

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

do zapytania ofertowego nr 1/07/2025 w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej certyfikowanej żywności ekologicznej, znakowanej symbolem europejskiego logo żywności organicznej, zwanym Euroliściem

pt. „European Organic - Enjoy, Savour and Share”
(„Europejska żywność ekologiczna – wspólna radość i smak”)
skierowanej na rynki Francji i Niderlandy

01.07.2025 r.

ZAMAWIAJĄCY:

Polska Izba Żywności Ekologicznej

ul. Kickiego 1/lokal U4, 04-373 Warszawa

Osoba do kontaktu: Krystyna Radkowska

e-mail: zarzad@pize.info.pl, biuro@pize.info.pl

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

1. Polska Izba Żywności Ekologicznej

Polska Izba Żywności Ekologicznej (PIŻE) jest polską organizacją samorządu gospodarczego o statusie izby gospodarczej, zrzeszającą rolników, producentów, przetwórców i sprzedawców branży certyfikowanej żywności ekologicznej, zarejestrowaną w 2017 roku. PIŻE reprezentuje interesy zrzeszonych w niej przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie prowadzonej przez nich działalności polegającej na wytwarzaniu, wprowadzaniu na rynek, a także na identyfikacji i promocji certyfikowanej żywności ekologicznej oraz innej działalności z tym związanej.

Izba działa na podstawie Ustawy o izbach gospodarczych oraz Statutu. Organami Izby są: Walne Zgromadzenie Członków, Rada Izby i Zarząd Izby. PIŻE zrzesza 91 członków. Do Izby należą największe podmioty działające na rynku certyfikowanej żywności ekologicznej w Polsce. Misją PIŻE jest szeroka edukacja społeczeństwa na temat walorów zdrowotnych produktów ekologicznych oraz unijnych metod uprawy, hodowli i przetwórstwa bio żywności. Członkami Izby są: producenci żywności ekologicznej (rolnicy) mający gospodarstwa w 100% ekologiczne (dopuszczalne jest posiadanie części gospodarstwa w okresie konwersji); przetwórcy i konfekcjonerzy żywności ekologicznej, dystrybutorzy żywności ekologicznej oraz przedsiębiorcy przetwarzający i obracający żywnością ekologiczną, a także jednostki certyfikujące.

2. Cele i zadania Polskiej Izby Żywności Ekologicznej

Celem PIŻE jest propagowanie wiedzy na temat unijnej certyfikacji produktów ekologicznych i korzyści, jakie niesie dla konsumentów, wyróżniając produkty bio od konwencjonalnych. Działalność Izby wspiera i promuje rolnictwo ekologiczne i przedstawianie gospodarstw rolnych z produkcji konwencjonalnej na ekologiczną. Jako reprezentant producentów i przetwórców certyfikowanej żywności ekologicznej, PIŻE jest partnerem dla Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Opiniuje projekty legislacyjne dotyczące bio żywności i lobbuje na rzecz jak najszybszego wprowadzania certyfikowanych eko produktów do szkół i przedszkoli oraz innych placówek publicznych. Dzięki przedsięwzięciom edukacyjno-promocyjnym Izba propaguje modę na eko produkty wśród polskich konsumentów i rozwija polski rynek bio żywności i zrównoważonego rolnictwa. PIŻE jest jednym z podmiotów założycielskich Koalicji na rzecz Rozwoju Rynku Żywności Bio, powołanej w 2018 r. pod patronatem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, która w 2021 roku opracowała i wydała pierwszy w Polsce kompleksowy raport na temat rynku żywności ekologicznej.

3. Opis produktu i systemu

Promowanym produktem jest certyfikowana żywność ekologiczna, znakowana symbolem europejskiego logo żywności organicznej, zwanym Eurolisciem, w szczególności: owoce i warzywa oraz produkty z nich wytworzone, produkty zbożowe oraz ekologiczne mięso drobiowe, wieprzowe i wołowe.

4. Cel kampanii

Celem kampanii jest budowanie rozpoznawalności unijnego systemu jakości rolnictwa ekologicznego, zaufania do niego, a także wiedzy o zaletach produktów wytwarzanych w tym systemie oraz zwiększenie konkurencyjności i spożycia unijnych produktów rolnych wytwarzanych w systemie rolnictwa ekologicznego poprzez działania promocyjne skierowane na dwa wewnętrzne rynki UE: Francję i Niderlandy.

II. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

- a) Ustawa Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. z 2017 r., poz. 459 z późn. zm.) art. 701— 705, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
- b) Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz. Urz. UE L 317 z 4.11.2014, str. 56).
- c) Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str. 3).
- d) Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str.14).
- e) Wskazówki dotyczące procedury konkursowej z dnia 7 lipca 2016 r. określone przez Komisję Europejską w dokumencie o sygnaturze DDG1.B5/MJ/db D (2016) 3210777.
- f) Tytułu VII rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE, Euratom) 2018/1046 z dnia 18 lipca 2018 r. w sprawie zasad finansowych mających zastosowanie do budżetu ogólnego Unii, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1296/2013, (UE) nr 1301/2013, (UE) nr 1303/2013, (UE) nr 1304/2013, (UE) nr 1309/2013, (UE) nr 1316/2013, (UE) nr 223/2014 i (UE) nr 283/2014 oraz decyzję nr 541/2014/UE, a także uchylające rozporządzenie (UE, Euratom) nr 966/2012.

2. Postępowanie prowadzone jest jednoetapowo i obejmuje:

- a) Opublikowanie zaproszenia do składania ofert na stronie Zamawiającego www.jemyeko.com oraz na przynajmniej jednym portalu przetargowym.
- b) Dostarczenie zapytania do co najmniej 3 potencjalnych oferentów.
- c) Komisyjne otwarcie ofert.
- d) Weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych i ocenę złożonych ofert.
- e) Składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen.
- f) Wybór najkorzystniejszej oferty.
- g) Powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie. Zamawiającego www.jemyeko.com.
- 3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- 4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- 5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- 6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- 7. Oferenci mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia.
- 8. Oferenci występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w przypadku wyboru ich Oferty.
- 9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszym dokumencie, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- 10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.

III. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie koncepcji wizualnej i wdrożenie działań w ramach 3-letniej kampanii promocyjno-informacyjnej „European Organic - Enjoy, Savour and Share” / „Europejska żywność ekologiczna – wspólna radość i smak” (dalej zwaną kampanią lub programem), skierowanej na rynki Francji i Niderlandów, której szczegółowy opis stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego zapytania.
2. Wdrożenie i realizacja zaplanowanej kampanii powinna odbywać się zgodnie z programem zatwierdzonym przez Komisję Europejską.
3. W ramach oferty należy przedstawić:
 - a) projekt graficzny logo kampanii
 - b) projekt graficzny key visuala kampanii (graficzny wizualny klucz – layout, zapewniający spójność wizerunkową kampanii), który będzie wiodącym motywem graficznym programu
 - c) projekt graficzny landing page – strona główna i przykładowa podstrona, będące interpretacją key visuala
 - d) projekty graficzny cover photo oraz przykładowego 1 postu na fanpage kampanii na Facebooku w obu językach (francuskim i niderlandzkim)
 - e) projekty graficzne elementów kampanii display: billboard 750 x100 pikseli, skyscraper 160 x 600 pikseli – w dowolnie wybranym z dwóch języków
 - f) projekt graficzny i funkcjonalny stoiska targowego o powierzchni 100 m2
 - g) Budżet działań w oparciu o opis programu do realizacji, zawarty w Załączniku nr 1 do SIWZ.
- i. Oferenci zobowiązani są, zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy, do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:
 - a) Wszystkie wykorzystane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem UE oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (-ych) [tłum. KAMPANIA FINANSOWANA PRZY WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ]:



Co-funded by the
European Union

lub



Co-funded by the
European Union

Jeżeli emblemat UE jest umieszczony w zestawieniu z innymi logo beneficjenta, musi on być odpowiednio wyeksponowany, tj. emblemat musi być widoczny co najmniej tak dobrze jak inne znaki i mieć minimum 1 cm. W przypadku mediów wizualnych emblemat i tekst należy umieścić w

widoczny sposób na początku, w trakcie lub na końcu przekazu. W przypadku mediów audio tekst musi być wyraźnie słyszalny na końcu przekazu.

Na potrzeby wywiązania się z niniejszego obowiązku beneficjent (Zleceniodawca) może wykorzystać emblemat UE bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody Komisji. Nie oznacza to jednak przyznania mu prawa do jego wykorzystywania na zasadnie wyłączności.

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



- napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
 - umieszczony pionowo;
 - kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60);
 - wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje.
- c) Wizualne materiały informacyjne i promocyjne – z wyjątkiem małych materiałów promocyjnych, (takich jak małe gadżety, np. długopisy) – muszą zawierać następujące zastrzeżenie:
- „Treść niniejszego(-ej) [wstawić odpowiedni opis, np. reklamy, publikacji, artykułu itp.] odzwierciedla wyłącznie poglądy jego/jej autora i podlega jego/jej wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w nim/niej informacji”.

Na stronie internetowej niniejsze zastrzeżenie należy zawrzeć w części dotyczącej informacji prawnych.

Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it's from Europe” dostępne są pod następującym linkiem: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-on-the-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>.

- d) Ponadto Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym jak i po podpisaniu umowy do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji inicjującej: Polskiej Izby Żywności Ekologicznej.
- e) Informacje, o których mowa w pkt a), b), c) i d) powinny znaleźć się we wszystkich materiałach wykorzystywanych w ramach Zadania, w szczególności promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych i edukacyjnych, proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający dobrą widoczność. Wymóg ten dotyczy również stron internetowych oraz profili w portalach społecznościowych.
- f) Oferent zobowiązuje się do informowania o sposobie finansowania Zadania w odpowiedni sposób, w szczególności poprzez zamieszczenie informacji w brzmieniu zawartym w pkt. a, b, c, d w wydawanych w ramach Zadania publikacjach i materiałach informacyjnych.

- g) Wszelkie działania w zakresie komunikacji lub rozpowszechniania informacji związane z tym działaniem muszą opierać się na rzetelnych faktach. Muszą ponadto zawierać następującą klauzulę o wyłączeniu odpowiedzialności (w stosownych przypadkach w tłumaczeniu na miejscowe języki):

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

IV. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Szacowane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa, czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię (maksymalnie 15% kosztów przygotowanych i zrealizowanych działań w ramach kampanii) wynoszą łącznie **2.698.186,00 EUR netto**. Do wskazanej kwoty należy doliczyć podatek od towarów i usług w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług.

V. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Oferent jest związany ofertą przez okres 3 miesięcy.
2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
3. Oferent samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym, że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Oferentów o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
- ii. Przedłużenie terminu związania ofertą jest dopuszczalne tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo jeżeli nie jest to możliwe, z wniesieniem nowego wadium na przedłużony okres związania ofertą. Jeżeli przedłużenie terminu związania ofertą dokonywane jest po wyborze oferty najkorzystniejszej, obowiązek wniesienia nowego wadium lub jego przedłużenia dotyczy jedynie Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza.
- iii. Zamówienie realizowane będzie od dnia podpisania Umowy z Wykonawcą do końca realizacji projektu, tj. do dnia 29.02.2028 r.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - a) nie podlegają wykluczeniu;
 - b) spełniają warunki udziału w postępowaniu;
 - c) nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.
2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty, zgodnie z metodą zerojedynkową.
3. W postępowaniu przetargowym mogą wziąć udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno- prawne:
 - a) Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018 r. (Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r.).
 - b) Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy.

- c) Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.
 - d) Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim.
4. W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga, aby złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji oraz ustanowili pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie Zamówienia.

5. **Warunki potwierdzające posiadanie doświadczenia i wiedzy**

- a) O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który w okresie ostatnich 10 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:
 - i. zrealizował **co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach), która miała budżet co najmniej 3 mln PLN brutto;
 - ii. zrealizował **co najmniej 2 wydarzenia o charakterze wystawienniczym (targi)**, w tym co najmniej jedno o wartości minimum 300 tys. PLN brutto.
- b) W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, tzn., że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

6. **Warunki dysponowania odpowiednim potencjałem ludzkim**

- a) O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje zespołem złożonym z następujących osób:
 - i. **Osoba zarządzająca projektem** — min 10 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach kierowniczych; zarządzała minimum 2 kampaniami promocyjnymi realizowanymi na rynkach zagranicznych, biegle posługująca się językiem angielskim.
 - ii. **Osoba odpowiedzialna za organizację targów i/lub eventów** — min. 5 lat doświadczenia zawodowego w organizacji eventów i/lub targów; zrealizowała minimum 3 wydarzenia o charakterze targowym/seminariów/kongresów/misji gospodarczych na rynkach zagranicznych (unijnych i poza unijnych); posługująca się biegle językiem angielskim.
 - iii. **Osoba specjalizująca się w public relations** - min. 5 lat doświadczenia zawodowego w zakresie public relations; zrealizowała samodzielnie lub nadzorowała działania public relations w ramach co najmniej 2 kampanii, a działania te obejmowały co najmniej: opracowywanie i dystrybucję informacji prasowych, kontakty z dziennikarzami, opracowywanie raportów medialnych; posługująca się biegle językiem angielskim.

7. **Warunki sytuacji ekonomiczno-finansowej Oferenta.**

- a) O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który spełnia następujące warunki sytuacji ekonomiczno – finansowej:
- b) Posiada **środki finansowe lub zdolność kredytową** w wysokości **minimum 2 000 000,00 PLN** (słownie: dwa miliony złotych).
- c) Posiada **ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej w kwocie minimum 2 000 000 PLN**. Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, obejmującą wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie,

jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie. Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie. W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia ilość dni.

8. Podstawy wykluczenia

Z niniejszej procedury wyklucza się:

- a) Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego.
- b) Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury ofertowej wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie było następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed datą przystąpienia do postępowania przetargowego.
- c) Oferentów, w stosunku do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego.
- d) Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności.
- e) Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.
- f) Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych.
- g) Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającymi oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy.
- h) Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.).

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

VII. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:

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

4. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.).
5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym SIWZ.

VIII. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Wymogi formalne przy przygotowaniu oferty

- a) Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz założeniami strategicznymi do kampanii promocyjno-informacyjnej pt. „European Organic - Enjoy, Savour and Share” stanowiącymi Załącznik nr 1 do niniejszej SIWZ.
- b) Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne, lub oferty wariantowej spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.
- c) Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej SIWZ muszą spełniać następujące wymogi:
 - i. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa (na pierwszej i ostatniej stronie każdego dokumentu powinna być pieczęć i podpis, na pozostałych stronach - parafka);
 - ii. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopi poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
 - iii. wszystkie oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie.
- d) Dokumenty ofertowe sporządzone w języku obcym muszą być złożone wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- e) Zaleca się, aby dokumenty składające się na ofertę były połączone w sposób trwały.
- f) Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty, Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą i na wykonywanie pozostałych praw zależnych w zakresie związanym z umową o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.
- g) Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy o udzielenie dotacji na realizację kampanii, do modyfikacji niektórych części umowy, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.
- h) Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesięcy. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Zamawiający ma prawo wezwać jednokrotnie Oferentów do przedłużenia tego terminu o okres nie dłuższy niż 6 miesięcy.

2. Dokumentacja wymagana na etapie składania oferty.

- a) Oferent zobowiązany jest do złożenia w terminie wskazanym w pkt. IX niniejszego SIWZ oraz w formie określonej w tejże Specyfikacji następujących dokumentów:
- i. **Formularz ofertowy** - oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszej Specyfikacji. Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego Lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum, zawierającą podział obowiązków pomiędzy konsorcjantów.
 - ii. **Wykaz kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym z ostatnich 10 lat** - zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy. Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użyczonych referencji oraz polegania na doświadczeniu podmiotów trzecich. Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym powinien być zgodny z załącznikiem nr 4 do SIWZ.
 - iii. **Wykaz osób w zespole Oferenta potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim** - zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodne z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. VI.6 SIWZ. Wykaz osób powinien być przedstawiony na formularzu zgodnym z załącznikiem nr 5 do SIWZ.
 - iv. **Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:**
 - **Zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min. 2 000 000 PLN** (słownie: dwa miliony złotych), wydane przez bank lub spółdzielczą kasę oszczędnościową, nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert. W przypadku, gdy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich konsorcjantów.
 - **Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.
 - **Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami na ubezpieczenie społeczne z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.** W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.
 - **Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego,** wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert. W przypadku Oferenta z spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.
 - **Ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej** w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, potwierdzająca, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności **na kwotę 2 000 000,00 PLN** (słownie: trzy miliony złotych) oraz potwierdzenie opłacenia polisy. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, dokument ten składa Lider konsorcjum bądź grupa konsorcjantów na wspólną kwotę nie mniejszą niż 2 000 000,00 PLN.
 - iv. **Oświadczenie o niewyrządzeniu szkody poprzez niewykonanie umowy lub wykonanie jej nienależycie w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem niniejszego postępowania**

ofertowego, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia niniejszego postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed terminem przystąpienia do postępowania ofertowego.

- v. **Dokument potwierdzający wniesienie wadium** w formie określonej w pkt. X niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- vi. **Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy)** — umowa cywilno-prawna ze wskazaniem Lidera Konsorcjum upoważnionego do reprezentowania Konsorcjum, szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów oraz określeniem zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.
- vii. **Projekty graficzne** wymienione w pkt.III.3. SIWZ i przygotowane na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ.
- viii. **Budżet całościowych bezpośrednich kosztów podwykonawstwa, określonych w załączniku nr 1 do SIWZ.**

b) W przypadku Oferenta mającego siedzibę poza terytorium Polski, wszystkie wymagane dokumenty należy złożyć w formie odpowiedników dokumentów obowiązujących w kraju siedziby Oferenta. Dokumenty ofertowe sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego

IX. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach (płyta CD lub pendrive). Oferta w wersji papierowej powinna być połączona w sposób trwały.
3. Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

„Oferta na opracowanie koncepcji kreatywnej oraz wdrożenie i realizację trzyletniej kampanii informacyjno- promocyjnej pt. „European Organic: Enjoy, Savour and Share” skierowanej na rynki Francji i Niderlandów”.

Nie otwierać przed godz. 12.00 w dniu 7 sierpnia 2025 r.

Dane oferenta:

4. Ofertę należy złożyć do dnia **7 sierpnia 2025 r. do godz. 12.00, w siedzibie Zamawiającego: Polska Izba Żywności Ekologicznej, adres: ul. Kickiego 1/lokal U4, 04-373 Warszawa.**
5. Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.
6. Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.
7. Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
8. Otwarcie ofert nastąpi po **dniu 7 sierpnia 2025 r. po godz. 12.30 w siedzibie Zamawiającego.**
9. Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert.
10. Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

X. WADIUM

1. Przed upływem terminu składania ofert Oferent zobowiązany jest wnieść wymagane wadium w kwocie **30 000,00 PLN** (słownie: trzydzieści tysięcy złotych).
2. Wadium może być wnoszone w następujących formach:
 - a) gotówce,
 - b) poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo — rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym
 - c) gwarancjach bankowych.
3. Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od X.2. niniejszego SIWZ musi być załączony do oferty w formie oryginału.
4. W przypadku wnoszenia wadium w gotówce, kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

Nazwa banku:

Numer rachunku bankowego:

5. Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem” poniższe sformułowanie: **„Wadium w postępowaniu przetargowym dot. trzyletniej kampanii PIZE na rynkach Francji i Niderlandów”**
6. Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi w następujących przypadkach:
 - a) upłynął termin związania ofertą;
 - b) zawarto umowę;
7. Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.
8. Zamawiający dokona niezwłocznie zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli Zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wyboru oferty.
9. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:
 - a) odmówi podpisania umowy,
 - b) zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

XI. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

1. Publikacja zaproszenia do składania ofert — **01.07.2025 r.**
2. Termin składania ofert — **7 sierpnia 2025 r. godz. 12.00**
3. Otwarcie ofert — **po 7 sierpnia 2025 r. godz. 12.30**
4. Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny — **od 7 sierpnia 2025 r. do 20 sierpnia 2025 r.**
5. Wybór najkorzystniejszej oferty wraz z uzasadnieniem wyboru nastąpi po posiedzeniu komisji oceniającej, a poinformowanie oferentów o wynikach postępowania nastąpi do dnia **3 sierpnia 2025 r.** – informacja wysłana pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego www.jemyeko.com

XII. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

	Kryterium	Waga
K1	Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa, czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w <u>EUR netto</u>	40%
K2	Koncepcja kreatywna kampanii	30%
K3	Projekt stoiska targowego o powierzchni 100 m²	18%
K4	Liczba umówionych spotkań z kontrahentami	12%
	Razem	100%

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

Kryterium 1 - Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w EUR)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa, czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię, wyrażone w EUR netto (bez VAT).

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

$$K1 = \frac{\text{Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert}}{\text{Koszty zaproponowane w ocenianej ofercie}} \times 40 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 40 punktów.

Kryterium 2 - Koncepcja kreatywna kampanii

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty i koncepcje. Zamawiający przyzna każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 30 pkt.), uwzględniając poniższe kryteria.

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
1. Logo kampanii	1) Atrakcyjność graficzna, czytelność i przejrzystość (0-5) 2) Dopasowanie do specyfiki programu, grup docelowych, łatwość aplikacji na różnych formach reklamowych (0-3)	0-8
2. Key visual	1) Dostosowanie KV do specyfiki programu oraz dopasowanie do grup docelowych (0-5) 2) Czytelność, siła przekazu, łatwość w aplikacji w różnych kanałach komunikacji (0-5)	0-10
3. Projekt strony internetowej (strona główna + przykładowa podstrona)	1) Dostosowanie projektu do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2) 2) Spójność z zaproponowanym key visuałem kampanii (0-2) 3) Przejrzystość układu i funkcjonalność strony (0-2)	0-6
4. Projekty graficzne następujących elementów kampanii w internecie: Facebook – projekt cover photo i przykładowego 1 postu (grafika i treść), kampania display – projekt billboardu 750 x 100 pikseli oraz projekt skyscrappera 160 x 600 pikseli	1) Dostosowanie projektów do tematyki programu i charakteru grup docelowych (0-2) 2) Spójność z zaproponowanym key visuałem kampanii (0-2) 3) Czytelność i siła przekazu (0-2)	0-6

Punkty w kryterium oceny K2 zostaną policzone jako średnia arytmetyczna z punktów przyznanych przez członków Komisji Oceniającej. To znaczy, że każdy członek Komisji oceniającej przyzna indywidualne punkty w tym kryterium. Punkty są następnie sumowane. Suma punktów od wszystkich członków Komisji Oceniającej jest dzielona przez liczbę wszystkich członków Komisji, celem wyliczenia średniej arytmetycznej punktów w tym kryterium.

Kryterium 3 - Projekt stoiska targowego

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty.

Zamawiający przyzna każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 18 pkt.), uwzględniając poniższe kryteria.

ELEMENT OCENIANY	KRYTERIA OCENY	PKT
------------------	----------------	-----

1. Przykładowy projekt stoiska targowego o powierzchni 100 m ²	1) Atrakcyjność stoiska m.in. kolorystyka stoiska, wykorzystanie nowoczesnych elementów zabudowy przyciągających uwagę odwiedzających (0-9) 2) Funkcjonalność stoiska tj. zaprojektowanie miejsc do ekspozycji produktów, wygodny podział oraz część do rozmów, optymalne rozplanowane przestrzeni, zaplecze stoiska, odpowiednie rozplanowanie stref stoiska (0-9)	0-18
---	--	------

Punkty w kryterium oceny K3 zostaną policzone jako średnia arytmetyczna z punktów przyznanych przez członków Komisji Oceniającej. To znaczy, że każdy członek Komisji oceniającej przyzna indywidualne punkty w tym kryterium. Punkty są następnie sumowane. Suma punktów od wszystkich członków Komisji Oceniającej jest dzielona przez liczbę wszystkich członków Komisji celem wyliczenia średniej arytmetycznej punktów w tym kryterium.

Kryterium 4 Liczba umówionych spotkań z kontrahentami

Zamawiający przyzna każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 12 pkt.) w oparciu o zadeklarowaną przez oferentów liczbę umówionych spotkań z kontrahentami. Zamawiający nie precyzuje żadnych minimalnych progów. Obowiązkiem oferenta jest przedstawienie w jaki sposób planuje udokumentować osiągnięcie zadeklarowanej liczby spotkań na etapie rozliczania projektu.

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

$$K4 = \frac{\text{Liczba spotkań zadeklarowana w ocenianej ofercie}}{\text{Największa liczba zadeklarowanych spotkań wśród złożonych ofert}} \times 12 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 12 punktów.

2. Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę zostanie obliczona według wzoru $W = K1 + K2 + K3 + K4$.

XIII. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy spośród Oferentów, wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym SIWZ.
2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.
3. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.
4. Zamawiający ogłosi informację o wyborze Wykonawcy za pomocą poczty elektronicznej wysłanej do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego www.jemyeko.com, oraz na serwisach www.biznes-polska.pl, www.oferty-biznesowe.pl

XIV. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

1. Zawarcie umowy z Oferentem nastąpi najpóźniej w terminie do 60 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania z zastrzeżeniem, iż przedmiotowa umowa wejdzie w życie z dniem pozytywnej oceny niniejszej procedury przetargowej przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa na udzielenie dotacji na promocję produktów.
2. Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu działań objętych niniejszym postępowaniem. Zmiany umowy z Wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:
 - a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy;
 - b. w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy;
 - c. zmiany świadczenia na lepszej jakości przy zachowaniu tożsamości przedmiotu zamówienia za porozumieniem stron;
 - d. inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy.

XV. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

1. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie zapisu w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, nie później jednak niż 7 dni przed terminem otwarcia ofert.
2. Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 7 dni roboczych drogą mailową.
3. W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
4. Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronie Zamawiającego www.jemyeko.com.
5. Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
6. Szczegółowe informacje oferenci mogą uzyskać u Zamawiającego: Polska Izba Żywności Ekologicznej, e-mail: projekty@pize.info.pl.

XVI. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1 – Założenia strategiczne i opis kampanii
2. Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego
3. Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)
4. Załącznik nr 4 - Wykaz zrealizowanych kampanii i wydarzeń o charakterze wystawienniczym
5. Załącznik nr 5 – Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii