

KRD-IG -21/2025

Warszawa, dnia 24 lutego 2025 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE DOTYCZĄCE PROJEKTU (ZADANIA): „PROMOCJA POLSKIEGO DROBIU ORAZ JEGO PRZETWORÓW NA TARGACH ANUGA”

ZAMAWIAJĄCY:

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza

ul. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa

www.krd-ig.com.pl

OSOBA/Y UPOWAŻNIONA/E DO KONTAKTU Z OFERENTAMI:

Marta Kędzel, Zastępca Dyrektora Generalnego, Promocja i Administracja, e-mail: m.kedel@krd-ig.pl

Irena Sikorska, Główny Specjalista ds. Administracji i Promocji, e-mail: 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. „Promocja polskiego drobiu i jego przetworów na targach Anuga”. Wniosek został zaakceptowany przez Komisję Zarządzającą Funduszu Mięsa Drobiowego.

Handel zagraniczny polskim drobiem stanowi kluczowy element rozwoju tej branży. Od wielu lat bilans handlowy jest dodatni, a eksport przewyższa import, co skutkuje systematycznym wzrostem salda obrotów. Według najnowszych danych, w 2023 roku produkcja wyniosła 3 461,7 tys. ton, co oznacza wzrost o ponad 3% w porównaniu z rokiem poprzednim, potwierdzając dynamiczny rozwój sektora. Według wstępnych danych GUS, produkcja mięsa drobiowego w zakładach o zatrudnieniu 560 osób i więcej wyniosła w 2024 roku 3 484 tys. ton, co oznacza wzrost o 6,3% w porównaniu do tego samego okresu w 2023 roku. Oznacza to, że produkcja całkowita w 2024 rok będzie wyższa. Taki trend sugeruje, że branża drobiarska nie tylko utrzymuje stabilny poziom, ale również zyskuje na znaczeniu w kontekście globalnym.

Według danych wstępnych Izby Administracji Skarbowej, eksport mięsa drobiowego z Polski w 2024 roku wyniósł 1,77 mln ton, co stanowiło ponad 50% krajowej produkcji. Eksport mięsa i przetworów drobiowych przekroczył w 2024 roku 2 mln ton. Blisko 65% mięsa drobiowego i przetworów z drobiu trafiło w 2024 roku na rynek Unii Europejskiej. Największy wzrost eksportu zanotowano do Wielkiej Brytanii, Niemiec i Francji. Zwiększył się również eksport polskiego mięsa drobiowego na Filipiny i do Republiki Południowej Afryki.

Głównymi nabywcami polskiego mięsa drobiowego w Unii Europejskiej są Niemcy, Francja, Holandia, Czechy i Hiszpania. W przetworach drobiowych, do kluczowych odbiorców oprócz Niemiec i Francji należą również Włochy. Utrzymanie sprzedaży na rynku unijnym jest szczególnie istotne w obliczu zagrożeń, takich jak wirus grypy ptaków, który może prowadzić do blokady najważniejszych rynków poza UE. W Unii Europejskiej obowiązuje zasada regionalizacji, co oznacza, że w przypadku wystąpienia wirusa ograniczenia eksportu dotyczą wyłącznie regionu, w którym doszło do zakażenia.

Eksport wymaga od producentów nie tylko utrzymywania relacji z dotychczasowymi klientami, ale również ciągłego poszukiwania nowych partnerów biznesowych. Międzynarodowe i prestiżowe targi, takie jak SIAL i ANUGA w Europie, są kluczowymi wydarzeniami, gdzie spotyka się cała branża spożywcza – od producentów, przez hurtowników, po przedstawicieli sieci handlowych, HoReCa i przetwórców poszukujących surowców. ANUGA odgrywa istotną rolę

w kształtowaniu przyszłości branży, oferując nie tylko możliwość osobistych spotkań i nawiązywania kontaktów z potencjalnymi klientami, ale także kompleksowy przegląd najnowszych trendów.

Promocja polskiego mięsa drobiowego i jego przetworów na międzynarodowych targach spożywczych jest niezbędnym elementem strategii marketingowej, zarówno w Europie, jak i na świecie. ANUGA, największe targi spożywcze na świecie, stanowią kluczowe miejsce spotkań branżowych w Europie. W 2025 roku wydarzenie to odbędzie się w dniach 4-8 października.

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 przewagi konkurencyjne polskiego drobiu: jego jakość i bezpieczeństwo oraz walory smakowe i kulinarne.

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza (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 ANUGA 2025, w tym:

- **Wynajem powierzchni wystawienniczej ok. 270 m²**
- Wymagania: stoisko wyspowe, **lokalizacja w hali mięsnej** wraz z z obligatoryjnym podatkiem AUMA, obligatoryjnymi opłatami na rzecz targów Anuga, w tym: m.in. opłata rejestracyjna, pakiet marketingowy, ubezpieczenie stoiska, opłata za sprzątnięcie, wejściówki (m.in. organizatorzy/ eksperci/ obsługa stoiska) .
- **Wynajem dodatkowych** powierzchni lub użytkowanie stoiska poza godzinami targowymi, parkingu lub innych pomieszczeń, w tym magazynu chłodniczego, niezbędnych do realizacji projektu;
- **Publikacja reklamy prasowej** (reklama A4, w tym jej projekt) w magazynie Food from Poland dystrybuowanym na targach;
- **Przygotowanie stoiska** z uwzględnieniem 3 stref: biznesowej (osobne stanowiska dla ok. 20 firm), VIP i kulinarnej/gastronomicznej wraz z zaprojektowaniem i zabudową;
- **Organizacja strefy** kulinarnej/gastronomicznej oraz degustacji dań z polskiego drobiu na stoisku przez cały okres trwania targów;
- **Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych** - projekty oraz druk: folder "Polish Poultry", zaproszenie (wersja elektroniczna);
- **Kompleksowa organizacja udziału** KRD-IG w targach Anuga 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 unijny 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 drobiu zarówno na rynki unijne, jak i do krajów trzecich. Niemcy stanowią istotny kierunek w handlu zagranicznym. Według danych Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa (KOWR), w okresie styczeń–sierpień 2024 roku Polska wyeksportowała blisko 1,5 mln ton mięsa, przetworów i żywca drobiowego, co stanowi wzrost o 8,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 roku.

Niemcy pozostają największym odbiorcą polskiego mięsa drobiowego.

Cele operacyjne projektu:

1. Stworzenie warunków do efektywnych spotkań biznesowych poprzez organizację stoiska docenionego przez polskich producentów drobiu – uczestników, zarówno pod względem funkcjonalnym, jak i estetycznym oraz wizerunkowym.
2. Optymalizacja kosztów: osiągnięcie ww. rezultatów przy możliwie niskim koszcie.
3. Niezawodna organizacja każdego z elementów projektu.

Cel obecności na targach:

1. Pokazanie wysokiej jakości i konkurencyjnej oferty eksportowej polskiego drobiu;
2. Prezentacja oferty i przewag konkurencyjnych poszczególnych producentów (zapewnienie miejsca na materiały promocyjne).

Cel wizerunkowy:

1. Pokazanie jedności polskiej branży drobiarskiej ze skupieniem się na jakości polskiego mięsa.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU:

W ramach projektu planowane są następujące działania:

1. **Publikacja reklamy prasowej:**
 - Reklama A4 w magazynie Food from Poland, dystrybuowanym na targach Anuga 2025, nakład 20.000 egzemplarzy.
2. **Wynajem powierzchni wystawienniczej ok. 270 m²:**
 - stoisko wyspowe;
 - lokalizacja w hali mięsnej wraz z obowiązkowym podatkiem AUMA, obowiązkowymi opłatami na rzecz targów Anuga, w tym: m.in. opłata rejestracyjna, pakiet marketingowy, ubezpieczenie stoiska, opłata za sprzątnięcie, wejściówki dla m.in. organizatorów, ekspertów i ekipy obsługującej.
3. **Przygotowanie stoiska i materiałów informacyjno-promocyjnych obejmujące:**
 - Opracowanie koncepcji kreatywnej stoiska oraz rysunków technicznych – wykonawczych – pakiet;
 - Wykonanie kompleksowej zabudowy stoiska wraz z niezbędnymi przyłączami (elektryczne, wodno-kanalizacyjne itp.), instalacjami i oświetleniem;
 - Wykonanie elementów wyposażenia stoiska, wydruków wielkoformatowych, dekoracji, a także wszystkie elementy identyfikacji wizualnej wszystkich firm - współwystawców stoiska – pakiet;
 - Wykonanie projektu oraz druku materiałów informacyjno-reklamowych na targi: folder "Polish Poultry" (1.000 szt.), zaproszenie (tylko wersja elektroniczna).

Stoisko musi być odpowiednio wysokie, tak aby zapewniało widoczność i wyróżniało się na tle innych stoisk. Konieczne jest stworzenie indywidualnej strefy dla każdego Współwystawcy (ok. 20 firm), zapewniającej intymną przestrzeń do rozmów biznesowych. Współwystawcy muszą mieć możliwość 'wyjścia do klienta' – swobodnej rozmowy z osobami spacerującymi wokół stoiska. Rekrutację firm-współwystawców KRDI-IG przeprowadzi we własnym zakresie.

Prócz przestrzeni biznesowej na stoisku znajdzie się strefa VIP oraz 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 motyw identyfikacji polskiej żywności („Poland tastes good”).

4. **Uiszczenie opłat za wynajem powierzchni, w tym:**
 - Najem dodatkowych powierzchni lub użytkowania stoiska poza godzinami targowymi, parkingu lub innych pomieszczeń, w tym magazynu chłodniczego, niezbędnych do realizacji zadania – pakiet.
5. **Poniesienie kosztów wynagrodzenia dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania, w tym:**
 - Transporty ciężarowe krajowe i zagraniczne wraz z opłatami postojowymi i parkingowymi, w tym specjalistyczny transport chłodniczy;
 - Transporty osobowe krajowe i zagraniczne wraz z opłatami drogowymi;
 - Wynagrodzenie obsługi stoiska: ok. 12 osób wraz z kosztami dotarcia do miejsca wykonania usługi;
 - Zakup produktów do przygotowania degustacji i potraw, napojów, a także inne zakupy niezbędne do serwowania wyżej wymienionych.
6. **Wynajem niezbędnego sprzętu, w tym:**
 - Najem mebli, sprzętu chłodniczego i ekspozycyjnego, specjalistycznego sprzętu gastronomicznego oraz innych środków trwałych, typu specjalistyczny sprzęt budowlany do montażu oraz demontażu.

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

- Organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 4 osób).

8. Pokrycie kosztów zakwaterowania oraz pobytu dla:

- Organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 18 osobodób - ok. 3 osoby x 5 dób, 1 osoba x 3 doby);
- Ekip montażowych i obsługujących stoisko (ok. 120 osobodób/dni - niższe niż stawka ustawowa);
- Koszty pobytu organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 18 osobodni - ok. 3 osoby x 5 dni, 1 osoba x 3 dni).

UWAGA: Każdy z materiałów wykorzystywanych w projekcie, w tym przekazy audiowizualne, muszą zawierać w sposób 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 KR-D-IG.

CZAS TRWANIA CAŁEGO PROJEKTU:

Czas trwania całego projektu: 1 marca 2025 r. - 31 października 2025 r.

Okres objęty niniejszym zapytaniem ofertowym: 24 lutego 2025 r. – 14 marca 2025 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:

- dystrybutorzy (hurt, sieci handlowe),
- przetwórcy,
- HoReCa.

Charakterystyka potrzeb i oczekiwań grupy docelowej w kontekście projektu:

- Nowe kontrakty:
 - Bezpieczeństwo dostaw: cenione są kontrakty gwarantujące dostawy stałej jakości produktów przez długi okres czasu;
 - ✓ Konkurencyjna cena: targi stwarzają możliwość szerokiego porównania ofert, w tym poziomu cen. W takich okolicznościach cena staje się pierwszym tematem rozmowy, choć działania KR-D-IG zmierzają do promocji pozacenowych przewag konkurencyjnych polskiego drobiu.
- Podtrzymanie i rozwój istniejących relacji:
 - ✓ Renegocjacje warunków handlowych w oparciu o zmienną sytuację rynkową;
 - ✓ Rozwój długofalowych relacji biznesowych oparte na obustronnym zaufaniu.

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: **2 206 715,00 PLN brutto** włączając wynagrodzenie Wykonawcy*.

*Prosimy, aby przewidziana agencji była włączona do kosztów na poszczególne działania, a nie stanowiła osobnej pozycji budżetowej.

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)	
1.	Reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	1.1. Reklama A4 w magazynie Food Forum dystrybuowanym na targach, nakład 20.000 egzemplarzy	1	7 011,00	7 011,00	7 011,00
3.	Przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	3.1. Opracowanie koncepcji kreatywnej stoiska oraz rysunków technicznych – wykonawczych - pakiet	1	30 733,40	30 733,40	837 533,40
		3.2. Wykonanie kompleksowej zabudowy stoiska wraz z niezbędnymi przyłączami (elektryczne, wodno-kanalizacyjne itp.), instalacjami i oświetleniem – pakiet	1	610 000,00	610 000,00	
		3.3. Wykonanie elementów wyposażenia stoiska, wydruki i dekoracje, a także wszystkie elementy identyfikacji wizualnej wszystkich firm - współwystawców stoiska)	1	188 000,00	188 000,00	
		3.4. Projekty oraz druk materiałów informacyjno-reklamowych na targi: folder "Polish Poultry" (1.000 szt.), zaproszenie (tylko wersja elektroniczna)	1	8 800,00	8 800,00	
4.	Udział w pokazach, wystawach i targach	4.1. Obligatoryjne opłaty: opłata rejestracyjna (pakiet marketingowy)	1	7 500,00	7 500,00	7 500,00
7.	Najem powierzchni informacyjno-promocyjnych	7.1. Najem powierzchni stoiska (ok. 270 m2) wraz z m.in. obowiązkowymi opłatami podatkowymi, rejestracyjnymi i marketingowymi, ubezpieczeniem i sprzątnięciem	270	2 644,00	713 880,00	757 560,00
		7.2. Najem dodatkowych powierzchni lub użytkownika stoiska poza godzinami targowymi, parkingu lub innych pomieszczeń, w tym magazynu chłodniczego, niezbędnych do realizacji zadania	1	43 680,00	43 680,00	
10.	Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	10.1. Transporty ciężarowe krajowe i zagraniczne wraz z opłatami postojowymi i parkingowymi, w tym specjalistyczny transport chłodniczy	1	86 680,00	86 680,00	367 200,00
		10.2. Transporty osobowe krajowe i zagraniczne wraz z opłatami drogowymi	1	25 320,00	25 320,00	
		10.3. Obsługa stoiska: ok. 12 osób wraz z kosztami dotarcia do miejsca wykonania usługi	1	168 300,00	168 300,00	
		10.4. Zakup produktów do przygotowania degustacji i potraw, napojów, a także inne zakupy niezbędne do serwowania wyżej wymienionych	1	86 900,00	86 900,00	
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 i ekspozycyjnego, specjalistycznego sprzętu gastronomicznego oraz innych środków trwałych, typu specjalistyczny sprzęt budowlany do montażu oraz demontażu	1	119 000,00	119 000,00	119 000,00
14.	Koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu: Podróży samolotem w klasie ekonomicznej, koleją lub innym publicznym środkiem transportu w I lub II klasie	14.1. Zakup biletów na podróż samolotem lub innym publicznym środkiem transportu dla organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 4 osób)	4	2 490,00	9 960,00	97 158,00
		14.2. Koszty zakwaterowania organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 18 osobodób - ok. 3 osoby x 5 dób, 1 osoba x 3 doby)	18	731,00	13 158,00	
		14.3. Koszty zakwaterowania ekip montażowych i obsługujących stoisko (ok. 120 osobodób)	1	84 000,00	84 000,00	
		14.4. Koszty pobytu organizatorów i/lub ekspertów branżowych (ok. 18 osobodni - ok. 3 osoby x 5 dni, 1 osoba x 3 dni)	18	210,70	3 792,60	

⁽¹⁾ 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 wyższe 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 2 206 715,00 PLN brutto.

ZADANIA OFERENTA NA ETAPIE PROWADZONEJ KONKURENCYJNEJ PROCEDURY WYBORU WYKONAWCY:

1. Przygotowanie:

- konceptu kreatywnego stoiska (2 projekty) 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;
- potwierdzenie dostępności (rezerwacji) powierzchni;
- rozwiązań graficznych wskazujących na rodzaj produktów ofertowanych przez wystawców (drób, przetwory drobiowe);
- rozwiązań funkcjonalnych obejmujących organizację stoiska.

WIZERUNEK:

1. Nowoczesność, estetyka i elegancja, wzbogacone subtelną inspiracją polskim krajobrazem oraz harmonijnym otoczeniem sprzyjającym hodowli drobiu.

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

2. **Przygotowanie całościowego budżetu projektu**, obejmującego wszystkie koszty związane z kompleksową organizacją stoiska (ZAŁOŻENIA PROJEKTU/opis działań w pozycji budżet) oraz wynagrodzeniem Wykonawcy (ujętym częściowo w poszczególnych pozycjach kosztorysu).

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 23.04.1964 r. (Dz.U. z 2014 r., poz. 121), które dotyczą zawarcia umowy w trybie przetargu, tj. art. 70¹ do 70⁵ 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 KRDI-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 jako 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 Wykonawca będzie posiadał działalność regulowaną Kodeksem spółek handlowych. W przetargu nie mogą startować osoby fizyczne.
2. **Znajdować się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.**
3. **Posiadać ubezpieczenie od 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 3 lat (lub odpowiednio krótszym, jeśli okres działalności podmiotu jest krótszy niż 3 lata) naleźycie 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 150 m², zróżnicowanego pod kątem stref na stoisku (strefa biznesowa, VIP, kulinarna/degustacyjna), w których brało jednorazowo udział min. 16 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 Wykonawca wykaże, że dysponuje zespołem doświadczonym w kompleksowej organizacji stoisk 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 jako 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;
3. została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu, jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2244);
4. została złożona po terminie.

PODSTAWY WYKLUCZENIA:**Z niniejszej procedury Wyboru Wykonawcy zostają wykluczeni::**

1. Oferenci, 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;
2. Oferenci, 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 targowych (działania towarzyszące, np. pokazy kulinarne, degustacje itp. na targach międzynarodowych w Europie 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:

1. 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;
2. Bilans oraz rachunek zysków i strat, a w przypadku podmiotów nie zobowiązanych do sporządzania bilansu, informacji określających obrót, zysk oraz zobowiązania i należności – za ostatnie 2 lata obrotowe, a jeżeli działalność Zgłaszającego jest krótsza – za ten okres;
3. Dokument potwierdzający, że podmiot składający ofertę jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności wraz z potwierdzeniem płatności za tę polisę;
4. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert;
5. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do Urzędu Skarbowego, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert;
6. 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 150 m², zróżnicowanego pod kątem stref na stoisku (strefa biznesowa, VIP, kulinarna/degustacyjna), w których brało jednorazowo udział min. 16 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.*

7. 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 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 przetargu 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, wymienione w Kryteriach Formalnych udziału w postępowaniu.

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy rozstrzygnięta zostanie w oparciu o opinie min. 3-sobowego zespołu ekspertów KRD-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 Wykonawcy, 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.

Wykonawca 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) 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 oferowanych 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) oraz wynagrodzeniem Wykonawcy (ujętych częściowo w poszczególnych pozycjach kosztorysu).

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 (max 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 podpisaniem 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. Wymagane jest, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób marctrwały.

4. 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).

5. Cena oferty musi być wyrażona w PLN.

6. 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 **11 marca 2025 r. do godz. 10:00:**

pocztą elektroniczną na adresy e-mail: Marta Kędel m.kedel@krd-ig.pl, Irena Sikorska i.sikorska@krd-ig.pl

W tytule e-maila należy wpisać: Odp. na Zapytanie ofertowe - projekt: „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga”.

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:

Ocenić 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=kwalfikacja 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:

Nazwa Kryterium [K]	Znaczenie (%)	Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania w danym kryterium
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
RAZEM	100%	100

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/liczba osób oceniających.

WIZERUNEK:

1. Nowoczesność, estetyka i elegancja, wzbogacone subtelną inspiracją polskim krajobrazem oraz harmonijnym otoczeniem sprzyjającym hodowli drobiu.

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

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, VIP i strefy kulinarnej/gastronomicznej.	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, VIP i strefy kulinarnej/gastronomicznej.	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, VIP i strefy kulinarnej/gastronomicznej.	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 punktów, 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 1-8) wiąże się z odjęciem 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.

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

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 KR-D-IG (Komisja oceniająca), wśród Oferentów, którzy w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

TERMIN	DZIAŁANIE
24.02.2025	Opublikowanie zaproszenia do składania ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga”.
do 3.03.2025 do godz. 12:00	Czas na ewentualne zapytania Oferentów dot. wyjaśnienia treści Zapytania ofertowego.
11.03.2025 r. do godz. 10:00	Termin złożenia ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga”.
11.03.2025 r. godz. 10.30	Komisyjne otwarcie ofert na realizację projektu (zadania) pt. „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga” I ETAP OCENY – OCENA SPEŁNIENIA WARUNKÓW FORMALNYCH.
11.03.2025 r.	Czas na ewentualne uzupełnienie nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych/doprecyzowanie niejasności.
12-14.03.2025	Ocena ofert przez Komisję Oceniającą na realizację projektu (zadania) pt. „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga” w ramach II ETAPU OCENY – OCENA JAKOŚCI OFERT.
do 14.03.2025 r. do godz. 16.00	Wybór najkorzystniejszej oferty – Wykonawcy. Ogłoszenie wyników postępowania na realizację projektu (zadania) pt. „Promocja polskiego drobiu oraz jego przetworów na targach Anuga”. 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 na realizację przedmiotu zamówienia.

WARUNKI SZCZEGÓLNE:

1. Ceny określone przez Wykonawcę 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. Rozliczanie działań zrealizowanych w danym etapie realizowane będzie na koniec etapu w oparciu o przekazane dokumenty 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 przetargu 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 Wykonawca na wezwanie Zamawiającego i w terminie przez niego wyznaczonym nie wniesie sprzeciwu wobec czynności poprawiania 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 usunięcia braku. W takim przypadku oferta zostanie poddana ocenie jakości oferty.

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 Podmiotu 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 Zaproszenie 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 zgłoszenia nie będą stanowić utworów w rozumieniu przepisów prawa autorskiego, a podmiot składający zgłoszenie wyraża poprzez jego złożenie bezwarunkową i nieodwołalną zgodę na warunki określone w niniejszym Zaproszeniu.

Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zaproszeniu 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 Zaproszenia 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 KRD-IG zastrzega sobie prawo akceptacji podwykonawców poszczególnych zadań.

Prezes Zarządu KRD-IG
(-) Dariusz Goszczyński