

Warka, dnia 23.07.2021

ZAPYTANIE OFERTOWE 1/07/2021 z dnia 23.07.2021

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Stowarzyszenie Sady Grójeckie
Ul. Niemojewska 19,
05-660 Warka
Tel. 698 762 020
Mail: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy dostaw lub usług.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ):

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja zadania „**#wybieram POLSKIE jabłka**” - **kontynuacja**, którego celem jest zwiększenie spożycia krajowych owoców i warzyw oraz ich przetworów, w tym produktów ekologicznych, w wyniku zamiany postrzegania warzyw i owoców – edukacja konsumentów w zakresie pierwszoplanowej ich roli w diecie, patriotyzm konsumencki.

1. Emisja kampanii reklamowej 30 sekundowego spotu w serwisie youtube

Czas realizacji: sierpień 2021 – czerwiec 2022

Sposób realizacji:

- Utworzenie kanału youtube #wybieramPOLSKIEjabłka,
- Przygotowanie strategii i założeń kampanii reklamowej w serwisie youtube,
- Przeprowadzenie kampanii uwzględniającej promocję materiałów wideo w postaci 30 sekundowego spotu reklamowego, 2,5 minutowego filmu promocyjnego oraz materiałów wideo pochodzących z Jabłkowej Akademii Kulinarnej
- Przeprowadzenie kampanii uwzględniającej wyświetlanie materiałów wideo w postaci 30 sekundowego spotu reklamowego, 2,5 minutowego filmu promocyjnego oraz materiałów wideo pochodzących z Jabłkowej Akademii Kulinarnej, wyświetlanej przed lub w trakcie materiałów wideo dostępnych na platformie youtube z kategorii: kuchnia i gotowanie, porady domowe – sprzątanie, dekoracje, wystrój wnętrz, sport i fitness.

Działanie będzie składać się z dwóch elementów. Pierwszym z nich będzie utworzenie kanału #wybieramPOLSKIEjabłka na portalu youtube, na którym zamieszczane będą treści wideo pochodzące z Jabłkowej Akademii Kulinarnej oraz powstałe w pierwszej edycji projektu: 30 sekundowy spot reklamowy i 2,5 minutowy film promocyjny. Na kanale udostępniane będą również treści wideo, które nadsyłać będą uczestnicy konkursów realizowanych na portalach Facebook i Instagram. Treści zamieszczane na kanale będą promowane poprzez kampanię reklamową, której celem będzie zdobycie jak największej liczby widzów/użytkowników.

Drugi element działania to włączenie 30 sekundowego spotu do bloków reklamowych wyświetlanych przed lub w trakcie materiałów wideo dostępnych na platformie youtube wideo z kategorii: kuchnia i gotowanie, porady domowe – sprzątanie, dekoracje, wystrój wnętrz, sport i fitness. Powodem wyboru powyższych kategorii jest dotarcie z informacją do opisanej wcześniej grupy docelowej projektu. Materiały wideo przygotowane w ramach Jabłkowej Akademii Kulinarnej będą promowały poszczególne odmiany jabłek i możliwości ich kulinarnego zastosowania.

Rezultaty działania:

- Utworzenie kanału #wybieramPOLSKIEjabłka na portalu youtube
- Przeprowadzenie kampanii reklamowej w okresie sierpień – październik 2021
- Dotarcie do minimum 500 000 odbiorców
- Uzyskanie 1500 subskrypcji kanału #wybieramPOLSKIEjabłka
- Włączenie do bloków reklamowych materiałów wideo wykorzystywanych w realizacji zadania

2. Kampania promocyjna w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram)

Czas realizacji: wrzesień 2021 – czerwiec 2022

Sposób realizacji:

- Przygotowanie postów: grafika wraz z tekstem na profile #wybieramPOLSKIEjabłka oddzielnie na Facebook i Instagram.
- Zamieszczenie przygotowanych postów
- Promocja wybranych postów na profilach #wybieramPOLSKIEjabłka na Facebooku i Instagramie (kampania reklamowa)
- Produkcja i realizacja sesji zdjęciowej

Działanie obejmować będzie również serię 2 konkursów dla użytkowników mediów społecznościowych:

Konkurs 1 Ninja z Sadu:

Konkurs zostanie ogłoszony na profilach #wybieramPOLSKIEjabłka na portalach Facebook i Instagram. Informacja o realizacji konkursu zostanie rozpowszechniona poprzez płatną kampanię reklamową.

Ideą konkursu jest zwiększenie zainteresowania grą Ninja z Sadu wśród dzieci i młodzieży. Każdy uczestnik konkursu będzie musiał zamieścić na swoim profilu zdjęcie (zrzut ekranu) z najwyższym osiągniętym wynikiem w grze Ninja z Sadu. Nagrody zostaną przyznane dla 1, 2 i 3 miejsca. Nagrodami będą: 1 miejsce (smartfon), 2 miejsce (słuchawki bezprzewodowe), 3 miejsce (powerbank). Jednocześnie zdobywcy 1,2 i 3 miejsca otrzymają Jabłkowe Zestawy Podarunkowe składające się z owoców, soków i przetworów jabłkowych, które produkują partnerzy projektu.

Konkurs 2 Dzieci jedzą jabłka

Konkurs zostanie ogłoszony na profilach #wybieramPOLSKIEjabłka na portalach Facebook i Instagram. Jego celem jest zaangażowanie użytkowników ww. portali do dzielenia się pomysłami na sposoby przekonania dzieci do jedzenia jabłek. Użytkownik zgłaszający się do konkursu będzie musiał zamieścić na swoim profilu post z #wybieramPOLSKIEjabłka zawierający zdjęcie lub materiał wideo

przedstawiający sposób podania jabłek, przepis na danie lub inną atrakcyjną formę podania jabłek dzieciom. Zadaniem każdego z uczestników konkursu będzie poinformowanie, jaka odmiana jabłka została użyta. W ramach konkursu, za pomocą mediów społecznościowych, przeprowadzona zostanie również ankieta dotycząca najbardziej popularnej odmiany jabłek dla dzieci. Jej wyniki zostaną opublikowane na wszystkich kanałach mediów społecznościowych projektu #wybieramPOLSKIEjabłka. Jury składające się z przedstawicieli wszystkich partnerów realizujących projekt wybierze 3 najciekawsze, najzabawniejsze lub najbardziej innowacyjne sposoby przekonania dzieci do jedzenia jabłek. Nagrodami w konkursie będą: 1 miejsce (robot kuchenny), 2 miejsce (wyciskarka wolnoobrotowa), 3 miejsce (blender ręczny). Jednocześnie zdobywcy 1,2 i 3 miejsca otrzymają Jabłkowe Zestawy Podarunkowe składające się z owoców, skoków i przetworów jabłkowych, które produkują partnerzy projektu.

Rezultaty działania:

- Produkcja i realizacja sesji zdjęciowej (20 zdjęć) wiosna w sadzie – analogicznie w stosunku do pierwszej edycji projektu bohaterami sesji będą autentyczne rodziny sadowników
- Przeprowadzenie 2 konkursów
- Przygotowanie 15 infografik o tematyce jabłkowej
- Przygotowanie i zamieszczenie 84 postów na profilach #wybieramPOLSKIEjabłka (42 posty na profil Facebook, 42 posty na profil Instagram)
- Przeprowadzenie kampanii reklamowej w okresie 7 miesięcy
- Planowany zasięg kampanii reklamowej: 500 000 odbiorców
- Liczba użytkowników, którzy polubili profile #wybieramPOLSKIEjabłka: 5000

3. Promocja gry Ninja z Sadu

Czas realizacji: październik 2021 – kwiecień 2022

Sposób realizacji:

- Zaprojektowanie i realizacja kampanii reklamowej w sklepie Google Play, App Store oraz na portalu librus

Rezultaty działania:

- Dotarcie z informacją o grze mobilnej Ninja z Sadu do 500 000 odbiorców

4. Emisja 30 sekundowego spotu oraz billboardów graficznych (animacji GIF) w komunikacji miejskiej

Czas realizacji: wrzesień - październik 2021

Sposób realizacji:

- Realizacja kampanii promocyjnej na ekranach LCD w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie
- Realizacja kampanii promocyjnej na ekranach LCD w Kolejach Mazowieckich
- Przygotowanie krótkiej animacji GIF, trwającej maksymalnie 5 sekund, która będzie promować zwiększenie spożycia polskich jabłek i pokazywać ich walory zdrowotne

Rezultaty działania:

- Dotarcie do minimum 5 mln odbiorców łącznie dla wszystkich form emisji reklamy.
- Przygotowanie 5 sekundowej animacji GIF
- 2 kampanie reklamowe w komunikacji miejskiej w Warszawie i Kolejach Mazowieckich, w tym minimum 7 dniowa kampania reklamowa na ekranach LCD w wagonach warszawskiego metra

5. Obsługa PR

Czas realizacji: sierpień 2021 – czerwiec 2022

Środki realizacji:

- Przygotowanie 5 występów, wywiadów w programach informacyjnych ogólnopolskich stacji telewizyjnych, w których występować będą przedstawiciele partnerów realizujących projekt. Planowana tematyka wywiadów i wystąpień: informacje dotyczące sytuacji branży sadowniczej w aspekcie: ekonomicznym, ekologicznym, lifestylowym i zdrowotnym
- Zapewnienie emisji przygotowanych wcześniej wywiadów i występów telewizyjnych w ogólnopolskich stacjach informacyjnych
- Przygotowanie i dystrybucja 2 informacji prasowych miesięcznie

Rezultaty działania:

- udział przedstawicieli partnerów realizujących projekt w 5 programach telewizyjnych
- przygotowanie łącznej liczby 16 informacji prasowych
- dotarcie z przekazem do grupy minimum 500 000 odbiorców.

6. Przygotowanie i druk książeczki dla dzieci – Antek z sadu

Czas realizacji: sierpień-wrzesień 2021

Środki realizacji:

- przygotowanie, druk i skład książeczki dla dzieci w wieku od 7 do 12 lat, zawierającej 12 rozdziałów, wraz z grafikami do każdego rozdziału
- dystrybucja książeczki w szkołach z miast, w których siedziby mają wszyscy partnerzy projektu
- umieszczenie w książeczce kodu QR umożliwiającego ściągnięcie gry mobilnej Ninja z sadu

Książeczka dane techniczne:

Zadruk: Kolorowy (CMYK, 4+4)

Sposób oprawy: Oprawa szyto-klejona

Format: A5 (148x210)

Technologia: Druk offsetowy

Okładka:

Zadruk: Jednostronny w kolorze (CMYK, 4+0)

Papier: Karton jednostronnie powlekany 250 g.

Folia: Jednostronnie folia błyszcząca

Technologia: Druk offsetowy

Nakład: 3000

Liczba stron (bez okładki): ok 48

Rezultaty działania:

- Dystrybucja 3000 egzemplarzy książeczki w 6 miastach, w których siedziby mają partnerzy i lider projektu.
- Przygotowanie, skład i druk 3000 egzemplarzy książeczki

7. Przygotowanie i realizacja Jabłkowej Akademii Kulinarnej

Czas realizacji: pierwsza edycja: wrzesień 2021 druga edycja kwiecień/maj 2022

Środki realizacji:

- Organizacja 2, 4 godzinnych edycji Jabłkowej Akademii Kulinarnej dla łącznej liczby 20 uczestników
- Obsługa wydarzenia
- Przygotowanie i produkcja profesjonalnej relacji wideo z 2 edycji Jabłkowej Akademii Kulinarnej
- Organizacja i obsługa 2 warsztatów kulinarnych będących częścią Jabłkowej Akademii Kulinarnej, prowadzonych przez profesjonalnego kucharza
- Przygotowanie przepisów, które będą wykorzystane w realizacji Jabłkowej Akademii Kulinarnej nawiązujących do zasady: połowa talerza należy do warzyw i owoców z jabłkiem w roli głównej. Opracowany content powinien być prezentowany w ustalonej identyfikacji wizualnej (spójnej dla działań podejmowanych przez sektor i finansowanych z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw). Szczegóły na stronie www.polowasukcesu.pl
- Jedna z edycji Jabłkowej Akademii Kulinarnej powinna odbyć się w ramach obchodów Światowego Dnia Jabłka.
- Organizacja konkursu w mediach społecznościowych, który wyłoni uczestników 2 edycji Jabłkowej Akademii Kulinarnej.
- Zapewnienie transportu dla uczestników 2 edycji Jabłkowej Akademii Kulinarnej

Rezultaty działania:

- Przeprowadzenie 2 warsztatów Jabłkowej Akademii Kulinarnej prowadzonych przez profesjonalnego kucharza
- Produkcja i montaż 2, 5 minutowych filmów prezentujących realizację Jabłkowej Akademii Kulinarnej

- Przygotowanie krótkich 10 1,5 minutowych materiałów wideo prezentujących przepisy wykorzystywane w Jabłkowej Akademii Kulinarnej na podstawie 2 nagranych materiałów wideo.
- Zamieszczenie filmów na kanale youtube #wybieramPOLSKIEjabłka oraz na mediach społecznościowych Facebook i Instagram

8. Śniadanie prasowe

Czas realizacji: kwiecień/maj 2022

Środki realizacji:

- Organizacja śniadania prasowego w kwitnym sadzie
- Zaproszenie dziennikarzy
- Obsługa wydarzenia

Opis działania:

Rezultaty działania:

- Realizacja śniadania prasowego
- Zaproszenie 20 dziennikarzy
- Wysyłka informacji prasowych do mediów
- Przeprowadzenie prezentacji podsumowujących raport „Trendy”
- Przeprowadzenie jabłkowego pokazu kulinarnego

9. Szkolenia on-line dla sadowników – kontynuacja szkoleń „Świadomy sadownik”

Czas realizacji: luty - marzec 2022

Środki realizacji:

- Przygotowanie prezentacji multimedialnej
- Organizacja transmisji on-line na kanale #wybieramPOLSKIEjabłka
- Nagranie transmitowanych szkoleń

Rezultaty działania:

- Przygotowanie zawartości merytorycznej 3 szkoleń
- Przygotowanie 3 prezentacji multimedialnych wraz z grafikami
- Emisja szkoleń przy pomocy wybranego komunikatora
- Nagranie szkoleń
- Umieszczenie gotowych materiałów wideo na kanale #wybieramPOLSKIEjabłka na platformie youtube.

10. Organizacja obchodów Światowego Dnia Jabłka 2021

Czas realizacji: wrzesień 2021

Środki realizacji:

- Obchody Światowego Dnia Jabłka będą miały miejsce w ramach Narodowego Dnia Sportu, który organizowany jest 11 września na błoniach Stadionu Narodowego w Warszawie.
- W ramach obchodów Światowego Dnia Jabłka należy zorganizować minimum:
 - Pokaz kulinarny
 - Grę terenową
 - Obsługę wydarzenia i gry terenowej

Rezultaty działania:

- organizacja 1 pokazu kulinarnego
- organizacja gry terenowej
- przygotowanie i produkcja pięciu tablic informacyjnych
- zatrudnienia obsługi gry terenowej wraz z dekoracjami i strojami
- Przygotowanie i druk 10 000 ulotek informacyjnych

W szczególności oferta powinna obejmować między innymi następujące elementy:

1. Prowadzenie fanpageów na Facebook i Instagram przez okres 11 miesięcy w sposób spójny z całą kampanią
2. Preprodukcję, produkcję i postprodukcję – materiałów filmowych i zdjęć objętych zapytaniem ofertowym
3. Obsługa śniadania prasowego. (Promocja i organizacja wydarzenia, relacja w mediach. Organizacja miejsca umożliwiającego nagranie dla dziennikarzy, gości, ekspertów, wywiadów. Organizacja prezentacji jabłek i ich przetworów.)
4. Produkcja wszystkich materiałów potrzebnych do realizacji zamówienia.
5. Nadzór strategiczny nad wdrożeniem działań zadania przez cały okres trwania zadania.
6. Monitoring mediów elektronicznych przez cały okres trwania zadania.
7. Projektowanie graficzne (projektowanie graficzne materiałów, service design).
8. Sporządzanie raportów z każdego z wykonanych działań, zawierających dowody realizacji zakładanych celów. Dodatkowo sporządzenie raportu podsumowującego cały projekt.
9. Przeprowadzenie procesu ewaluacji wraz z wnioskami.
10. Zapewnienie emisji wywiadów w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych w ramach działania obsługa PR wraz ze wskazaniem stacji telewizyjnych, w których nastąpi emisja
11. Przedstawienie koncepcji 12 rozdziałów książeczki dla dzieci pod tytułem „Antek z sadu”, wraz z grafikami do każdego rozdziału oraz projektem okładki książeczki.

Cena całkowita netto oferty nie może przekroczyć kwoty 483 525,00 złote (czterysta osiemdziesiąt trzy tysiące pięćset dwadzieścia pięć złotych 00/100).

IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą tj. osób fizycznych, jednostek organizacyjnych posiadających zdolność prawną bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej.

2. Warunek udziału w postępowaniu dotyczący zdolności zawodowej zostanie spełniony, jeśli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 6 lat, przed upływem terminu składania oferty, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał (zrealizował, zakończył) co najmniej dwie usługi dotyczące organizacji działań promocyjnych w tym imprez oraz organizowania spotkań z mediami lub działań o podobnym charakterze finansowanych ze środków publicznych, realizowane w ramach jednego zlecenia lub jako oddzielne zadania, o łącznej wartości co najmniej 550 000,00 PLN (słownie złotych: pięćset pięćdziesiąt tysięcy). Jeżeli wartość usługi jest wyrażona w walucie innej niż PLN, w celu oceny spełnienia warunku udziału w postępowaniu Zamawiający dokona przeliczenia wskazanej kwoty na PLN według średniego kursu Narodowego Banku Polskiego obowiązującego, w dniu zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego, a jeżeli w tym dniu nie publikowano kursu tej waluty – według ostatniego średniego kursu Narodowego Banku Polskiego przed dniem zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego.

3. W celu potwierdzenia spełniania warunku dotyczącego zdolności zawodowej Wykonawca jest zobowiązany złożyć wraz z ofertą oświadczenie zgodne z załącznikiem nr 1.

V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych.

2. Ofertę należy składać w formie elektronicznej w postaci koncepcji realizacji przedmiotu zamówienia zgodnej z wymogami zapytania ofertowego oraz specyfikacji kosztów wraz z ceną całkowitą netto, email: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl. Możliwe jest złożenie oferty w formie papierowej w biurze Stowarzyszenia Sady Grójeckie (ul. Niemojewska 19, 05-660 Warka) nie później niż do godz.16:00 ostatniego dnia składania ofert.

3. Oferta musi zawierać ponadto: pełną nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.

4. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy w chwili złożenia oferty nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji i oświadczą to w Oświadczeniu Wykonawcy (załącznik nr 1).

5. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2020 r., poz. 2244)” (załącznik nr 2)

6. Ofertę należy złożyć w języku polskim.

7. Oferta musi być **parafowana na każdej stronie i podpisana** przez osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym

pełnomocnictwem. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem i pozostawieniem oferty bez rozpatrzenia.

8. Oferty należy składać z ceną całkowitą netto podaną w PLN.

9. Płatność za usługę określoną w punkcie III, nastąpi w terminie i w sposób uzgodniony między Zamawiającym a Wykonawcą.

10. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.

11. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:

a) w przypadku stwierdzenia, że jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego, niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,

b) jeżeli została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,

c) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę,

d) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X. 3,

e) została złożona po terminie.

VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:

do 02.08.2020 roku, godz. 16:00 – w formie elektronicznej lub papierowej

O prawidłowości dochowania terminu złożenia oferty w formie papierowej, decyduje data i czas wpłynięcia oferty do siedziby Zamawiającego.

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą cenę netto otrzyma 30 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku) najniższa cena netto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe.

$$\text{Kryterium 1} = \frac{\text{Najniższa cena netto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{Cena netto badanej oferty}} \times 30 \text{ pkt}$$

Kryterium 2: doświadczenie oferenta w zakresie realizacji projektów promocyjnych – waga kryterium 30.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

I.p	Opis	Maksymalna liczba punktów
1	Doświadczenie w realizacji projektów promocyjnych dla branży spożywczej	10
2	Doświadczenie w organizacji konferencji, spotkań z mediami.	10
3	Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii digital i online	5
4	Wartość projektów promowanych przez oferenta	5

Punktacja badanej oferty

Kryterium 2 = ----- x 30 pkt
Najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2

Kryterium 3: Ocena merytoryczna oferty – 40 pkt.

Kryterium 3 będzie rozpatrywane na podstawie merytorycznej oceny punktowej rozwiązań zaproponowanych przez Wykonawcę w programie. Najkorzystniejsza oferta może otrzymać ocenę 40 punktów, gdzie ocenie zostaną podane następujące parametry:

I.p	Opis	Maksymalna liczba punktów
1	Wizja artystyczna programu oraz jej spójność merytoryczna przy realizacji prac objętych zamówieniem oraz spójności z dotychczasową komunikacją projektu #wybieramPOLSKIEjabłka	15
2	Czytelność argumentów racjonalnych przedstawionych w przekazie i przejrzystość przesłania zgodna z celami projektu	5
3	Zauważalność i siła oddziaływania przekazu, w tym potencjalna liczba odbiorców przekazu	10
4	Innowacyjność rozwiązań kreatywnych i pomysłów na przeprowadzenie wszystkich działań w ramach programu.	10

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

punktacja badanej oferty
Kryterium 3 = ----- x 40 pkt
najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 3

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Termin realizacji zamówienia: od podpisania umowy do 30 czerwca 2022 roku
2. Fakturowanie i terminy płatności: do uzgodnienia.

IX. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Magdalena Wrotek-Figarska, magdalena@jablkagrojeckie.pl

Jacek Dębski, marketing@jablkagrojeckie.pl

X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający odpowie na pytania Wykonawcy dotyczące wyjaśnienia przedmiotu oferty, zadane drogą e-mailową najpóźniej w czwartym dniu roboczym licząc od dnia upublicznienia zapytania ofertowego, tj. do 29.07.2021.
3. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień oferty w wyznaczonym przez siebie terminie.
4. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą w wyznaczonym przez siebie terminie.
5. Zamawiający nie będzie prowadził z Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywania jakiegokolwiek zmiany w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
8. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi, uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria zostanie udokumentowany protokołem.
9. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie trzech dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty (poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwości wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona, jako kolejna na liście).
10. Oferta cenowa powinna być sporządzona wyłącznie w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia.

11. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po wskazanym wyżej terminie nie zostanie uwzględniona.

12. Wykonawca związany jest ofertą 30 dni.

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

14. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.

15. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Stowarzyszenia Sady Grójeckie.

Informujemy, że Zapytanie ofertowe znajdują się na stronie internetowej Stowarzyszenia Sady Grójeckie www.jablkagrojeckie.pl