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampania promująca i informująca o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), na rynku lub rynkach zagranicznych w stosunku do siedziby Zamawiającego oraz **która miała budżet co najmniej 5 mln PLN netto**.

6.2.2 zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia** o charakterze kongresu/seminarium/konferencji na rynku zagranicznym dla minimum 80 osób każde;

6.2.3 zrealizował **co najmniej 2 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.

Weryfikacja na podstawie informacji przedstawionych w ofercie.

## 6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

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

6.3.1 **Zarządzający projektem** – biegle posługuje się językiem angielskim, posiada min. 10 lat doświadczenia zawodowego, w tym 5 lat na stanowiskach zarządzających; zarządzał/a minimum 3 kampaniami promocyjnymi, z których co najmniej jedna była realizowana na rynku europejskim,

6.3.2 **Specjalista ds. organizacji eventów** – posiada min. 4 lata doświadczenia zawodowego; zrealizował (tj. samodzielnie przygotował oraz był osobiście obecny podczas wydarzenia) minimum 3 wydarzeń o charakterze targowym / seminariów / kongresów / misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnych); posługuje się biegle językiem angielskim.

6.3.3 **Specjalista ds. public relations** - posiada min. 3 lata doświadczenia zawodowego; zrealizował samodzielnie lub nadzorował działania public relations na minimum 2 rynkach zagranicznych

– poprzez realizację działań public relations. Zamawiający rozumie działania public relations, które trwały w sposób ciągły minimum rok oraz w skład których wchodziło co najmniej: opracowywanie i dystrybucja informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługuje się biegle językiem angielskim.

- 6.3.4 **Specjalista ds. kreacji** – przygotował samodzielnie lub nadzorował przygotowanie i realizację kreacji (w bezpośredniej współpracy z grafikiem i klientem) dla co najmniej 2 kampanii na rzecz branży spożywczej, z których co najmniej 1 była skierowana na rynek zagraniczny.

Weryfikacja na podstawie informacji przedstawionych w ofercie

## **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. 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych).
- 6.4.2 Posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych).
- 6.4.3 Posiada zdolność i zobowiązuje się do ewentualnego udzielenia zabezpieczenia wniosku Zamawiającego do KOWR o wypłatę zaliczki w kwocie 412 732,80 Euro równego kwocie zaliczki na zasadach określonych w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. na warunkach przewidzianych w rozdziale IV rozporządzenia delegowanego (UE) nr 907/2014. Zamawiający zakłada możliwość ewentualnego wykorzystania wskazanego zabezpieczenia zaliczki jako jedną z alternatywnych form zabezpieczenia wniosku o wypłatę zaliczki, co oznacza, że Zamawiający może, ale nie musi wykorzystać zabezpieczenia Wykonawcy jako zabezpieczenia zaliczki.

Weryfikacja na podstawie informacji przedstawionych w ofercie

## **6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA**

**Z niniejszej procedury wyklucza się:**

- 6.5.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego ani 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 jest 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;
- 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 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 7.;

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

## **6.6 PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY**

**Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:**

- 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 po terminie określonym w niniejszej Specyfikacji;
- 4. oferta została złożona przez Podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy

## **7. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY**

### **7.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY**

- 7.1.1 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.
- 7.1.2 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.
- 7.1.3 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 pieczętka 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 poświadczonej 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 poświadczone notarialnie.

- 7.1.4 Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
- 7.1.5 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.
- 7.1.6 Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały
- 7.1.7 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.
- 7.1.8 Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty wybrany Oferent, którego oferta została wybrana, bez konieczności składania odrębnych oświadczeń, udziela Zamawiającemu bezterminowo, nieograniczonej terytorialnie nieodpłatnej licencji wyłącznej do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą i na wykonywanie pozostałych praw zależnych wraz z prawem do udzielania dalszej licencji i upoważnienia do wykonywania praw zależnych w zakresie związanym z podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.
- 7.1.9 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.

## 7.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

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

- 7.2.1 **Formularz ofertowy** stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej specyfikacji. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum.
- 7.2.2 **Wykaz kampanii z ostatnich 5 lat** a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie **zgodnie z wymaganiami 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.
- 7.2.3 **Opis zespołu Oferenta** potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu tak, aby możliwe było minimalnych wymagań wskazanych w SIWZ (odniesienie się do każdej zawartej informacji)
- 7.2.4 **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. 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych), wydane przez bank lub ze spółdzielczej kasy oszczędnościowej nie starsze niż 3 miesiące od daty złożenia Oferty. W przypadku kiedy Oferent 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 w raz z tłumaczeniem. Dokument potwierdzający brak wykluczenia zgodnie z pkt 6.5.3

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 składa lider konsorcjum upoważniony umową konsorcjum do reprezentowania wszystkich 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 w raz 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 składa lider konsorcjum upoważniony umową konsorcjum do reprezentowania wszystkich 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 w raz z tłumaczeniem.

e. Ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, a w przypadku jej braku inny dokument potwierdzający, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 3 000 000,00 PLN (słownie: trzy miliony złotych). 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;

7.2.5 **Dokument potwierdzający wniesienie wadium** w formie określonej w pkt. 10 niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

7.2.6 **Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowę konsorcjum (umowa cywilno-prawna) ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

7.2.7 **Opis działalności firmy**, w tym zakres świadczonych usług. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia - dokument ten składa każdy z konsorcjantów.

7.2.8 **Koncepcja realizacji zamówienia tj. następujące projekty:**

- przykładowy projekt logotypu kampanii
- przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 50mk
- przykładowy projekt graficzny folderu (okładka, 2 przykładowe rozkładowki)
- przykładowy projekt graficzny strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona)
- przykładowy projekt graficzny torby reklamowej
- przykładowy projekt reklamy prasowej
- przykładowy projektu banneru reklamowego do Internetu
- przykładowy projekt reklamy outdoor
- przykładowy projekt roll-up
- przykładowy projekt wizytówki
- przykładowy projekt długopisu
- przykładowy projekt pendrive
- przykładowy papier firmowy
- przykładowy projekt fanpage na FB

Do oferty należy dołączyć wszystkie wyżej wskazane przykładowe projekty .

Szczegóły **zawarte w opisie programu** Załącznik nr 1 Opis programu w pkt 4 **ppkt. od I do XIX.**

## 8. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

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.

## 9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.

**Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach w pliku pdf (płyta CD lub pendrive).**

Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

|  |
|--|
| <p><b>OFERTA NA</b></p> <p><b>przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie dwuletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej promocji jabłek</b></p> <p><b>pt. Samo zdrowie „Jabłka ChOG”</b></p> <p>skierowanej na rynki Niemiec, Danii, Szwecji</p> <p><b>Nie otwierać przed godz. 12.15 w dniu 20/02/2019</b></p> <p>Dane oferenta:</p> <p>.....</p> |
|--|

Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego, pod adresem:

**Stowarzyszenie „Sady Grójeckie”**

ul. Niemojewska 17/2

05-660 Warka

do dnia **20/02/2019r. 12:00**. Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.

Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

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.

**Otwarcie ofert nastąpi w dniu 20/02/2019r. o godzinie 12.15 W siedzibie Zamawiającego, pod adresem:**

**Stowarzyszenie „Sady Grójeckie”**

ul. Niemojewska 17/2

05-660 Warka

Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert

## 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 gotówce,
- 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. powyżej 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 banku: Bank Spółdzielczy w Białej Rawskiej

Numer rachunku: 64 9291 0001 0082 5948 2000 0030

Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie:  
*„Wadium w postępowaniu na przygotowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie kampanii informacyjno-promocyjnej **Samo zdrowie „Jabłka ChOG”***

10.5 Dowód wniesienia wadium należy załączyć do składanej oferty.

10.6 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi jeżeli:

- a. upłynął termin związania ofertą lub
  - b. zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy lub
  - c. Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub
  - d. Zamawiający nie podpisał umowy na realizację przedmiotowego programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).
- 10.7 Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.
- 10.8 Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.
- 10.9 Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:
- a. odmówi podpisania umowy,
  - b. zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

## 11. KRYTERIA OCENY OFERT

Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

| Kryterium                              | Znaczenie procentowe kryterium | Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium |
|--|--------------------------------|--|
| Koncepcja realizacji zamówienia        | 45%                            | 45pkt.                                       |
| Cena działań bezpośrednich             | 20%                            | 20pkt.                                       |
| Termin płatności (w dniach)            | 20%                            | 20pkt.                                       |
| Ilość pakietów materiałów promocyjnych | 15%                            | 15pkt.                                       |
| Razem                                  | 100%                           | 100pkt.                                      |

Wybór Oferenta dokonany zostanie na podstawie największej ilości uzyskanych punktów zgodnie z następującą metodologią:

### KRYTERIUM 1. – Koncepcja realizacji zamówienia (K)

Liczba punktów które można uzyskać w ramach tego kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

$$K = \frac{\text{Liczba punktów przyznanych Ofercie badanej przez członków Komisji (1-45)}}{\text{Liczba członków Komisji dokonujących indywidualnej oceny ocenianej oferty}} \times 45\% \times 100 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 45 punktów.

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

Elementy kreacji przedstawione przez Oferenta (projekt/kreacja/scenariusz) będą podlegały ocenie przez każdego z członków Komisji. *Kryterium* będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 45pkt) dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej następujące obszary:

| ELEMENT OCENIANY   | KRYTERIA OCENY  | PKT |
|--|---|-----|
| 1. Key Visual kampanii (przykładowy projekt logotypu kampanii, przykładowy projekt graficzny torby reklamowej, przykładowy projektu banneru reklamowego do Internetu, przykładowy projekt wizytówki, przykładowy projekt długopisu, przykładowy papier firmowy, przykładowy projekt fanpage na FB) | - jakość kreatywna/atrakcyjność wizualna (0-4 pkt)<br>(jak bardzo jest to atrakcyjne (wizualnie) dla odbiorcy tj kolorystyka, czytelna grafika, twórcze rozwiązania )<br>- dostosowanie projektów do promowanego produktu (atrakcyjne wkomponowanie promowanego produktu w inne elementy projektu graficznego, dobór towarzyszących elementów graficznych w taki sposób, aby komponowały się z produktem i podkreślały jego wyjątkowe walory) (0-2 pkt)<br>- dostosowanie projektów do grupy docelowej (zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i kroju czcionek, kolorystyki) (0-2 pkt) | 0-8 |
| 2. Przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni ok. 50m <sup>2</sup>  | - zgodność projektu stoiska z nowoczesnymi trendami (preferowane jest wykorzystanie różnych materiałów zwiększających funkcjonalność i atrakcyjność projektu) (0-3)<br>- dostosowanie projektu do promowanego produktu (0-2)<br>- funkcjonalność stoiska - zaprojektowanie miejsc do ekspozycji jabłek, wygodny podział oraz część do rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni) (0-3)   | 0-8 |
| 3. projekt graficzny folderu (okładka, 2 przykładowe rozkładowki)  | - dostosowanie projektu do tematyki programu (0-2)<br>- dostosowanie projektów do grupy docelowej (zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i kroju czcionek, kolorystyki) (0-3)<br>- atrakcyjność wizualna (kolorystyka, czytelna grafika) (0-2)   | 0-7 |
| 4. projekt graficzny strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona)   | - dostosowanie projektu do tematyki programu (0-2)<br>- dostosowanie projektów do grupy docelowej (zastosowanie odpowiednich elementów graficznych, wielkości i kroju czcionek, kolorystyki) (0-3)<br>- nawigacja strony (przejrzysty układ strony), atrakcyjność graficzna fanpage (0-2)   | 0-7 |
| 5. przykładowy projekt reklamy prasowej  | - dostosowanie projektów do grupy docelowej (0-3)<br>- atrakcyjność wizualna (kolorystyka przyciągająca uwagę, czytelna grafika) (0-2)  | 0-5 |
| 6. przykładowy projekt roll-up   | - czytelność przekazu (0-2)<br>- atrakcyjność wizualna (kolorystyka, czytelna grafika) (0-3)  | 0-5 |

|                                 |  |     |
|---------------------------------|--|-----|
| 7. przykładowy projekt pendrive | - jakość (materiał/ parametry techniczne) (0-3) (im lepszy materiał/parametr tym większa ilość punktów)- atrakcyjność wizualna (nowoczesna forma pendrive) (0-2) | 0-5 |
|---------------------------------|--|-----|

### KRYTERIUM 2. Cena działań bezpośrednich (C)

Kryterium 2 Cena działań bezpośrednich) będzie rozpatrywane na podstawie podanych informacji przez Oferentów przy uwzględnieniu ceny działań bezpośrednich.

$$C = \frac{\text{Najniższa cena działań bezpośrednich spośród rozpatrywanych ofert}}{\text{Maksymalne koszty budżetu wynikające z SIWZ}} \times 20\% * 100 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 20 punktów.

### KRYTERIUM 3. Termin płatności (w dniach) (T)

Kryterium 3 Termin płatności (w dniach) będzie rozpatrywane na podstawie podanych informacji przez Oferentów w ofercie.

Liczba punktów, którą otrzyma Oferent w tym kryterium zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

$$T = \frac{\text{Proponowany przez danego Oferenta termin płatności faktur wystawianych w ramach projektu}}{\text{Najdłuższy termin płatności faktur wystawianych w ramach projektu wskazany w ofertach}} \times 20\% * 100 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 20pkt

### KRYTERIUM 4 Ilość pakietów materiałów promocyjnych

Ilość pakietów materiałów promocyjnych (min. 3900)

Liczba punktów, którą otrzyma Wykonawca w tym obszarze zostanie obliczona wg. poniższego wzoru:

$$K3 = \frac{\text{Proponowana przez danego oferenta ilość pakietów materiałów promocyjnych}}{\text{Największa proponowana ilość pakietów materiałów promocyjnych}} \times 15\% * 100 \text{ pkt}$$



## wśród wszystkich ofert

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać maksymalnie ocenę 15pkt

$$S = K + C + T + P$$

**K**- liczba punktów przyznanych danej ofercie w kryterium „Koncepcja realizacji zamówienia”

**C** – liczba punktów przyznanych danej ofercie w kryterium „Cena netto”

**T** - liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium „Termin płatności (w dniach)”

**P** – liczba punktów przyznanych danej ofercie w ramach kryterium „Ilość pakietów materiałów promocyjnych”

**S** – suma punktów danej oferty

Oferta, która otrzyma największą liczbę punktów zgodnie ze wzorem  $S = K + C + T + P$  zostanie uznana za najkorzystniejszą.

### 12. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert – **15/01/2019 r.**
- Termin na składanie ofert – **20/02/2019 r. godz. 12:00**
- Otwarcie ofert – **20/02/2019 r. godz. 12:15**
- Ocena ofert – **od 20/02/2019 r. do 22/02/2019 r.**
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania – **25/02/2019**

### 13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

- a. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszej SIWZ.
- b. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.
- c. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.

### 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 Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów rolnych.
- 14.2. Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy - w wysokości 7% wartości brutto przedmiotu umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy. Z wniesionej przez Wykonawcę całkowitej kwoty zabezpieczenia należytego wykonania 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 nie uregulowanych 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. weksla.

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 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. możliwość wprowadzenia zmian w przypadku 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.

e. Zmiana formy zabezpieczenia umowy

## **15. REALIZACJA KAMPANII INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ PT. SAMO ZDROWIE „JABŁKA CHOG”**

Zasady dotyczące realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej zawarte są we wzorze Istotnych Postanowień Umowy, stanowiącym **Załącznik nr 3** do niniejszej specyfikacji.

## **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 <http://jablkagrojeckie.pl/>, [www.oferty-biznesowe.pl/](http://www.oferty-biznesowe.pl/), [www.biznes-polska.pl](http://www.biznes-polska.pl/), [www.oferent.com.pl/](http://www.oferent.com.pl/) oraz w siedzibie Zamawiającego w miejscu publicznie dostępnym oraz zostanie dostarczona do wszystkich potencjalnych oferentów których otrzymali pierwotne zapytania.
- 16.5 Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
- 16.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: [stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl](mailto:stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl) lub tel. 698 762 020

## **17. ZAŁĄCZNIKI**

- **Załącznik nr 1 - Opis programu zaakceptowany przez Komisję Europejską dla kampanii „Samo zdrowie „Jabłka ChOG”**
- **Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego**
- **Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)**