Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację kampanii informacyjno-promocyjnej

Promocja Jabłka Grójeckiego z Chronionym Oznaczeniem Geograficznym w ramach interwencji I.13.3.

17.04.2025 r.

ZAMAWIAJĄCY:

Stowarzyszenie Sady Grójeckie – ul. Niemojewska 19, 05-660 Warka

Osoba do kontaktu: Magdalena Wrotek - Figarska, tel. 506 260 939
e-mail: magdalena@jablkagrojeckie.pl, stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

1. Stowarzyszenie Sady Grójeckie

Stowarzyszenie Sady Grójeckie zostało założone w 2007 roku przez grupę 16 członków-założycieli, wśród których znajdowali się przede wszystkim sadownicy z rejonu Grójca i okolic. W początkowych latach działalności Stowarzyszenia, jego członkowie dostrzegli potencjał w promocji produkowanych na pobliskich terenach jabłek. Następnie, w trakcie wielu spotkań, szkoleń oraz rozmów nieformalnych postanowiono rozpocząć procedurę ubiegania się o nadanie Chronionego Oznaczenia Geograficznego „Jabłka Grójeckie" dla odmian jabłek spełniających minimalne wymagania dotyczące wybarwienia, wielkości oraz jędrności miąższu. W chwili obecnej Stowarzyszenie Sady Grójeckie (Organizacja inicjująca) zrzesza 199 producentów i 2 członków honorowych i jest jedynym podmiotem dystrybuującym jabłka z oznaczeniem ChOG „Jabłka Grójeckie".
Stowarzyszenie jest jedynym dystrybutorem Jabłek Grójeckich z oznaczeniem ChOG, zarządza centralnie marketingiem i promocją oraz prowadzi sprawy administracyjne na rzecz swoich członków: zajmuje się zgłoszeniami do jednostki certyfikującej, występuje z wnioskami o pomoc i płatność w ramach uczestnictwa w systemach jakości.

2. Opis Produktu i Systemu

2.1 Promowany produkt - „Jabłka grójeckie z oznaczeniem ChOG"
Jabłkami Grójeckimi mogą być nazywane tylko jabłka w klasie extra i klasie I oraz spełniające minimalne wymagania dotyczące wybarwienia, wielkości oraz jędrności miąższu (szczegółowe dane zawarte są w przytoczonym powyżej dokumencie). Ponadto, rozszerzono zakres odmian, dodano możliwość wykorzystania do przetwórstwa „Jabłek Grójeckich" noszących ślady uszkodzeń mrozowych lub gradowych.
Obszar produkcji „Jabłek Grójeckich" położony jest w centralnej Polsce należy podkreślić, iż każde gospodarstwo produkujące „Jabłka Grójeckie" zobowiązane jest do przestrzegania zasad Integrowanej Produkcji (IP) lub standardu bezpieczeństwa żywności – Global G.A.P, i/lub zasada produkcji ekologicznej. Odwołanie się do zewnętrznych, nie obligatoryjnych standardów sprawia, że każde gospodarstwo musi przejść co najmniej dwie kontrole procesów produkcji w niezależnych jednostkach certyfikujących - jedną na potrzeby odnośnych standardów, drugą na potrzeby certyfikacji w systemie ChOG.
„Jabłka Grójeckie" charakteryzują się kwasowością wyższą od przeciętnej dla danej odmiany średnio o 5 % (wartość tego parametru uzależniona jest od warunków atmosferycznych panujących w danym okresie wegetacyjnym). Ponadto „Jabłka Grójeckie" charakteryzują się wyraźnym rumieńcem wynikającym z wyższej zawartości barwników pod skórką (antocyjanów i karotenoidów). O wyjątkowej jakości w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego tych jabłek oraz pro środowiskowego podejścia organizacji zarządzającej świadczy to, że maksymalne progi pozostałości (MRL) środka ochrony roślin dopuszczalne dla „Jabłek Grójeckich" z oznaczeniem ChOG zostały przez Stowarzyszenie dobrowolnie obniżone w roku 2023 (wniosek o zatwierdzenie zmian w specyfikacji)," Jabłka Grójeckie" spełniają bardziej restrykcyjne wymagania dotyczące pozostałości środków ochrony roślin. Obecnie określenie „Jabłka Grójeckie" ChOG odnosi się do 44 odmian jabłek i ich sportów wywodzących się z regionu grójeckiego. Najpopularniejszymi odmianami są: Gala, Red Jonaprince, Jonagold, Golden Delicious, Idared, Ligol.

2.2 Promowane oznaczenie – ChOG - Chronione Oznaczenie Geograficzne
Zmiany zostały zatwierdzone przez - Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2023/2737 z dnia 30 listopada 2023 r. zatwierdzające inną niż nieznaczna zmianę w specyfikacji nazwy zarejestrowanej w rejestrze chronionych nazw pochodzenia i chronionych oznaczeń geograficznych.

Zgodnie z przyznanym Chronionym Oznaczeniem geograficznym, publikacja wniosku o przyznanie ChOG nastąpiła w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej w dniu 27 listopada 2010 roku – jednolity dokument

Rozporządzenie Rady (WE) NR 510/2006 „Jabłka Grójeckie”, nr WE: PL-PGI-0005-0730-01.12.2008.

3. Cele i zadania Stowarzyszenia Sady Grójeckie

Celem Stowarzyszenia Sady Grójeckie jest promowanie wysokich standardów produkcji i dystrybucji owoców, a także wdrażanie rozwiązań podnoszących jakości oferowanych produktów.
Celem biznesowym w kampanii jest zwiększenie sprzedaży certyfikowanych Jabłek Grójeckich z oznaczeniem ChOG na rynku polskim oraz osiągnięcie lepszej rozpoznawalności systemu ChOG oraz wzrost wartości sprzedaży poprzez promowanie wysokiej jakości certyfikowanych jabłek jako głównego atutu.
Celem informacyjnym jest **z**większenie świadomości konsumentów o certyfikowanych Jabłkach Grójeckich z oznaczeniem ChOG jako produktach premium. Kampania ma na celu podkreślenie ich wyższej jakości, wartości odżywczej oraz korzyści środowiskowych, aby konsumenci chętniej wybierali produkty objęte systemem unijnym.
Realizacja tych celów bezpośrednio wpłynie na rozwiązywanie problemów kluczowych, takich jak spadek konsumpcji jabłek w UE, presja cenowa na producentów poprzez zwiększenie atrakcyjności Jabłek Grójeckich na rynku, stymulowanie popytu na wyższej jakości produkty certyfikowane unijnymi oznaczeniami, wspieranie zrównoważonego rozwoju i innowacji w sektorze oraz zwiększenie produkcji certyfikowanej.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

2.1 Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.2020.1740 t.j. z dnia 2020.10.08 .) art. 701 - 705 , z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

2.2 Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

a. opublikowanie zaproszenia do składania ofert:
- na stronach Zamawiającego www.ssg.org.pl/, https://jablkagrojeckie.pl/
- na stronach www.biznes-polska.pl, www.oferty-biznesowe.pl
- dostarczenie zapytania pocztą elektroniczną do co najmniej 3 potencjalnych oferentów,

b. komisyjne otwarcie ofert,
c. weryfikację spełnienia wymogów formalno—prawnych i ocenę złożonych ofert,
d. składanie ewentualnych wyjaśnień przez Oferentów na etapie ocen,
e. wybór najkorzystniejszej oferty,
f. powiadomienie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego www.ssg.org.pl/ , https://jablkagrojeckie.pl/ oraz www.biznes-polska.pl, www.oferty-biznesowe.pl

2.3 Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
2.4 Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
2.5 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
2.6 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
2.7 Oferenci mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. Oferenci występujący wspólnie ustanawiają Lidera do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w przypadku wyboru ich Oferty.
2.8 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszym dokumencie, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
2.9 Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:
Realizacja kampanii trwającej od 01-07-2025 do 26-11-2026, zgodnie z poniższymi etapami w podanym zakresie .

Etap 1

W ramach etapu 1 realizowane będą zadania dotyczącej produkcji materiałów graficznych, w tym zdjęć, grafik przeznaczonych do emisji outdoor oraz przygotowanie scenariusza i storyboardów spotu wideo

Data rozpoczęcia realizacji etapu	2025-07-01
Data zakończenia realizacji etapu	2025-09-30
Koszt kwalifikowalny etapu netto w PLN	300 300,00

Zadanie 1

Produkcja sesji zdjęciowej
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 50 500,00

Podzadanie 1
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynagrodzenia fotografa + asytent fotografa (20 zdjęć) 1 - dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	6 000,00

Podzadanie 2
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynajmu sprzętu fotograficznego: oświetlenie, statywy (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	4 000,00

Podzadanie 3
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynajmu studia/pleneru (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	8 000,00

Podzadanie 4
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynagrodzenia scenaografa oraz elementy scenografii (20 zdjęć) - 1dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Podzadanie 5
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: wynagrodzenie modelek/modeli (30 godzin)
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 12 000,00

Podzadanie 6
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt makijażu (1 dzień)
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 7
Opis
produkcja sesji zdjęciowej koszt stylizacji (1 dzień)
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Podzadanie 8
Opis
koszt cateringu sesja zdjęciowa
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31

Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 1 500,00

Podzadanie 9
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt fryzjera (1 dzień)
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 10
Opis
koszt post produkcji sesji zdjęciowej (20 zdjęć)
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Zadanie 2
Opis
Przygotowanie produkcji spotu wideo
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 14 500,00

Podzadanie 1
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund przygotowanie scenariusza spotu
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-07-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 6 000,00

Podzadanie 2
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund przygotowanie story boardów
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-08-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 8 500,00

Zadanie 3
Opis
Przygotowanie KV i materiałów graficznych

Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 20 000,00

Podzadanie 1
Opis
koszt projektów graficznych KV reklamy outdoor
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 20 000,00

Zadanie 4
Opis
Produkcja spotu wideo
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 90 300,00

Podzadanie 1
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund: wynagrodzenie reżysera - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 9 000,00

Podzadanie 2
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund: koszt ekipy filmowej (sprzęt, dźwięk, oświetlenie) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 8 500,00

Podzadanie 3
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund : koszt operatów - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 6 000,00

Podzadanie 4
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt wynajmu studia/pleneru filmowego - 1 dzień

Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 10 000,00

Podzadanie 5
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt wynagrodzenia aktorów - 40 godzin
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 20 000,00

Podzadanie 6
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund wynagrodzenie scenografa - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 4 000,00

Podzadanie 7
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt wynajmu/kupna elementów scenografii
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 12 000,00

Podzadanie 8
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt wynagrodzenia fryzjera - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 9
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt stylizacji - 1 dzień

Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Podzadanie 10
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt cateringu
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 1 800,00

Podzadanie 11
Opis
produkcja spotu wideo 30 sekund koszt wynagrodzenia makijażystki - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 12
Opis
postprodukcja spotu wideo 30 sekund
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-08-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 10 000,00

Zadanie 5
Opis
Emisja reklamy outdoor
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN
125 000,00

Podzadanie 1
Opis
emisja na nośnikach citylight - Warszawa - 100 nośników
Rodzaj kosztu
Najem powierzchni reklamowej
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-09-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2025-09-30

Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 125 000,00

Etap 2

Opis
Etap 2 obejmuje emisję outdoor, emisję reklam w internecie
Data rozpoczęcia realizacji etapu 2025-10-01
Data zakończenia realizacji etapu 2026-02-28
Koszt kwalifikowalny etapu netto w PLN 535 000,00

Zadanie 1
Opis
Emisja reklam media społecznościowe
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 90 000,00

Podzadanie 1
Opis
emisja reklamy media społecznościowe (instagram, facebook) 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Reklama w internecie
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-10-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 40 000,00

Podzadanie 2
Opis
obsługa kampanii reklamowej media społecznościowe (instagram facebook): aktualizacji profili, zamieszczanie postów, kordynacja kampani reklamowej, targetowanie kampanii - 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-10-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 30 000,00

Podzadanie 3
Opis
kampania reklamowa internet oparta na geolokalizacji - 1 miesiąc
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2025-10-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 15 000,00

Podzadanie 4
Opis
obsługa kampanii reklamowej internet opartej na geolokalizacji - 1 miesiąc
Rodzaj kosztu

Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2025-10-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	5 000,00

Zadanie 2

Opis

Emisja reklam outdoor

Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 445 000,00

Podzadanie 1

Opis

Outdoor superboard 108m2 (Warszawa, Wrocław, Poznań, Kraków) trasy wylotowe (4 nośniki)

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-01-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	90 000,00

Podzadanie 2

Opis

Billboard 18 (20 nośników) - Warszawa, powiat Grójecki

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-01-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	130 000,00

Podzadanie 3

Opis

Billboard backlight 18 (10 nośników) - Warszawa

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-01-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-02-28
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	100 000,00

Podzadanie 4

Opis

emisja na nośnikach citylight - Warszawa - 100 nośników

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2025-10-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2025-10-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	125 000,00

Etap 3

Opis

Etap 3 obejmuje emisję outdoor oraz emisję reklamy w internecie

Data rozpoczęcia realizacji etapu	2026-03-01
Data zakończenia realizacji etapu	2026-06-30
Koszt kwalifikowalny etapu netto w PLN	438 500,00

Zadanie 1

Opis

Emisja reklamy outdoor

Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN

320 000,00

Podzadanie 1

Opis

Outdoor superboard 108m2 (Warszawa, Wrocław, Poznań, Kraków) trasy wylotowe (4 nośniki)

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-03-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-03-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	90 000,00

Podzadanie 2

Opis

Billboard 18 (20 nośników) - Warszawa, powiat grójecki

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-03-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-03-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	130 000,00

Podzadanie 3

Opis

Billboard backlight 18 (10 nośników) - Warszawa

Rodzaj kosztu

Najem powierzchni reklamowej

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-03-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-04-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN	100 000,00

Zadanie 2

Opis

Emisja spotu youtube

Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN	68 000,00

Podzadanie 1

Opis

koszt kampanii promocyjnej youtube (emisja 30 sekundowego spotu) - 4 miesiące

Rodzaj kosztu

Reklama w internecie

Data rozpoczęcia realizacji podzadania	2026-03-01
Data zakończenia realizacji podzadania	2026-06-30

Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 40 000,00

Podzadanie 2
Opis
obsługa kampanii promocyjnej youtube
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-03-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-06-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 28 000,00

Zadanie 3
Opis
Produkcja sesji zdjęciowej
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 50 500,00

Podzadanie 1
Opis
Produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynagordzenia fotografa + asytent fotografa (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 6 000,00

Podzadanie 2
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynajmu sprzętu fotograficznego: oświetlenie, statywy (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 4 000,00

Podzadanie 3
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynajmu studia/pleneru (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 8 000,00

Podzadanie 4

Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt wynagrodzenia scenaografa oraz elementy scenografii (20 zdjęć) - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00
0
Podzadanie 5
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: wynagrodzenie modelek/modeli - 30 godzin
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 12 000,00

Podzadanie 6
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt makijażu - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 7
Opis
produkcja sesji zdjęciowej koszt stylizacji - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Podzadanie 8
Opis
koszt cateringu sesja zdjęciowa
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 1 500,00

Podzadanie 9
Opis
produkcja sesji zdjęciowej: koszt fryzjera - 1 dzień
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 2 000,00

Podzadanie 10
Opis
koszt post produkcji sesji zdjęciowej - 20 zdjęć
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-04-15
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-05-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 5 000,00

Etap 4
Opis
Emisja reklamy w internecie oraz emisja reklamy outdoor
Data rozpoczęcia realizacji etapu 2026-07-01
Data zakończenia realizacji etapu 2026-11-26
Koszt kwalifikowalny etapu netto w PLN 695 260,16

Zadanie 1
Opis
Emisja reklamy media społecznościowe
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 145 000,00

Podzadanie 1
Opis
emisja reklamy media społecznościowe (instagram, facebook) 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Reklama w internecie
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-11-26
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 40 000,00

Podzadanie 2
Opis
Kampania reklamowa internet oparta na geolokalizacji 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Reklama w internecie
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-11-26
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 50 000,00

Podzadanie 3
Opis
obsługa kampanii reklamowej media społecznościowe (instagram facebook) 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-11-26
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 30 000,00

Podzadanie 4
Opis
obsługa kampanii reklamowej internet opartej na geolokalizacji - 5 miesięcy
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-07-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-11-26
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 25 000,00

Zadanie 2
Opis
Emisja reklamy outdoor
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 516 260,16

Podzadanie 1
Opis
Emisja reklamy na nośnikach citylight- Warszawa - 100 nośników
Rodzaj kosztu
Najem powierzchni reklamowej
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-09-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 250 000,00

Podzadanie 2
Opis
zarządzanie kampanią
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie podmiotu zarządzającego kampanią marketingową
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-09-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-09-30
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 16 260,16

Podzadanie 3
Opis
emisja na ekranach tripplay metro (10 stacji metra)
Rodzaj kosztu
Najem powierzchni reklamowej
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-09-01

Data zakończenia realizacji podzadania 2026-10-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 250 000,00

Zadanie 3
Opis
Emisja spotu youtube
Koszt kwalifikowalny zadania netto w PLN 34 000,00

Podzadanie 1
Opis
koszt kampanii promocyjnej youtube (emisja 30 sekundowego spotu) - 2 miesiące
Rodzaj kosztu
Reklama w internecie
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-09-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-10-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 20 000,00

Podzadanie 2
Opis
obsługa kampanii promocyjnej youtube
Rodzaj kosztu
Wynagrodzenie dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów
Data rozpoczęcia realizacji podzadania 2026-09-01
Data zakończenia realizacji podzadania 2026-10-31
Koszt kwalifikowalny podzadania netto w PLN 14 000,00

Podsumowanie zestawienia rzeczowo-finansowego operacji
Koszt kwalifikowalny etapów netto w PLN 1 969 060,16

4. 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 20 tyś złotych ramach kampanii) wynoszą łącznie
Koszt całkowity etapów brutto w PLN2 421 944,00
Koszt całkowity etapów netto w PLN 1 969 060,16.

5. TERMINY ZWIĄZANIA OFERTĄ I REALIZACJI ZAMÓWIENIA

5.1 Oferent jest związany ofertą przez okres 3 miesięcy.
5.2 Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
5.3 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.
5.4 Przedłużenie terminu związania ofertą jest dopuszczalne tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo, jeżeli nie jest to możliwie, 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

5.5 Zamówienie realizowane będzie w okresie od 01.07.2025 do 26.11.2026,lub zgodnie z umową zawartą pomiędzy Zamawiającym, a ARiMR.

6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:

a. nie podlegają wykluczeniu;

b. spełniają warunki udziału w postępowaniu

c. nie są powiązani osobowo ani kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty, zgodnie z metodą zerojedynkową.

6.1 WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:

6.1.1 Posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018r. (Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r.);

6.1.2 Posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy;

6.1.3 Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;

6.1.4 Dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;

6.1.5 Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym, gwarantującym terminową i prawidłową realizację zamówienia

6.1.6 Nie podlegają wykluczeniu z procedury;

6.1.7 W przypadku, gdy Oferenci ubiegają się wspólnie o udzielenie Zamówienia, Zamawiający wymaga aby:

a. złożyli umowę ustanowienia konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

b. ustanowili pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie Zamówienia.

6.2 WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie:

1.2.1 zrealizował **co najmniej 1 kampanię dotyczącą produktów spożywczych** (kampanię promującą i informującą o produktach, ich jakości lub ich właściwościach)

1.2.2 Zrealizował co najmniej 2 kampanię outdoor i 2 kampanię w internecie

1.2.3 W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, tzn. że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

6.3 WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

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

6.3.1 Osoba zarządzająca projektem — min. 2 lat doświadczenia zawodowego na stanowiskach zarządzających; zarządzała minimum 1 kampanią promocyjną realizowaną na krajów

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji informacji przedstawionych na temat zespołu na etapie podpisania umowy z Wykonawcą.

6.4 WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO — FINANSOWEJ OFERENTA

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje następującymi zdolnościami ekonomiczno - finansowymi:

6.4.1 O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który zagwarantuje dobre wykonanie zadania, a przy tym dysponuje następującymi zdolnościami ekonomiczno - finansowymi:

6.4.2 Posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę nie mniejszą niż 1 000 000 zł

6.4.3 Nie podlegają wykluczeniu z procedury

6.5 PODSTAWY WYKLUCZENIA

Z niniejszej procedury wyklucza się:

6.5.1 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;

6.5.2 Oferentów, którzy w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie 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;

6.5.3 Oferentów w stosunku do których otwarto likwidację lub, których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;

6.5.4 Oferentów, którzy wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania przetargowego lub posługiwali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności;

6.5.5 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;

6.5.6 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z Załącznikiem nr 2 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w pkt. 8;

6.5.7 Oferentów powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającymi oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy

6.5.8 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.) .

6.5.9 Oferentów, będących osobą fizyczną, która:

a. pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji produktów rolno-spożywczych;

b. pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
c. która jest upoważniona do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
d. pozostaje w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt a-c.

6.5.10 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum, zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.

7. 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.

8. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

8.1 WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

8.1.1 Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz założeniami strategicznymi do kampanii promocyjno-informacyjnej Promocja Jabłka Grójeckiego z Chronionym Oznaczeniem Geograficznym w ramach interwencji I.13.3. stanowiącymi Załącznik nr 1 do niniejszej SIWZ.

8.1.2 Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne, lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.

8.1.3 Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej SIWZ muszą spełniać następujące wymogi:

a. oferta i wszystkie załączone dokumenty sporządzone przez Oferenta muszą być podpisane (na pierwszej i ostatniej stronie każdego dokumentu pieczątka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji, bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;

b. w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu ofertowym, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub kopi poświadczonej za zgodność z oryginałem

przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;

c. 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.

8.1.4 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.

8.1.5 Zaleca się, aby dokumenty składające się na ofertę były ponumerowane i połączone w sposób trwały.

8.1.6 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 podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z ARiMR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.

8.1.7 Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy o udzielnie dotacji na realizację kampanii do modyfikacji niektórych części umowy, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

8.1.8 Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres 3 miesięcy. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Zamawiający ma prawo wezwać jednokrotnie Oferentów do przedłużenia terminu związania ofert o okres nie dłuższy niż 6 miesięcy.

8.2 DOKUMENTACJA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

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

8.2.1 Formularz ofertowy stanowiący również 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.

8.2.2 Wykaz kampanii i wydarzeń o outdoor i kampanii internetowych z ostatnich 3 lat zgodnie z wymogami niniejszego SIWZ dopuszczającymi do udziału w postępowaniu, potwierdzający posiadanie doświadczenia i wiedzy uzupełniony o oryginały lub poświadczone za zgodność z oryginałem kopie dokumentów potwierdzających, że kampanie i wydarzenia o charakterze wystawienniczym zostały wykonane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). Zamawiający wyklucza możliwość korzystania z użyczonych referencji oraz poleganiu na doświadczeniu podmiotów trzecich. Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego Zamawiającego i odbiorcę usług, zgodnie z wykazem podanym w załączniku 4 do SIWZ.

8.2.3 Wykaz osób w zespole Oferenta potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu, zgodny z minimalnymi wymaganiami wskazanymi w pkt. 6.3. SIWZ. Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii zgodny z załącznikiem 5 do SIWZ.

8.2.4 Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:

a. Zaświadczenia o posiadanych środkach finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości min ceny proponowanej oferty wydane przez bank lub spółdzielczą kasę oszczędnościową nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. W przypadku gdy Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, warunek ten będzie oceniany łącznie dla wszystkich konsorcjantów. Ponadto Zamawiający wymaga, aby postanowienia w przedmiotowym zakresie zostały zawarte w umowie konsorcjum.

b. Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione **nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert.** Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów. W przypadku Oferenta z poza PoIski, 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.

c. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

d. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu w podatkach z Urzędu Skarbowego, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie Zamówienia, powyższy dokument składają wszyscy konsorcjanci. W przypadku Oferenta z poza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta z zastrzeżeniem, że dokumenty, które nie są w języku polskim należy złożyć wraz z tłumaczeniem.

e. 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 nie mniejszą niż 1 000 000 zł ,** oraz potwierdzenie opłacenia polisy. Jeżeli Oferenci wspólnie (np. w ramach konsorcjum) ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa Lider konsorcjum, bądź grupa konsorcjantów na wspólną kwotę równą wartości oferty

f. Oświadczenie o niewyrządzeniu szkody poprzez niewykonanie umowy lub wykonanie jej nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem postępowania. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent istnieje na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia. Jeśli natomiast Oferent istnieje na rynku dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata przed terminem przystąpienia do postępowania przetargowego.

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

8.2.6 Umowa Konsorcjum (jeżeli dotyczy) — umowa konsorcjum ze wskazaniem Lidera Konsorcjum upoważnionego do reprezentowania Konsorcjum, szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów oraz określeniem zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

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

8.2.8 Projekty i opis kreacji wizerunkowych wymienionych w pkt. 12.1 przygotowanych na podstawie Załącznika nr 1 do SIWZ – Założenia strategiczne i opis kampanii.

8.2.9 Zmodyfikowany budżet całościowych bezpośrednich kosztów podwykonawstwa określonych w załączniku nr 1 do SIWZ, jeżeli Oferent zaproponuje całościową kwotę inną niż wartość podana w punkcie 4 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

8.2.10 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.

9. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

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

9.2 Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w 2 egzemplarzach w pliku pdf (płyta CD lub pendrive). Oferta w wersji papierowej powinna mieć ponumerowane strony i być połączona w sposób trwały.

9.3 Opakowanie należy zaadresować i opisać według poniższego wzoru:

OFERTA
na opracowanie kreacji wizerunkowej oraz wdrożenie i realizację kampanii informacyjnopromocyjnej Promocja Jabłka Grójeckiego z Chronionym Oznaczeniem Geograficznym w ramach interwencji I.13.3.
Nie otwierać przed godz. 12:00 w dniu 23.05.2025 r.
Dane oferenta: . . . . . .

9.4 Ofertę należy złożyć do dnia **23.05.2025 r. do godz. 12:00, w siedzibie Zamawiającego - Stowarzyszenia Sady Grójeckie adres siedziby: ul. Niemojewska 19, 05-660 Warka**
Za termin złożenia oferty przyjmuje się datę i godzinę dostarczenia oferty pod wskazany adres.
9.5 Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.
9.6 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.
9.7 Otwarcie ofert nastąpi w **dniu 23.05. 2025 r. o godzinie 12:15 w siedzibie Zamawiającego.**
9.8 Zamawiający dopuszcza możliwość składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny ofert.
9.9 Oferenci ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

10. WADIUM

10.1 Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie **5 000,00 PLN** (słownie: trzydzieści tysięcy złotych).
10.2 Wadium może być wnoszone w następujących formach:
a. w gotówce,
b. w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo — rozliczeniowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
c. w gwarancjach bankowych.
10.3 Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z form wskazanych w pkt. od 10.2. a. do 10.2. c. niniejszej SIWZ, musi być załączony do oferty w formie oryginału.
10.4 W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:
Nazwa banku: **Bank Spółdzielczy w Białej Rawskiej**
Numer rachunku:
22 9291 0001 0082 5948 2000 0010
Dowód wniesienia wadium w gotówce musi zawierać w rubryce „tytułem" poniższe sformułowanie: **„Wadium w postępowaniu przetargowym dotyczącym: Promocja Jabłka Grójeckiego z Chronionym Oznaczeniem Geograficznym w ramach interwencji I.13.3..**
10.5 Dowód wniesienia wadium należy załączyć w oryginale do składanej oferty.
10.6 Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi z powodów:
a. upłynął termin związania ofertą;
b. zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy;
c. Zamawiający unieważnił lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty;
10.7 Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.
10.8 Zamawiający niezwłocznie dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom, jeżeli Zamawiający unieważnił przetarg lub zamknął przetarg bez wybierania oferty.
10.9 Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana:
a. odmówi podpisania umowy,
b. zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

11. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

- Publikacja zaproszenia do składania ofert — **17.04.2025**
- Termin na składanie ofert —**23.05.2025 r. do godz. 12:00**
- Otwarcie ofert — **23.05.2025 r. o godz. 12:15**
- Ocena ofert z możliwością składania wyjaśnień przez Oferenta na etapie oceny — **od 23.05.2025 r. do 23.05. 2025 r.**
- Wybór najkorzystniejszej oferty i poinformowanie oferentów o wynikach postępowania — **23.05.2025 r.** nastąpi pocztą elektroniczną do wszystkich Oferentów i poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego www.ssg.org.pl, https://jablkagrojeckie.pl/ oraz www.biznespolska.pl, www.oferty-biznesowe.pl.

12. KRYTERIA OCENY OFERT

12.1 Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

	Kryterium	**Waga**
K1	Koncepcja kreatywna i wartość strategiczna	**45 %**
K2	Cena	**55 %**

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

Kryterium 1 Koncepcja kreatywna i wartość strategiczna (K1)
Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o przedstawione w ofercie projekty i wizualizacje.
Zamawiający przyzna punkty wedle poniższych kryteriów przyznanych przez członków komisji przetargowej na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej koncepcji kreatywnej i wartości strategicznej kampanii zawartej w złożonych projektach oferty zgodnie z poniższymi obszarami:

ELEMENT OCENIANY	**KRYTERIA OCENY**	**PKT**
Moodboardy - klimat i estetyka sesji zdjęciowej	• Spójność wizualna z założeniami strategii komunikacji – w tym rozróżnienie stylistyczne dla marek Jabłka Grójeckie, Ghiva i Mindful 0-5pkt • Oryginalność koncepcji, estetyka, adekwatność do charakterów poszczególnych wariantów 0-5pkt • miejętne operowanie symboliką: natura, królewski rodowód, codzienna siła, wewnętrzna harmonia 0-5pkt	0-15

Storyboard dla spotu wideo (30 sekund)	• Spójność narracji z kluczowymi wartościami marki Jabłka Grójeckie (piękno, zdrowie, królewski rodowód) 0-5pkt • Klarowność układu scen i logiczny przebieg historii 0-5pkt • Odwołanie do emocji i zmysłowości – uczucie pragnienia i spełnienia 0-5pkt	0-15
KV (Key Visual) na podstawie przykładowej reklamy outdoor - citylight	• Spójność wizualna z główną koncepcją marki oraz potencjał adaptacyjny do stylistyk wspierających (Ghiva, Mindful) 0-5pkt • Widoczność i czytelność elementów (logo, tekst, CTA) 0-5pkt • Elastyczność KV – możliwość dostosowania do różnych formatów i kanałów (billboard, citylight, social media) 0-5pkt	0-15

Elementy kreacji wizerunkowej przedstawione przez Oferenta (strona internetowa /key visual) będą podlegały ocenie przez każdego z członków Komisji. *Kryterium* będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej oferty proponowanej przez Oferenta (nie więcej niż 30pkt) dokonanej przez każdego z członków Komisji.

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

$$K1 = \frac{\text{Liczba punktów przyznana rozpatrywanej ofercie}}{\text{Liczba punktów oferty, która otrzymała najwyższą liczbę punktów}} \times 45 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 45 punktów.

Kryterium 2 <u>Całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa (w PLN)</u> (K2)

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o podane całościowe bezpośrednie koszty podwykonawstwa , czyli łącznie koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w PLN netto.

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

$$K2 = \frac{\text{Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert}}{\text{Koszty zaproponowane w rozpatrywanej oferty}} \times 55 \text{ pkt}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać w tym kryterium maksymalnie 55 punktów.

12.2 Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę **(W)** zostanie obliczona według wzoru **W= K1+ K2**

13. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

13.1 Zamawiający dokona wyboru Wykonawcy spośród Oferentów, wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym SIWZ.

13.2 Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów uzyskanych przez ofertę.

13.3 Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwołalne.
13.4 Informacje o wyborze Wykonawcy, Zamawiający ogłosi za pomocą poczty elektronicznej wysłanej do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronach Zamawiającego www.ssg.org.pl, https://jablkagrojeckie.pl/ oraz www.biznes-polska.pl, www.oferty-biznesowe.pl

14 ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

14.1 Zawarcie umowy z Wykonawcą nastąpi najpóźniej w terminie do 7 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania.
14.2 Na żądanie Zamawiającego przed zawarciem umowy, może być wymagane od Wykonawcy wniesienie zabezpieczenia należytego wykonania umowy – w wysokości 7 % wartości brutto przedmiotu umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy (załącznik nr 3 do SIWZ).
Jeżeli w toku realizacji umowy zmianie ulegnie termin wykonania, Oferent zobowiązany jest odpowiednio przesunąć termin obowiązywania zabezpieczenia dla zachowania jego ciągłości.
W przypadku zabezpieczenia wnoszonego w formie gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, gwarancja będzie bezwarunkowa, nieodwołalna, płatna na pierwsze żądanie oraz bez prawa powoływania się na jakiekolwiek okoliczności wynikające ze stosunku podstawowego pomiędzy Zamawiającym a Oferentem.
Zamawiającemu przysługuje prawo pokrycia z zabezpieczenia roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, a w szczególności:

a) pokrycia nie uregulowanych przez Oferenta roszczeń Zamawiającego z tytułu stwierdzonych wad i usterek,
b) zaliczenia zabezpieczenia należytego wykonania umowy na poczet kar umownych.

14.3 Zabezpieczenie można będzie wnieść w formie:
a. gotówkowej na wyodrębniony rachunek bankowy Zamawiającego
b. poręczenia bankowego lub poręczenia SKOK
c. gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej
d. weksla

14.4 Zabezpieczenie należy wpłacić w walucie polskiej, przyjmując do celów przeliczeniowych ostatni kurs wymiany walut wyznaczony przez Europejski Bank Centralny (EBC), w miesiącu poprzedzającym pierwszy dzień miesiąca, w którym nastąpi wpłata na rzecz Zamawiającego kwoty zabezpieczenia.
14.5 Dokument potwierdzający wniesienie zabezpieczenia musi być przekazany Zamawiającemu w formie oryginału po dokonaniu wpłaty.
14.6 Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostały określone z Załączniku nr 3 do SIWZ.
14.7 Termin i zasady zwrotu lub zwolnienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostały określone w załączniku nr 3 do SIWZ.
14.8 Zamawiający zastrzega możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego postępowania wyboru wykonawcy. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu działań objętych niniejszym postępowaniem. Zmiany umowy z Wykonawcą dopuszczalne są w następującym zakresie:

a. w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,

b. w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,

c. 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.

15. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W RAMACH POSTĘPOWANIA

15.1 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.
15.2 Zamawiający udzieli wyjaśnień Oferentowi w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.
15.3 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.
15.4 Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zostanie opublikowana na stronach Zamawiającego www.ssg.org.pl/, https://jablkagrojeckie.pl/ na stronach www.biznes-polska.pl, www.oferty-biznesowe.pl oraz zostanie dostarczona pocztą elektroniczną do wszystkich potencjalnych Oferentów, którzy otrzymali pierwotne zapytania.
15.5 Jednocześnie Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach otrzymanych zmian.
15.6 Szczegółowe informacje mogą Państwo uzyskać u Zamawiającego: e-mail: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl, magdalena@jablkagrojeckie.pl, tel. 698762020 lub 506260939

16. ZAŁĄCZNIKI

- Załącznik nr 1 – Założenia strategiczne i opis kampanii
- Załącznik nr 2 - Wzór formularza ofertowego
- Załącznik nr 3 - Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)
- Załącznik nr 4 - Wykaz kampanii i wydarzeń o outdoor i kampanii internetowych
- Załącznik nr 5 – Wykaz osób, które będą uczestniczyć we wdrożeniu kampanii
- Załącznik nr 6 – Oświadczenie RODO
- Załącznik nr 7 - Oświadczenia o braku powiązań