

KRD-IG -110/2024

Warszawa, dnia 6 grudnia 2024 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE DOTYCZĄCE PROJEKTU (ZADANIA):

### „POLSKI DRÓB W CHINACH, CZYLI PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA DROBIOWEGO PODCZAS TARGÓW SIAL CHINA”

#### ZAMAWIAJĄCY:

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza

ul. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa

[www.krd-ig.com.pl](http://www.krd-ig.com.pl)

#### OSOBA/Y UPOWAŻNIONA/E DO KONTAKTU Z OFERENTAMI:

Marta Kędel, Zastępca Dyrektora Generalnego, Promocja i Administracja, e-mail: [m.kedel@krd-ig.pl](mailto:m.kedel@krd-ig.pl)

Irena Sikorska, Główny Specjalista ds. Administracji i Promocji, e-mail: [i.sikorska@krd-ig.pl](mailto:i.sikorska@krd-ig.pl)

#### TŁO PROJEKTU:

Dnia 1 lipca 2009 roku weszła w życie ustawa na mocy której wszyscy producenci żywca, a także jego eksporterzy są obciążani kwotą w wysokości 0,1% wartości żywca na rzecz Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. Beneficjentami tego funduszu są ogólnokrajowe organizacje branżowe.

Korzystając z zapisów Ustawy z 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (*Dz. U. 97. poz. 799 z późn.zm.*). Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza zwróciła się do Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego o wpisanie do planu finansowego na rok 2025 zadania pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA”. Wniosek został zaakceptowany przez Komisję Zarządzającą Funduszu Mięsa Drobiowego.

Polska osiągnęła wysoką i stabilną pozycję na światowym rynku drobiu i nieustannie ją umacnia. Sprzedaż zagraniczna polskiego drobiu to filar rozwoju branży. PGlobalna produkcja mięsa drobiowego w 2023 roku wyniosła 3.462 tys. ton i była o ponad 3,3% większa niż w 2022 roku, a bilans handlu zagranicznego od lat jest dodatni, czyli eksport przewyższa import i z roku na rok saldo obrotów się powiększa. Aktualnie głównym rynkiem eksportowym dla polskich producentów pozostaje Wielka Brytania. Jednakże na świecie najwięksi importerzy drobiu to Chiny z Hongkongiem (z wolumenem ponad 400 tys. ton w 2023 roku) przez Japonię oraz wspomnianą Wielką Brytanią. Naturalne jest, że polska branża drobiarska mocno koncentruje się na przywróceniu swojej szerokiej obecności właśnie w Chinach.

W czerwcu 2024 r. Polska jako czwarty kraj na świecie, otrzymała zgodę Chin na wprowadzenie regionalizacji dot. grypy ptaków, która umożliwić będzie płynną realizację eksportu nawet w przypadku wystąpienia ogniska grypy ptaków, a w lipcu – do Japonii. Do tego niewątpliwego sukcesu przyczyniły się działania KRD-IG realizowane w ramach innych zakończonych kampanii informacyjno-promocyjnych na rynkach azjatyckich. Jak wspomniano Chiny z Hongkongiem są największym importerem drobiu na świecie. Dlatego konieczne jest prowadzenie działań, które pozwolą na budowanie i poszerzanie relacji biznesowych pomiędzy polskimi eksporterami, a chińskimi importerami.

Produkty pochodzące z Polski cenione są za walory smakowe oraz wysoką jakość wynikającą z restrykcyjnych wymogów unijnych i krajowych dotyczących produkcji żywności. Wysyłka za granicę wymaga od producentów stałego poszukiwania nowych kontaktów oraz podtrzymywania relacji z obecnymi odbiorcami.

Rynek chiński jest bardzo konkurencyjny, dlatego brak bieżących kontaktów utrudni zwiększanie wolumenu eksportu do Chin. Warto podkreślić, że wraz z rosnącą zamożnością chińskiego społeczeństwa dynamicznie rośnie zainteresowanie wysokiej jakości, zdrową czy nawet ekologiczną żywnością. Ten trend bardzo dobrze sprzyja wysokiej jakości ofercie polskich producentów drobiu, która dodatkowo może podkreślać swój wyróżnik w postaci zrównoważonej hodowli i produkcji.

Międzynarodowe imprezy targowe o globalnej skali i ugruntowanej pozycji – jak targi SIAL China - to bardzo ważne miejsce, gdzie spotyka się cała branża spożywcza: producenci, odbiorcy hurtowi, przedstawiciele sieci handlowych, HoReCa, przetwórcy poszukujący surowca.

**Targi SIAL China** w Szanghaju, są jednym z największych wydarzeń targowych branży rolno-spożywczej na świecie, skierowane przede wszystkim do profesjonalistów tego sektora. Jest to wiodące wydarzenie na azjatyckim rynku spożywczym, które umożliwia firmom rozszerzenie swojej działalności na rynki międzynarodowe, otwierając dostęp do nowych obszarów biznesowych. Jest to także miejsce, gdzie zaobserwować można najnowsze trendy w produkcji i dystrybucji produktów żywnościowych. Targi SIAL China stanowią nie tylko miejsce spotkań dla firm poszukujących partnerów biznesowych i planujących rozwój lub ekspansję działalności eksportowej, ale również platformę wymiany innowacji oraz prezentacji najnowszych rozwiązań i patentów w branży spożywczej.

**W 2025 roku targi odbędą się w dniach 19-21 maja.** Rozwój eksportu zarówno na rynku unijnym, jak i krajach trzecich jest niepodważalnym warunkiem rozwoju polskiej branży drobiarskiej w kolejnych latach. Rynek chiński wymaga zintensyfikowanych działań ukierunkowanych na:

- utrzymanie bieżących relacji;
- pozyskanie nowych kontraktów handlowych
- budowę świadomości marki „Polski drób” oraz „Polska Smakuje”, za którymi stoją następujące wartości:
  - wyjątkowa jakość i walory smakowe, wynikające z pełnej kontroli procesu produkcji „od pola do stołu”, możliwej dzięki rosnącej integracji pionowej sektora;
  - najwyższy poziom bezpieczeństwa żywnościowego i zdrowotnego całej oferty mięsa i przetworów drobiowych pochodzących z Polski, gwarantowany przez skuteczne egzekwowanie przepisów krajowych i regulacji Unii Europejskiej;
  - szeroki asortyment produktów drobiowych: kurczaki, indyki, gęsi, kaczki i inne rodzaje drobiu (dostępne także w wariacie mrożonym oraz halal) oraz przetwory, w tym rozwijająca się kategoria convenience food;
  - elastyczność polskich producentów w dopasowaniu oferty w zakresie asortymentu, cięć itp. do oczekiwań i potrzeb poszczególnych odbiorców.

**KRD-IG, jako reprezentant polskiej branży drobiarskiej, planuje udostępnić polskim producentom i przetwórcom drobiu przestrzeń do rozmów handlowych i spotkań biznesowych. Dzieje się to w otoczeniu promującym przewagę konkurencyjne polskiego drobiu: jego jakość i bezpieczeństwo oraz walory smakowe i kulinarne.**

*Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza ([www.krd-ig.com.pl](http://www.krd-ig.com.pl)) jest organizacją skupiającą w swych szeregach przede wszystkim producentów i przetwórców drobiu. Wśród nich są niemal wszyscy najwięksi producenci krajowi i eksporterzy tego gatunku mięsa. Zrzeszone w KRD-IG firmy posiadają ok. 70% udziału w polskim rynku drobiu i ponad 90% udziałów w eksporcie.*

*KRD-IG ma na celu rozwój i modernizację polskiego przemysłu drobiarskiego, ochronę interesów hodowców drobiu, producentów i przetwórców, ich integrację oraz reprezentację sektora drobiarskiego przed organami państwowymi oraz organizacjami pozarządowymi.*

*KRD-IG jest członkiem najważniejszych międzynarodowych organizacji drobiarskich: AVEC, CLITRAVI, ELPHA, IPC, WPSA.*

## PRZEDMIOT PROJEKTU:

Przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego są działania związane z organizacją stoiska branżowego, działaniami okołotargowymi i zapewnienie efektywnego funkcjonowania stoiska w czasie targów SIAL China 2025, w tym:

- **Wynajmem powierzchni wystawienniczej min. 90 m<sup>2</sup>**
  - Wymagania: stoisko wyspowe, **lokalizacja w hali mięsnej, najlepiej sekcja drobiowa** wraz z obowiązkowymi opłatami na rzecz targów SIAL China, w tym: m.in. opłata rejestracyjna, ubezpieczenie stoiska, opłata za sprzętanie, wejściówki dla organizatorów i ekipy obsługującej;
- **Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych** (broszura);
- **Przygotowanie stoiska** z uwzględnieniem strefy biznesowej kulinarnej/gastronomicznej, recepcyjnej oraz magazynowej z zaprojektowaniem, montażem oraz demontażem, podłączeniem wody, prądu, internetu;
- **Organizacja strefy** kulinarnej/gastronomicznej oraz degustacji dań z polskiego drobiu na stoisku przez cały okres trwania targów;
- **Kompleksowa organizacja wyjazdu i udziału** KRD-IG w targach SIAL China 2025 r.

Szczegółowy opis znajduje się w sekcji „ZAŁOŻENIA PROJEKTU”.

Przedmiot projektu (zadania) finansowany jest ze środków funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, o których mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. 97. poz. 799 z późn.zm.).

#### CELE PROJEKTU:

Rozwój eksportu zarówno na rynku unijnym, jak i krajach trzecich jest niepodważalnym warunkiem rozwoju branży w kolejnych latach. Rynek chiński wymaga zintensyfikowanych działań ukierunkowanych na pozyskanie nowych kontraktów handlowych, utrzymanie bieżących relacji, budowę świadomości marki „Polski drób” oraz „Polska Smakuje”, za którymi stoją między innymi jakość, bezpieczeństwo produkcji i walory smakowe.

Celem nadrzędnym działań targowych prowadzonych poza Polską jest wzrost konkurencyjności polskiego drobiu na rynku światowym oraz stworzenie pozytywnych warunków dla rozwoju eksportu polskiego do krajów trzecich. Chiny stanowią istotny kierunek w handlu zagranicznym. Konieczne jest zagwarantowanie obecności polskiej branży drobiarskiej na SIAL CHINA 2025, aby móc konkurować na tym rynku z innymi eksporterami drobiu na świecie. Aktualnie Chiny importują drób głównie z Brazylii (ok. 45-50%) oraz USA (~20%). Istotne wolumeny pochodzą także z Tajlandii (~12%), Rosji (~11%) oraz Białorusi (~7%).

#### Cel główny:

- Wzrost konkurencyjności polskiego drobiu oraz produktów z niego przetworzonych na rynku światowym oraz stworzenie pozytywnych warunków dla rozwoju eksportu.  
ryнку światowym oraz stworzenie pozytywnych warunków dla rozwoju eksportu.

#### Cele szczegółowe zadania wynikają ze „Strategii Promocji dla branży mięsa drobiowego na rok 2025”:

- Kształtowanie pozytywnego wizerunku i rozpoznawalności polskiego drobiu (Polski Drób/Polish Poultry) oraz polskich produktów rolno-spożywczych, w tym produktów, lokalnych, regionalnych i tradycyjnych (Polska Smakuje / Poland Tastes Good) na rynkach krajowych i zagranicznych.  
- Aktywne wsparcie rozwoju eksportu zarówno na rynki państw UE, jak i krajów trzecich oraz rozwój relacji biznesowych z obecnymi i potencjalnymi kontrahentami.

#### ZAŁOŻENIA PROJEKTU:

W ramach projektu planuje się następujące działania:

##### 1. Wynajem powierzchni wystawienniczej min. 90 m2:

- wynajem powierzchni targowej o powierzchni min. 90 m2 (wyspa);
- lokalizacja w hali mięsnej, najlepiej sekcja drobiowa wraz z obowiązkowymi opłatami rejestracyjnymi i marketingowymi oraz ubezpieczeniem na rzecz targów SIAL, w tym: m.in. opłata rejestracyjna, pakiet marketingowy, ubezpieczenie stoiska, opłata za sprzętanie, wejściówki dla organizatorów i ekipy obsługującej.

##### 2. Przygotowanie stoiska i materiałów informacyjno-promocyjnych obejmujące:

- przygotowanie treści, projektu graficznego, skład oraz tłumaczenie broszury targowej „POLISH POULTRY” zawierającej informacje o polskim drobiu oraz profile firm znajdujących się na stoisku – broszura będzie zawierać krótki opis polskiej oferty w zakresie drobiu oraz wizytówki firm. Broszura zostanie przygotowana w wersji angielsko-chińskiej, tylko w wersji elektronicznej, plik pdf dostępny online pod QR code, który będzie również dostępny na stoisku, plik do 4 - 8 stron, format kwadrat 1:1 lub A4;
- przygotowanie projektu stoiska targowego min. 90 m2; z uwzględnieniem przestrzeni do spotkań B2B, recepcji, przestrzeni kuchennej oraz przestrzeni magazynowej;
- dostarczenie niezbędnych mediów na stoisko (prąd, woda, internet);
- realizację kompleksowej zabudowy stoiska – produkcja zabudowy – stoisko zostanie wyposażone w przestrzeń do spotkań B2B, recepcję, przestrzeń kuchenną, przestrzeń do pokazów kulinarnych oraz przestrzeń magazynową – przestrzeń kuchenna zostanie wyposażona w niezbędny sprzęt do realizacji pokazów i degustacji (naczynia do gotowania, talerze, etc.);
- wynagrodzenie zewnętrznej agencji, która będzie odpowiadać za koordynację realizacji całego zadania.

Stoisko musi być odpowiednio wysokie, tak aby zapewniało widoczność i wyróżniało się na tle innych stoisk, ale spełniające wymagania techniczne organizatora targów. Konieczne jest stworzenie indywidualnej strefy dla każdego Współwystawcy, zapewniającej intymną przestrzeń do rozmów biznesowych. Współwystawcy muszą mieć możliwość ‘wyjścia do klienta’ – swobodnej rozmowy z osobami spacerującymi wokół stoiska.

Prócz przestrzeni biznesowej z recepcją na stoisku znajdzie się strefa kulinarna/gastronomiczna, gdzie odbywać się będą degustacje dań na bazie polskiego drobiu, które przyciągają uwagę kontrahentów.

Stoisko musi być estetyczne, z nowoczesnym typem zabudowy, z komunikatywną grafiką odzwierciedlającą siłę, zrównoważoną produkcję i nowoczesność polskiego sektora drobiarskiego. W grafikach należy wykorzystać motywy identyfikacji polskiej żywności („Poland tastes good”).

**3. Poniesienie kosztów wynagrodzenia dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania, w tym:**

- transporty i wysyłkę materiałów - transporty na miejscu zakupionych produktów spożywczych, dostawa elementów stoiska, dostawa materiałów informacyjno- promocyjnych na teren targów;
- wysyłkę materiałów informacyjno-promocyjnych z Polski (katalogi i inne materiały dostarczone przez firmy będące członkami delegacji – materiały zostaną dostarczone na koszt firm do jednego miejsca w Polsce, a następnie wysłane do Chin w ramach kosztów realizacji zadania);
- obsługę stoiska na miejscu - tłumacz - 1 osoba \* 3 dni;
- obsługę stoiska na miejscu - hostessy - 2 osoby \* 3 dni;
- umówienie spotkań B2B na stoisko - wynagrodzenie dla lokalnych ekspertów (osób, które w języku chińskim umawiać będą spotkania na miejscu);
- zakup produktów spożywczych dla kucharza w tym mięsa, produktów do pokazów oraz degustacji, zakup napojów, słodkich przekąsek, etc.;
- wynajem pomocnika kucharza (osoba lokalna) - wynagrodzenie - 4 dni (3 dni targowe + pomoc w zakupach i przygotowaniu potraw przed targami - 1 dzień);  
wynagrodzenie kucharza – kucharz będzie odpowiadać za realizację pokazów kulinarnych i degustacji oraz przygotowanie menu, organizację zakupów na miejscu;
- wynagrodzenie zewnętrznej agencji, która będzie odpowiadać za koordynację realizacji całego zadania.

**4. Wynajem niezbędnego sprzętu, w tym:**

- najem mebli, sprzętu chłodniczego, specjalistycznego sprzętu gastronomicznego kuchennego oraz innych środków trwałych, w tym wyposażenie kuchni w sprzęt kuchenny i sprzęt do serwowania dla gości - porcelanę, szklanki, sztućce etc.

**5. Zakup biletów na podróż samolotem lub innym publicznym środkiem transportu dla:**

- Delegacja liczy 11 osób, w tym opiekun grupy (ze strony Wykonawcy), kucharz, 9 przedstawicieli branży (w tym przedstawiciel/e KRD-IG), przelot Polska-Szanghaj-Polska.

**6. Pokrycie kosztów zakwaterowania dla:**

- opiekuna grupy oraz kucharza – 14 osobodób (2 osoby x 7 dób) przy zachowaniu limitu na nocleg w Chinach w wysokości 170 EUR/doba/os.;
- delegacji – 54 osobodób (9 osoby x 6 dób) przy zachowaniu limitu na nocleg w Chinach w wysokości 170 EUR/doba/os.

**7. Pokrycie kosztów pobytu dla:**

- 2 osób - 14 osobodni (2 osoby – kucharz i opiekun grupy x 7 dni) przy zachowaniu limitu na pobyt na miejscu w Chinach w wysokości 55 EUR/dzień/os.;
- 9 osób - 54 osobodni (9 osób x 6 dni) przy zachowaniu limitu na pobyt na miejscu w Chinach w wysokości 55 EUR/dzień/os.

Rekrutację członków delegacji KRD-IG przeprowadzi we własnym zakresie.

**UWAGA:** Każdy z materiałów wykorzystywanych w projekcie, w tym przekazy audiowizualne, muszą zawierać w sposób trwały, czytelny i wyraźny:

– znak graficzny identyfikujący fundusze promocji, którego wzór jest określony w załączniku nr 2 do rozporządzenia <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20230001122/O/D20231122.pdf>

lub

– wyrazy „#Fundusze Promocji”,

- w ewentualnych przekazach dźwiękowych informację o „udzieleniu wsparcia ze środków finansowych danego funduszu promocji na realizację tego zadania.”

*Brak informacji o finansowaniu dyskwalifikuje dany element do rozliczenia, a tym samym do zapłaty ze strony KRD-IG.*

**CZAS TRWANIA CAŁEGO PROJEKTU:**

Czas trwania całego projektu: 1 stycznia 2025 r. – 31 maja 2025 r.

Okres objęty niniejszym zapytaniem ofertowym: 6 grudnia 2024 r. – 18 grudnia 2024 r.

**TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ:**

Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 30 dni - bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu złożenia oferty.

**GRUPA DOCELOWA:**

Grupę docelową projektu stanowią potencjalni odbiorcy polskiego drobiu na rynkach europejskich oraz w dalszej kolejności krajów trzecich:

- odbiorcy zagraniczni na rynkach Chin i Hongkongu;
- przetwórcy mięsa drobiowego, dystrybutorzy (hurt i detal, w tym sieci handlowe), HoReCa.

Importerzy w Chinach sprzedają drób głównie za pośrednictwem supermarketów oraz dużych importerów. Oprócz ceny dla przedstawicieli grupy docelowej istotne są elementy związane z jakością produktów, terminowością dostawy oraz zachowaniem odpowiednich wolumenów dostaw.

Obiorcami są głównie mężczyźni, w wieku 35-50 lat, z bardzo dużym doświadczeniem w branży importu mięsa i drobiu, zwracający uwagę na szczegóły oferty. Specyfiką działań z azjatyckimi odbiorcami pozostaje niezmiennie konieczność budowania bezpośrednich, osobistych relacji, które są niezbędne do prowadzenia dalszych działań eksportowych na odległość.

**KLUCZOWY KOMUNIAKT:****Mięso drobiowe z Polski - gwarancja jakości i bezpieczeństwa.**Komunikaty wspierające:

1. Bezpieczeństwo i jakość produktu wyprodukowanego w systemie integracji pionowej, zgodnie z filozofią „od pola do stołu”;
2. Szeroki asortyment;
3. Konkurencyjna cena;
4. Bezpieczeństwo dostaw;
5. Elastyczność dostawców;
6. Zaufanie i niezawodność w biznesie.

**BUDŻET PROJEKTU:**

**Maksymalny budżet projektu** (zadania) wynosi: **1 273 757,70 PLN brutto** włączając wynagrodzenie Wykonawcy\*.

Maksymalny budżet projektu (zadania) obejmuje następujące pozycje kosztowe:

	Wykaz kosztów – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia (1)	Opis działań w ramach danego kosztu	Szczegółowa kalkulacja kosztów			Łącznie PLN (brutto) wg kategorii wykazu kosztów
			Ilość	Cena jednostkowa PLN (brutto)	Łącznie PLN (brutto)	
3.	Przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	3.1. Przygotowanie projektu, treści oraz tłumaczenie broszury targowej zawierającej krótki opis polskiej oferty w zakresie drobiu oraz wizytówki firm - wersja angielsko-chińska, plik pdf dostępny online pod QR code dostępny na stoisku - opracowanie treści, skład, tłumaczenia, plik do 4 - 8 stron, format kwadrat 1:1 lub A4	1	24 600,00	24 600,00	319 123,20
		3.2. Przygotowanie projektu stoiska	1	25 830,00	25 830,00	
		3.3. Dostarczenie mediów na stoisko (prąd, woda, internet)	1	26 371,20	26 371,20	
		3.4. Wykonanie kompleksowej zabudowy stoiska z kuchnią wraz z niezbędnymi przyłączami (elektryczne, wodno-kanalizacyjne itp.), instalacjami i oświetleniem, a także elementami wyposażenia, wydruków wielkoformatowych, dekoracji i identyfikacji wizualnej - pakiet	1	242 322,00	242 322,00	
7.	Najem powierzchni informacyjno-promocyjnych	7.1. Najem powierzchni stoiska (min. 90 m2) wraz z obowiązkowymi opłatami rejestracyjnymi i marketingowymi oraz ubezpieczeniem i sprzętaniem	90	3 059,14	275 322,60	275 322,60

10.	Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	10.1. Transporty i wysyłka materiałów - transporty na miejscu zakupionych produktów spożywczych, dostawa elementów stoiska, dostawa materiałów informacyjno- promocyjnych na teren targów	1	64 882,50	64 882,50	440 595,90
		10.2. Wysyłka materiałów informacyjno-promocyjnych z Polski (katalogi i inne materiały dostarczone przez firmy)	1	24 600,00	24 600,00	
		10.3. Obsługa stoiska na miejscu - tłumacz - 1 osoba x 3 dni	3	6 034,40	18 103,20	
		10.4. Obsługa stoiska na miejscu - hostessy - 2 osoby x 3 dni	6	1 435,00	8 610,00	
		10.5. Umówienie spotkań B2B na stoisko - wynagrodzenie lokalnych ekspertów	1	30 750,00	30 750,00	
		10.6. Zakup produktów spożywczych dla kucharza w tym mięsa, produktów do pokazów oraz degustacji, zakup napojów, słodkich przekąsek, etc.	1	55 350,00	55 350,00	
		10.7. Wynagrodzenie pomocnika kucharza (osoba lokalna) - wynagrodzenie - 4 dni (3 dni targowe + zakupy)	4	1 765,05	7 060,20	
		10.8. Wynagrodzenie kucharza - przygotowanie menu, organizacja zakupów na miejscu, przygotowanie i realizacja pokazów oraz degustacji podczas targów (bez kosztów pobytu i zakwaterowania na miejscu)	1	43 050,00	43 050,00	
		10.9. Wynagrodzenie zewnętrznej agencji za koordynację realizacji całego działania	1	188 190,00	188 190,00	
12.	Najem środków trwałych albo amortyzacji zakupionych środków trwałych, w przypadku gdy zakup jest bardziej opłacalny lub najem jest niemożliwy	12.1. Najem mebli, sprzętu chłodniczego, specjalistycznego sprzętu gastronomicznego kuchennego oraz innych środków trwałych, w tym wyposażenie kuchni w sprzęt kuchenny i sprzęt do serwowania dla gości - porcelanę, szklanki, etc.	1	54 600,00	54 600,00	54 600,00
14.	Koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu: <b>Podróży samolotem w klasie ekonomicznej, koleją lub innym publicznym środkiem transportu w I lub II klasie</b>	14.1. Zakup biletów na podróż samolotem lub innym publicznym środkiem transportu dla organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 2 osób)	2	10 455,00	20 910,00	118 326,00
		14.2. Zakup biletów na podróż samolotem dla delegacji - 9 os. - przedstawiciele branży (przełot Polska-Chiny-Polska)	9	10 824,00	97 416,00	
	Koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu: <b>Zakwaterowania</b>	14.3. Koszty zakwaterowania opiekuna grupy oraz kucharza - 7 dób	14	731,00	10 234,00	49 708,00
		14.4. Koszty zakwaterowania delegacji - 9 os. x 6 dób	54	731,00	39 474,00	
		14.5 Koszty pobytu na miejscu - 2 osoby kucharz i opiekun grupy - 7 dni	14	236,50	3 311,00	16 082,00
		14.6 Koszty żywienia (pobytu na miejscu) - 9 osób (przedstawiciele branży) 6 dni	54	236,50	12 771,00	

<sup>(1)</sup> ROZPORZĄDZENIE 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)

### UWAGA!

**Zakwaterowanie i pokrycie kosztów pobytu** - nie wyższej niż określona zgodnie z przepisami w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej zagranicznej – jeżeli zadanie jest realizowane poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. (Dz.U. poz.167 z późn. zm.)

**UWAGA!**

1. Koszty niezgodne ze specyfikacją projektową i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.
2. KR-D-IG zastrzega sobie na etapie podpisania umowy możliwość odchylenia o nie więcej niż 10% pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów objętych zmianą, przy założeniu, że całkowita kwota realizacji zadania nie przekroczy łącznego budżetu 1 273 757,70 PLN brutto.

**ZADANIA OFERENTA NA ETAPIE PROWADZONEJ KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY:****1. Przygotowanie:**

- konceptu kreatywnego stoiska (2 projekty) uwzględniającego wszystkie wymagane strefy, stanowiącego potencjał polskiej branży drobiarskiej i przyciągającego uwagę odwiedzających (przystawiony na planie powierzchni) oraz propozycję szefa kuchni, podsumowanie niezbędnych działań mieszczących się w danym zakresie i budżecie projektu
- potwierdzenie dostępności (rezerwacji) powierzchni
- rozwiązań graficznych wskazujących na rodzaj produktów ofertowanych przez wystawców (drób)
- rozwiązań funkcjonalnych obejmujących organizację stoiska

**WIZERUNEK:**

1. Nowoczesność, estetyka, elegancja z wyczuwalną nutą natury polskiego krajobrazu i otoczenia dla hodowli drobiu (czyli zadbane, harmonijne otoczenie)

**PRODUKT:**

1. Wysoki potencjał produkcyjny w zakresie volumenu
2. Wysoka jakość polskiego drobiu
3. Elastyczność produkcji – idealne dopasowanie do wymagań klienta
4. 100% kontrola nad produkcją wynikająca z konsolidacji łańcucha produkcyjnego

**KOMUNIKAT PROMOCYJNY:**

1. DEKORACJA STOISKA - zdjęcia powinny nawiązywać do elementów wizerunkowych, związanych przede wszystkim z nowoczesnością i naturą.
2. HASŁO PRZEWODNIE powinno odzwierciedlać benefit emocjonalny: zaufanie wynikające z pewności do jakości polskiego drobiu. Hasło powinno być wykorzystane jako element wiodący na stoisku oraz w materiałach promocyjnych jako selling line.
3. TEKSTY na materiałach dekoracyjnych stoiska i innych powinny nawiązywać do konkretnych przewag produktowych.

**SŁOWA KLUCZOWE:**

Nowoczesność, natura, jakość, pewność, zaufanie, różnorodność, wybór  
Modernity/ nature / quality / confidence / safety / reliability / variety / choice  
oraz docelowo w tłumaczeniu na język chiński (mandaryński)

2. **Przygotowanie całościowego budżetu projektu**, obejmującego wszystkie koszty związane z kompleksową organizacją stoiska (ZAŁOŻENIA PROJEKTU/opis działań w pozycji budżet) oraz wynagrodzeniem Wykonawcy
3. **Propozycje dodatkowych aktywności/działań okołotargowych**. Dodatkowe aktywności/działania powinny zwiększać efektywność projektu. Dodatkowe działania nie mogą zwiększać budżetu projektu. Oferent zobowiązany będzie do realizacji zawartych w ofercie dodatkowych aktywności/działań w ramach umowy, o ile jego oferta zostanie wybrana, a Zamawiający uzna zaproponowane działania za efektywne. Lista działań dodatkowych powinna zawierać ich wartości oraz uzasadnienie.

**PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY:**

1. Postępowanie przeprowadzone jest na podstawie przepisów ustawy "Kodeks cywilny" z dnia 23.04.1964r. (Dz.U. z 2014 r., poz. 121), które dotyczą zawarcia umowy w trybie przetargu, tj. art. 70<sup>1</sup> do 70<sup>5</sup> Kodeksu cywilnego, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. **Postępowanie** przeprowadzone zostanie **jednoetapowo** i obejmie:
  - a. Opublikowanie na stronie internetowej Zamawiającego Zaproszenia do składania ofert;
  - b. Wysłanie Zapytania ofertowego do co najmniej trzech potencjalnych wykonawców;
  - c. Komisyjne otwarcie ofert wraz z weryfikacją przedłożonych ofert pod kątem spełnienia warunków formalno – prawnych (**I etap oceny** - ocena spełnienia warunków formalnych).
  - d. Ocenę ofert (spełniających kryteria formalno – prawne) przez zespół ekspertów KR-D-IG (Komisję Oceniającą) na podstawie kryteriów zdefiniowanych w niniejszym Zapytaniu (**II etap oceny** - ocena jakości oferty).
  - e. Wybór najkorzystniejszej oferty oraz poinformowanie Oferentów drogą elektroniczną (e-mail) o wyborze najkorzystniejszej oferty;
  - f. Zamieszczenie informacji o wyniku postępowania na stronie internetowej Zamawiającego.

3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert alternatywnych.
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
5. Zamawiający dopuszcza składanie ofert przez konsorcja. Jeśli Oferent występuje w konsorcjum, należy ustanowić Lidera Konsorcjum, który będzie upoważniony do reprezentacji konsorcjum w postępowaniu konkurencyjnym i do zawarcia umowy w przypadku złożenia najkorzystniejszej oferty.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury bez podania przyczyn lub wydłużenia terminów, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
7. Zamawiający zastrzega możliwość zakończenia procedury (postępowania) bez wyboru żadnej z ofert.
8. Niniejsze postępowanie w trybie Zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

#### **WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY:**

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy nie podlegają wykluczeniu oraz spełniają warunki udziału w postępowaniu.

Wszystkie podmioty składające ofertę w przeprowadzanej przez Zamawiającego Konkurencyjnej Procedurze Wyboru Wykonawcy, zobowiązane są do przestrzegania przepisów RODO, w tym do realizacji obowiązków informacyjnych wynikających z art. 13 i 14 RODO wobec wszystkich osób, których dane udostępnione zostaną przez te podmioty Zamawiającemu.

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty wymienione w Kryteriach formalnych udziału w postępowaniu, metodą „zero-jedynkową”. Brak przedłożenia jakiegokolwiek z wymaganych dokumentów lub oświadczeń skutkuje dyskwalifikacją oferty.

#### **Podmiot startujący w procedurze zapytania ofertowego musi spełniać następujące warunki:**

1. **Posiadać uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania:**  
Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Oferent będzie posiadał działalność regulowaną kodeksem spółek handlowych. W Zapytaniu ofertowym nie mogą startować osoby fizyczne.
2. **Znajdować się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.**
3. **Posiadać ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej.**
4. **Posiadać wiedzę i doświadczenie:**  
Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Oferent wykaże, że on sam (lub co najmniej 1 konsorcjant) w ciągu ostatnich 4 lat (lub odpowiednio krótszym, jeśli okres działalności podmiotu jest krótszy niż 3 lata) należycie zorganizował min. 2 projekty związane z organizacją stoisk targowych na targach międzynarodowych, w tym co najmniej 1 projekt związany z organizacją stoiska targowego zbiorowego na minimalnej powierzchni 70 m<sup>2</sup>, zróżnicowanego pod kątem stref na stoisku (strefa biznesowa, kulinarna/degustacyjna, recepcyjna), w których brało jednorazowo udział min. 6 firm z danej branży w ramach jednego stoiska.
5. **Dysponować osobami zdolnymi do wykonania projektu, które będą uczestniczyły w realizacji zamówienia:**  
Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Oferent wykaże, że dysponuje zespołem doświadczonym w kompleksowej organizacji stoisk i misji targowych, potwierdzonym wykazem min. 3 osób, które będą uczestniczyły w realizacji projektu, wraz z zakresem ich zadań i odpowiedzialności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami.
6. **Nie podlegać wykluczeniu z procedury.**  
**W przypadku, gdy Oferent składa ofertę w konsorcjum, wymagane jest, aby:**
  - Oferent ustanowił pełnomocnika do reprezentowania konsorcjum w postępowaniu o udzielenie zamówienia oraz, w przypadku realizacji Projektu, do zawarcia umowy na jego realizację;
  - Oferent przedstawił umowę powołania konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

#### **ODRZUCENIE OFERTY:**

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy wystąpi jedna z poniższych przyczyn:

1. nie spełnia wymogów formalnych;
2. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego;



- została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu, jej wybór skutkowałaby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2244);
- została złożona po terminie.

#### PODSTAWY WYKLUCZENIA:

Z niniejszej procedury Wyboru Wykonawcy wyklucza się:

- Oferentów, w stosunku do których otwarto likwidację lub w stosunku do których ogłoszono upadłość, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
- Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.

#### KRYTERIA FORMALNE UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIENIA TYCH WARUNKÓW:

Oferty mogą złożyć podmioty mające osobowość prawną (przy konsorcjach dokumentację - pkt. 1.,2.,4.,5 - przedstawia lider konsorcjum oraz konsorcjant), posiadające doświadczenie w obsłudze projektów związanych z organizacją stoisk i misji targowych (działania towarzyszące, np. pokazy kulinarne, degustacje itp. na targach międzynarodowych w Chinach mile widziane).

**Oferent, w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu zobowiązany jest złożyć z ofertą Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego wraz z następującymi dokumentami:**

- Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu złożenia oferty;
- Bilans oraz rachunek zysków i strat, a w przypadku podmiotów składających zgłoszenie, nie zobowiązanych do sporządzania bilansu, informacji określających obrót, zysk oraz zobowiązania i należności – za ostatnie 2 lata obrotowe, a jeżeli działalność Oferenta jest krótsza – za ten okres;
- Dokument potwierdzający, że podmiot składający ofertę jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności wraz z potwierdzeniem płatności za tę polisę.
- Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.
- Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do Urzędu Skarbowego, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert.
- Przykłady min. 2 projektów związanych z organizacją stoisk targowych na targach międzynarodowych, w tym co najmniej 1 projekt związany z organizacją stoiska targowego zbiorowego na minimalnej powierzchni 70 m<sup>2</sup>, zróżnicowanego pod kątem stref na stoisku (strefa biznesowa, kulinarna/degustacyjna, recepcyjna, magazynowa), w których brało jednorazowo udział min. 6 firm z danej branży w ramach jednego stoiska, zgodnie z **Załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego**.

Należy dołączyć referencje od zamawiających prezentowanych projektów poświadczających, że zostały one wykonane należyście.

*\* Prosimy o ewentualne wskazanie projektów realizowanych we współpracy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa i / lub Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi.*

- Oświadczenie, że Oferent dysponuje osobami zdolnymi do wykonania projektu, które będą uczestniczyły w realizacji zamówienia, zgodnie z **Załącznikiem nr 3 do Zapytania ofertowego**, tzn. zespołem doświadczonym w kompleksowej organizacji stoisk i misji targowych, potwierdzone wykazem min 3 osób, które będą uczestniczyć w realizacji projektu, wraz z zakresem ich zadań i odpowiedzialności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami.

*\* Jeżeli Oferent polega na wiedzy i doświadczeniu lub osobach zdolnych do wykonania zamówienia innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących ich stosunków, to zobowiązany jest udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji projektu, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne*

zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu projektu.

8. Oświadczenie Oferenta, że w przypadku Wyboru jego Oferty wyraża on zgodę na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji danego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości, zgodnie z **Załącznikiem nr 4 do Zapytania ofertowego**.

#### PONADTO DLA OFERENTÓW WYSTĘPUJĄCYCH W KONSORCJUM:

1. Umowa Konsorcjum (umowa cywilno-prawna) ze wskazaniem Lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

Jeżeli do Zapytania ofertowego przystępuje Konsorcjum, komplet dokumentów składa jego Lider, który zobowiązany jest również dostarczyć w/w umowę konsorcjum.

Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu będzie dokonana w oparciu o dokumenty, o których mowa w Kryteriach Formalnych udziału w postępowaniu.

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy rozstrzygnięta zostanie w oparciu o opinie min. 3-sobowego zespołu ekspertów KR-D-IG (Komisji Oceniającej), wśród firm, które w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

#### OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY:

Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem ofertowym.

##### Oferta powinna:

- a) zawierać nazwę (firmę), adres lub siedzibę Oferenta, numer telefonu, adres e-mail, numer NIP (dla podmiotów polskich);
- b) zawierać termin związania ofertą;
- c) być podpisana przez Oferenta lub jego należycie umocowanego przedstawiciela (pełnomocnika).

*Oznacza to, że wszystkie dokumenty własne i załączniki muszą być podpisane przez osobę upoważnioną do reprezentowania Oferenta lub przez należycie umocowanego przedstawiciela w sposób umożliwiający identyfikację podpisu (np. wraz z imienną pieczętką osoby podpisującej).*

*Za osobę/osoby upoważnioną/e uznaje się osobę/y figurującą/e w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Oferenta lub we właściwym upoważnieniu.*

#### 1. Przygotowanie plików:

##### **PLIK 1.**

Oferent powinien złożyć ofertę na załączonym dokumencie „Formularz oferty” stanowiącym **Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego** wraz z dokumentami wylistowanymi w **Kryteriach formalnych udziału w postępowaniu**.

##### **PLIK 2.**

**Prezentacja lub inny dokument tekstowy** zapisany w formacie .pdf, zawierający:

1. **Rekomendację sposobu realizacji projektu (zadania) zgodnie z uwzględnieniem wytycznych określonych w pozycji „ZADANIA OFERENTA NA ETAPIE PROWADZONEJ KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY”:**
  - przygotowaniem konceptu kreatywnego stoiska (2 projekty) uwzględniającego wszystkie wymagane strefy stanowiącego potencjał polskiej branży drobiarskiej i przyciągającego uwagę odwiedzających (przestawiony na planie powierzchni) oraz propozycję szefa kuchni, podsumowanie niezbędnych działań mieszczących się w danym zakresie i budżecie projektu;
  - potwierdzeniem dostępności (rezerwacji) powierzchni;
  - rozwiązaniami graficznymi wskazującymi rodzaj produktów ofertowanych przez wystawców (drób);
  - rozwiązaniami funkcjonalnymi obejmującymi organizację stoiska.
2. **Całościowy budżet projektu obejmujący** wszystkie koszty związane z kompleksową organizacją stoiska i działań niezbędnych opisanych w zaproszeniu (założenia projektu/opis działań w pozycji budżet).
3. **Propozycje dodatkowych aktywności/działań okołotargowych**

Dodatkowe aktywności/działania powinny zwiększać efektywność projektu. Dodatkowe działania nie mogą zwiększać budżetu projektu. Oferent zobowiązany będzie do realizacji zawartych w ofercie dodatkowych aktywności/działań w ramach umowy, o ile jego oferta zostanie wybrana, a Zamawiający uzna zaproponowane działania za efektywne.

Prezentacja powinna zawierać także profil i krótki opis doświadczenia agencji (maks. 3 slajdy), a waga całego dokumentu nie może przekroczyć 7 MB;

**PLIK 3.**

Celem ułatwienia zapoznania się z ofertą prosimy o dołączenie prezentacji lub innego dokumentu tekstowego również w wersji plików źródłowych przed podpisywaniem i skanowaniem (proces ten obniża jakość graficzną materiału).

**PLIK 4.**

Całościowy kosztorys realizacji projektu (zadania) obejmujący wszystkie koszty działań *umieszczony dodatkowo w osobnym pliku Excel*.

**PLIK 5.**

Pełnomocnictwo – jeżeli oferta lub oświadczenia i dokumenty są podpisywane przez osobę (-y) nieujawnioną (-e) w dokumentach rejestrowych jako osoby upoważnione do reprezentowania Oferenta.

*\*W przypadku Oferentów wspólnie składających ofertę – pełnomocnictwo do reprezentowania ich w postępowaniu albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy (nie dotyczy spółki cywilnej), o ile upoważnienie/pełnomocnictwo do występowania w imieniu tej spółki wynika z dołączonej do oferty umowy spółki bądź wszyscy wspólnicy podpiszą ofertę.*

1. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę na całość zamówienia. Złożenie dwóch ofert na zamówienie skutkować będzie odrzuceniem Oferty.
2. Ofertę należy złożyć w języku polskim. Dokumenty sporządzone w języku obcym należy złożyć wraz z tłumaczeniem na język polski.
3. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
5. Wszystkie dokumenty własne i załączniki muszą być podpisane przez Oferenta lub przez należycie umocowanego przedstawiciela w sposób umożliwiający identyfikację podpisu (np. wraz z imienną pieczętką osoby podpisującej).
6. Cena oferty musi być wyrażona w PLN.
7. Zmiany lub poprawki w treści oferty i załączników muszą być podpisane lub parafowane przez osobę podpisującą ofertę (w sposób umożliwiający identyfikację podpisu).

**FORMA ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT:**

1. Ofertę należy przesać złożyć do dnia **18 grudnia 2024 r. do godz. 10.00:** pocztą elektroniczną na adresy e-mail: Marta Kędel [m.kedel@krd-ig.pl](mailto:m.kedel@krd-ig.pl), Irena Sikorska [i.sikorska@krd-ig.pl](mailto:i.sikorska@krd-ig.pl)  
W tytule e-maila należy wpisać: Odp. na Zapytanie ofertowe - projekt: „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA”
2. Za datę złożenia oferty uznaje się odpowiednio:  
- datę dostarczenia oferty na adres e-mail Zamawiającego.
3. Oferent może, przed upływem terminu składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.
4. Wszystkie koszty związane ze sporządzeniem i złożeniem oferty ponosi Oferent.

**KRYTERIA OCENY:**

Ocenię podlegały będą wszystkie oferty złożone w terminie określonym w niniejszym Zapytaniu i nie odrzucone z powodu wad formalnych. Złożone oferty ocenione zostaną pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu ofertowym.

W ramach jednoetapowego postępowania oferty przejdą II etapy oceny. Tabela oceny ofert stanowi Załącznik nr 5 do Zapytania Ofertowego.

**I ETAP OCENY – OCENA SPEŁNIENIA WARUNKÓW FORMALNYCH**

Ocena dokonana zostanie poprzez weryfikację złożonych w ofercie dokumentów niezależnie przez 2 członków Komisji Oceniającej KR-D-IG na podstawie listy wymaganych dokumentów poświadczających spełnienie warunków zawartych w KRYTERIACH FORMALNYCH UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU.

**W przypadku stwierdzenia istotnych braków w spełnieniu warunków formalno-prawnych określonych w kryteriach formalnych udziału w postępowaniu (np. brak jakiegokolwiek dokumentu, zaświadczenia lub oświadczenia) oferta ulegnie odrzuceniu i nie będzie podlegała dalszej ocenie.**

Z tytułu odrzucenia oferty, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia przeciw Zamawiającemu.

W przypadku nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych, jak np. brak wymaganego podpisu na dokumencie, Oferent zostanie wezwany do niezwłocznego usunięcia braku. W takim przypadku oferta zostanie poddana dalszej ocenie.

Komisja Oceniająca zweryfikuje, czy złożona oferta zawiera wszystkie elementy (dokumenty) poświadczające spełnienie warunków zawartych w KRYTERIACH FORMALNYCH UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU.

Ocena odbędzie się metodą zero-jedynkową. Jeśli którykolwiek z członków Komisji Oceniającej wystawi ocenę „0”, to podczas spotkania Komisji członkowie wysłuchają jego argumentacji i dokonają wspólnej oceny oferty. Utrzymanie przez ofertę wyniku „0” (w uzgodnionej ocenie Komisji) OZNACZA **DYSKWALIFIKACJĘ OFERTY**.

Kompletność dokumentów poświadczających spełnienie warunków zawartych w KRYTERIACH FORMALNYCH UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU - brak punktacji, metoda zero-jedynkowa	0-1	0=dyskwalifikacja oferty 1=kwalifikacja do dalszej oceny
--	-----	---

**II ETAP OCENY – OCENA JAKOŚCI OFERTY**

Wszystkie oferty nie podlegające odrzuceniu oceniane będą punktowo. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 pkt.

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający kierować się będzie następującymi kryteriami oceny ofert:

<u>Nazwa Kryterium [K]</u>	<u>Znaczenie (%)</u>	<u>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania w danym kryterium</u>
K1: Koncepcja zabudowy / wstępne projekty stoiska – walory estetyczne i funkcjonalne	60%	60
K2: Cena	22%	22
K3: Kompletność oferty - zapewnienie realizacji wszystkich założonych działań	8%	8
K4: Wartość dodana - dodatkowe aktywności podwyższające efektywność projektu, które zmieszczą się w założonym budżecie	10%	10
<b>RAZEM</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>

Ocena ofert zostanie przeprowadzona przez min. 3-osobowy zespół ekspertów z KR-D-IG (Komisja oceniająca) w następujący sposób:

**Ad. K1. Możliwe do uzyskania maksymalnie 60 pkt.**

Ocena indywidualna funkcjonalności i atrakcyjności wizualnej stoiska oraz efektywności organizacji procesu budowy i funkcjonowania stoiska w czasie targów.

K1= Suma indywidualnych ocen (skala 0-60) przyznanych ocenianej ofercie/ilość osób oceniających

WIZERUNEK:

1. Nowoczesność, estetyka, elegancja z wyczuwalną nutą natury polskiego krajobrazu i otoczenia dla hodowli drobiu (czyli zadbane, harmonijne otoczenie).

PRODUKT:

1. Wysoki potencjał produkcyjny w zakresie volumenu.
2. Wysoka jakość polskiego drobiu.
3. Elastyczność produkcji – idealne dopasowanie do wymagań klienta.
4. 100% kontrola nad produkcją wynikająca z konsolidacji łańcucha produkcyjnego.

KOMUNIKAT PROMOCYJNY:

1. DEKORACJA STOISKA - zdjęcia powinny nawiązywać do elementów wizerunkowych, związanych przede wszystkim z nowoczesnością i naturą.
2. HASŁO PRZEWODNIE powinno odzwierciedlać benefit emocjonalny: zaufanie wynikające z pewności do jakości polskiego drobiu. Hasło powinno być wykorzystane jako element wiodący na stoisku oraz w materiałach promocyjnych jako selling line.
3. TEKSTY na materiałach dekoracyjnych stoiska i innych powinny nawiązywać do konkretnych przewag produktowych.

SŁOWA KLUCZOWE:

Nowoczesność, natura, jakość, pewność, zaufanie, różnorodność, wybór  
 Modernity/ nature / quality / confidence / safety / reliability / variety / choice  
 Docelowo przetłumaczone również na język chiński (mandaryński)

**W ramach kryterium (K1)** Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (*maksymalnie 60 pkt.*) na podstawie przedstawionych propozycji projektów, gdzie pod uwagę Zamawiający weźmie:

- ✓ atrakcyjność i innowacyjność (oryginalność) wizualną stoiska;
- ✓ estetykę wizualizacji stoiska i atrakcyjność przekazu graficznego i jego dopasowanie do specyfiki produktów objętych projektem (zadaniem);
- ✓ funkcjonalność rozmieszczenia poszczególnych elementów stoiska - przygotowanie z jednej strony przestrzeni z odpowiednio wyeksponowanym produktem, a z drugiej strony komfortowe miejsce do spotkań biznesowych.

Zamawiający przyzna punkty wedle poniższego zakresu oceny:

1.1.	Projekty mało atrakcyjne i mało innowacyjne wizualnie, niewystarczająco dobrane do specyfiki produktów objętych projektem (zadaniem), niefunkcjonalne pod kątem przestrzeni biznesowej, strefy kulinarnej/gastronomicznej, recepcyjnej	0 - 20 pkt.
1.2.	Projekty w niewielkim lub średnim stopniu atrakcyjne i innowacyjne wizualnie, częściowo dobrane do specyfiki produktów objętych projektem, przeciętnie i częściowo funkcjonalne pod kątem przestrzeni biznesowej, strefy kulinarnej/gastronomicznej, recepcyjnej	21 - 40 pkt.
1.3.	Projekty atrakcyjne i bardzo atrakcyjne oraz innowacyjne wizualnie, dobrze lub bardzo dobrze dobrane do specyfiki produktów objętych projektem, funkcjonalne pod kątem przestrzeni biznesowej, strefy kulinarnej/gastronomicznej, recepcyjnej	41 - 60 pkt.

**Ad. K2. Możliwe do uzyskania maksymalnie 22 pkt.**

W ramach kryterium (K2) Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 22 pkt.), na podstawie przedstawionej ceny, gdzie oferta najtańsza uzyska 22 punkty, pozostałe oferty otrzymają proporcjonalnie mniej punktów.

*Punkty za cenę zostaną wyliczone według następującego wzoru:*

$$\text{liczba punktów} = \frac{\text{cena najniższa}}{\text{cena badanej oferty}} \times 22 \text{ pkt}$$

**Ad. K3. Możliwe do uzyskania maksymalnie 8 pkt.**

W ramach kryterium (K3) Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 8 pkt.) na podstawie weryfikacji poszczególnych elementów oferty zgodnie z przedstawioną w zaproszeniu listą działań („ZAŁOŻENIA PROJEKTU”).

Brak jakiegokolwiek działania („ZAŁOŻENIA PROJEKTU” strona 3-4, pozycje 1-7) wiąże się z pozbawieniem 1 punktu.

*K3 = Suma indywidualnych ocen (skala 0-8) przyznanych ocenianej ofercie /liczba osób oceniających.*

**Ad. K4. Możliwe do uzyskania maksymalnie 10 pkt.**

W ramach kryterium (K4) Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 10 pkt.), na podstawie przedstawionych dodatkowych aktywności podwyższających efektywność projektu, które zmieszczą się w założonym budżecie.

Ocena efektywności zaproponowanych dodatkowych działań wspierających i przyznanie 0-10 pkt. w zależności od indywidualnej oceny każdego z ekspertów.

$K4 = \text{Suma indywidualnych ocen (skala 0-10) przyznanych ocenianej ofercie} / \text{ilość osób oceniających}$ .

Oferent o najwyższej uzyskanej sumie punktów  $K1+K2+K3+K4$  zostanie wskazany jako zwycięzca procedury konkurencyjnej. W przypadku rezygnacji zwycięzcy z realizacji projektu, zostanie ona powierzona kolejnemu podmiotowi w rankingu.

### HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA, WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY:

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy rozstrzygnięta zostanie w oparciu o ocenę ofert przez min. 3-osobowy zespół ekspertów KRDI-IG (Komisja oceniająca), wśród Oferentów, którzy w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

TERMIN	DZIAŁANIE
06.12.2024	Opublikowanie zaproszenia do składania ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA”.
do 12.12.2024 do godz. 12:00	Czas na ewentualne zapytania Oferentów dot. wyjaśnienia treści Zapytania ofertowego.
<b>18.12.2024 r. do godz. 10:00</b>	<b>Termin złożenia ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA”</b>
18.12.2024 r. godz. 10.30	Komisyjne otwarcie ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA” I ETAP OCENY – OCENA SPEŁNIENIA WARUNKÓW FORMALNYCH.
18.12.2024 r.	Czas na ewentualne uzupełnienie nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych/doprecyzowanie niejasności.
18-20.12.2024	Ocena ofert przez Komisję Oceniającą na realizację projektu (zadania) pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA” w ramach II ETAPU OCENY – OCENA JAKOŚCI OFERT.
<b>do 20.12.2024 r. do godz. 16.00</b>	Wybór najkorzystniejszej oferty – Wykonawcy.  Ogłoszenie wyników postępowania na realizację projektu (zadania) pt. „Polski drób w Chinach, czyli promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów SIAL CHINA”.  Poinformowanie Oferentów drogą elektroniczną (e-mail) o wyborze najkorzystniejszej oferty.  Zamieszczenie informacji o wyniku postępowania na stronie internetowej Zamawiającego.

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
2. Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybierze ofertę z najniższą ceną, a jeżeli nie będzie to możliwe, ponieważ oferty te zawierają taką samą cenę, Zamawiający wezwie Oferentów, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych. Oferenci, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaferować cen wyższych niż zaferowane w złożonych ofertach.
3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej wśród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Oferent, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, uchyli się od zawarcia umowy o realizację przedmiotu zamówienia.

### WARUNKI SZCZEGÓLNE:

1. Ceny określone przez Oferenta w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.

2. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania na każdym jego etapie bez podania przyczyny i bez dokonania wyboru Wykonawcy zadania.
4. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu może przebiegać w kilku etapach, z których każdy będzie wynosił co najmniej 3 miesiące.
5. Zamawiający zastrzega, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, o której mowa w **ZAŁOŻENIACH PROJEKTU**.
6. Rozliczenie działań nastąpi po zakończeniu zadania w oparciu o przekazane dokumenty (faktury, sprawozdanie, wyjaśnienia) i obszerny materiał dowodowy, potwierdzające należyte wykonanie działań (zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania).
7. Oferenci nie będą uprawnieni do występowania z jakimikolwiek roszczeniami wobec Zamawiającego w związku z niniejszym Zapytaniem ofertowym, w tym z tytułu poniesionych przez nich kosztów i ewentualnych szkód, w szczególności w przypadku unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie.
8. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności, ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, w tym kosztów związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, przygotowaniem do zawarcia umowy.
9. Zwycięzca Konkurencyjnej Procedury Wyboru Wykonawcy bierze odpowiedzialność i czynny udział w opracowaniu dokumentacji projektu dla Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa. Brak dokumentacji może skutkować brakiem finansowania dla wybranych elementów projektu (zadania).

#### DODATKOWE INFORMACJE:

Zamawiający zastrzega sobie prawo doprecyzowania szczegółów złożonych ofert w okresie przed rozstrzygnięciem Zapytania ofertowego w razie niejasności.

1. Oferent może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego. Zamawiający udzieli wyjaśnień niezwłocznie, jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania ofertowego wpłynie do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.
2. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania ofertowego wpłynął po upływie terminu składania wniosku, o którym mowa w ust. 1, lub dotyczy już udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
3. Zamawiający bez rozpoznania może pozostawić również wniosek Oferenta, w którym Oferent zwraca się do Zamawiającego w innym celu niż wyjaśnienie treści Zapytania ofertowego.
4. Zamawiający poprawi w ofercie:
  - a) oczywiste omyłki pisarskie;
  - b) oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek;
  - c) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z Zapytaniem ofertowym, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty, jeżeli Oferent na wezwanie Zamawiającego i w terminie przez niego wyznaczonym nie wniesie sprzeciwu wobec czynności poprawienia jego oferty.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
6. W przypadku stwierdzenia istotnych braków w spełnieniu warunków formalno-prawnych określonych w kryteriach formalnych udziału w postępowaniu (np. brak jakiegokolwiek dokumentu, zaświadczenia lub oświadczenia) oferta ulegnie odrzuceniu i nie będzie podlegała dalszej ocenie.
7. W przypadku nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych, jak np. brak wymaganego podpisu na dokumencie, Oferent zostanie wezwany do niezwłocznego jego usunięcia. W takim przypadku oferta zostanie poddana dalszemu procedowaniu.

#### UWAGI DODATKOWE:

Poszczególne elementy projektu będą musiały być zaakceptowane przez zespół ekspertów KR-D-IG.

#### ZAŁĄCZNIKI:

1. Formularz oferty.
2. Wykaz wykonanych usług.
3. Wykaz osób, które będą uczestniczyć w wykonaniu projektu (zadania).
4. Oświadczenie Oferenta dotyczące wyrażenia zgody (w przypadku wyboru oferty) na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji przedmiotowego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości.
5. Tabela oceny ofert.

**DANE PODANE W NINIEJSZYM PIŚMIE MAJĄ CHARAKTER INFORMACYJNY.**

Niniejsze Zapytanie ofertowe nie stanowi oferty ani zaproszenia do rokowań w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego, jak też zaproszenia do negocjacji w rozumieniu Prawa zamówień publicznych. Prezydium Zarządu Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej zastrzega sobie prawo do skontaktowania się z wybranymi podmiotami w celu szczegółowych rozmów jak również do pozostawienia złożonych zgłoszeń bez odpowiedzi bez podawania jakichkolwiek przyczyn.

Złożone oferty nie będą stanowić utworów w rozumieniu przepisów prawa autorskiego, a podmiot składający ofertę wyraża poprzez jego złożenie bezwarunkową i nieodwołalną zgodę na warunki określone w niniejszym Zapytaniu.

Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zapytaniu nie stanowi ani też nie będzie stanowić zobowiązania czy też przyrzeczenia do zawarcia umowy z jakimkolwiek podmiotem odpowiadającym na jego treść. Podmiot odpowiadający na treść niniejszego Zapytania ofertowego wyraża zgodę na fakt, iż za przygotowanie i złożenie oferty nie będzie rościć sobie w stosunku do Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej jakichkolwiek roszczeń finansowych, w szczególności zwrotu kosztów sporządzenia oferty bądź jakiegokolwiek wynagrodzenia za jej przygotowanie, złożenie bądź wykorzystanie.

Zarząd KR-D-IG zastrzega sobie prawo akceptacji podwykonawców poszczególnych zadań.

Prezes Zarządu KR-D-IG  
(-) Dariusz Goszczyński