



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

## **ZAPYTANIE OFERTOWE Nr 2/5/2018/LGD/DLF**

**Z dnia 11 maja 2018 roku**

**Zapytanie ofertowe zgodnie z zasadą konkurencyjności**

na realizację zadania:

### **Kampania w telewizji o zasięgu ogólnopolskim**

Postępowanie prowadzone jest w trybie konkurencyjnego wyboru wykonawców na podstawie art. 43a ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 stycznia 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu konkurencyjnego wyboru wykonawców zadań ujętych w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji i warunków dokonywania zmniejszeń kwot pomocy oraz pomocy technicznej.

Umowa o przyznaniu pomocy nr 00285-6935-UM1310462/17 z dnia 27.06.2017 r.

DLF Invest sp. o. o.

zaprasza do złożenia oferty na realizację zadania polegającego na przygotowaniu kampanii w telewizji o zasięgu ogólnopolskim w ramach projektu pn. „Bałtów-Krzemionki - synergia działań marketingowych kluczem turystycznej promocji obszaru LGD Krzemieny Krąg” realizowanego w ramach Poddziałania 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020.

#### **I. Dane zamawiającego:**

DLF Invest sp. z o.o.

Bałtów 7

27-423 Bałtów

Tel: 535-150-663

Mail: sekretariat@dlfinvest.pl

KRS: 0000398341

NIP: 661236655



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

## II. Opis przedmiotu zamówienia:

Zakres przedmiotu zamówienia dotyczy przygotowania kampanii w telewizji o zasięgu ogólnopolskim dla trzech atrakcji zlokalizowanych na obszarze LGD „Krzemienny Krąg” tj. Szwajcarii Bałtowskiej, Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego, Muzeum Archeologicznego i Rezerwatu „Krzemionki”, zgodnie z poniższym zakresem:

Kampania składać się będzie minimum z następujących działań:

1. Przygotowanie scenariusza billboardu sponsorskiego 8"
2. Produkcja billboardu sponsorskiego 8", z przeznaczeniem do emisji w telewizji ogólnopolskiej, regionalnej oraz w Internecie
3. Emisja billboardu sponsorskiego 8" w telewizji ogólnopolskiej w ilości min. 32 sztuki
4. Przygotowanie scenariusza spotu 30"
5. Produkcja spotu 30" z przeznaczeniem do emisji w Internecie (wraz z emisją w Internecie)
6. Promocja w telewizji śniadaniowej w weekend w godz. 8:00 – 11:00
7. Weekendowa wyjazdowa prognoza pogody z terenu Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego lub Szwajcarii Bałtowskiej

Szczegółowy opis zamówienia opisany jest w szczegółowej specyfikacji zamówienia stanowiącej załącznik nr 2 do zapytania ofertowego 2/5/2018/LGD/DLF.

### UWAGA:

Wszystkie działania objęte zakresem kampanii powinny uwzględniać wytyczne dotyczące oznaczeń dla projektów współfinansowanych w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 zawartych w Księdze wizualizacji znaku PROW 2014-2020, dostępnej na stronie internetowej pod adresem: <http://www.minrol.gov.pl/>, zakładka *Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020*, podzakładka *Działania informacyjne PROW 2014-2020*.

### Wspólny Słownik Zamówienia:

79341400-0-Ustługi prowadzenia kampanii reklamowych

79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe

**III. Wymagany termin wykonania zamówienia:** emisja materiałów w okresie od początku wakacji do końca pierwszego tygodnia sierpnia (22 czerwiec 2018 – 5 sierpień 2018).

### IV. Warunki udziału w postępowaniu

O udzielenie niniejszego zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy:

1. Posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania.



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

Działalność prowadzona na potrzeby wykonania przedmiotu zamówienia nie wymaga posiadania specjalnych uprawnień.

Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu w tym zakresie na podstawie oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w formularzu ofertowym Wykonawcy.

## **2. Posiadają wiedzę i doświadczenie.**

Wykonawca spełni warunek posiadania wiedzy i doświadczenia jeżeli w okresie trzech ostatnich lat przed upływem terminu składania ofert (a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie) wykonał należycie:

1. co najmniej pięć promocyjno -informacyjnych kampanii polegających na opracowaniu scenariuszy, produkcji i emisji formatów reklamowych
2. co najmniej jedną kampanię o zasięgu ogólnopolskim, która obejmowała minimum jedno z poniższych typów działań:
  - a. przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja billboardów sponsorskich
  - b. przygotowanie scenariusza, produkcja i emisja spotów reklamowych
  - c. promocja w tv śniadaniowej o zasięgu ogólnopolskim
  - d. weekendowa wyjazdowa prognoza pogody w tv śniadaniowej o zasięgu ogólnopolskim

Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu w tym zakresie na podstawie wykazu wykonanych usług oraz przedstawionego portfolio zawierającego prace wyszczególnione w wykazie (portfolio będzie podlegało ocenie w postępowaniu ofertowym).

## **3. Dysponują odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia**

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu w tym zakresie na podstawie oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w formularzu ofertowym Wykonawcy.

## **4. Są w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie przedmiotu zamówienia**

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu w tym zakresie na podstawie oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w formularzu ofertowym Wykonawcy.

Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu na zasadzie spełnia/ nie spełnia na podstawie oświadczeń i wykazów złożonych wraz z ofertą.

## **VI. Opis sposobu obliczenia ceny**

1. Podstawą obliczenia ceny za przedmiot zamówienia jest opis przedmiotu zamówienia oraz specyfikacja warunków zamówienia stanowiąca załącznik nr 2 do niniejszego zapytania.
2. Cena oferty musi zawierać wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia wynikające z opisu przedmiotu zamówienia, a także koszty wszystkich usług, bez których realizacja zamówienia byłaby niemożliwa.

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

3. Wykonawca ponosić będzie skutki błędów w ofercie wynikających z nieuwzględnienia okoliczności, które mogą wpłynąć na cenę zamówienia.
4. Cena za wykonanie przedmiotu zamówienia podana przez Wykonawcę jest stałą ceną ryczałtową obejmuje cały zakres przedmiotu zamówienia
5. Cena podana w sposób określony w formularzu ofertowym powinna obejmować wszystkie koszty i składniki, jakie trzeba będzie zapłacić za przedmiot zamówienia. Niedoszacowanie, pominięcie oraz brak rozpoznania zakresu zamówienia nie może być podstawą do żądania zmiany wynagrodzenia.
6. Wykonawca określi w ofercie cenę całkowitą brutto za cały przedmiot zamówienia (obejmującą rzeczywistą stawkę podatku od towaru i usług VAT, stosowaną w obrocie gospodarczym dla danego przedmiotu zamówienia), cenę netto oraz podatek Vat podając wartości w zapisie liczbowym i słownie.
7. W ramach ceny należy wskazać cenę za każdy element składowy kampanii wymieniony w opisie przedmiotu zamówienia.
8. Zamawiający nie określa stawki podatku VAT, Wykonawca zobowiązany jest do jej określenia w formularzu ofertowym zgodnie z obowiązującymi przepisami. Określenie w ofercie ceny brutto z uwzględnieniem nieprawidłowej stawki podatku od towarów i usług stanowi błąd w obliczeniu ceny, co prowadzi do odrzucenia oferty.
9. Cenę oferty należy podać w PLN. Cena musi być wyrażona w jednostkach nie mniejszych niż grosze (nie dopuszcza się podania jednostek w tysięcznych częściach złotego).

#### **VII. Wytyczne do przygotowania portfolio wykonanych usług**

Wykonawca w celu poprawnego złożenia oferty powinien dostarczyć portfolio, jako element do oceny w postępowaniu ofertowym. Dokument ten powinien zawierać spis co najmniej pięciu wykonanych w okresie ostatnich trzech lat od daty złożenia dokumentu przez Wykonawcę kampanii reklamowych, wraz z ich opisem. Opis powinien zawierać informacje takie jak: grupa docelowa projektu, cel kampanii, zakładany przekaz kampanii. Portfolio powinno zostać także uzupełnione o key visual projektu zawierający hasła i teksty reklamowe, hasła tylko call to action oraz stworzone spoty reklamowe (nagrane na dysk przenośny USB typu pendrive).

#### **VIII. Kryteria oceny ofert, informacja o wagach punktowych lub procentowych przypisanych do poszczególnych kryteriów oceny oferty, opis sposobu przyznawania punktacji za spełnienie danego kryterium oceny oferty.**

1. Zamawiający wyznaczył następujące kryteria oceny ofert i ich znaczenie:

KRYTERIA	WAGA	MAKSYMALNA ILOŚĆ PUNKTÓW
Cena	60%	60
Koncepcja kreatywna kampanii	40%	40



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

SUMA	100 %	100
------	-------	-----

## 2. Ocena łączna

Punkty uzyskane w ocenie kryterium cenowego zostaną dodane do punktów uzyskanych w ramach kryterium koncepcji kreatywnej kampanii.

Zamawiający dokona oceny jakościowej możliwości realizacji przedmiotu zamówienia w kryterium „koncepcja kreatywna kampanii” na podstawie portfolio przedstawionego przez Wykonawcę. Przyjęte do oceny oferty oceniane będą przez członków komisji odpowiedzialnych za ocenę ofert, zgodnie z zasadami opisanymi poniżej. Poszczególni członkowie komisji odpowiedzialni za ocenę ofert w zakresie kryterium koncepcja kreatywna kampanii, będą przyznawali punkty w odniesieniu do całości opracowania jak również z uwzględnieniem wybranych istotnych elementów kampanii biorąc pod uwagę następujące elementy – podkryteria:

Pk1. Zgodność zaproponowanych działań z charakterystyką danej grupy docelowej projektu

Pk2. Zgodność zaproponowanych działań z charakterystyką kampanii i jej celów

Pk3. Innowacyjność rozwiązań kreatywnych (oryginalność)

Pk4. Zapamiętywalność elementów kampanii

Pk5. Jasność przekazu elementów kampanii

Pk6. Atrakcyjność wizualna elementów kampanii

## 3. Kryteria ocen

Kryteria oceny ofert w postępowaniu			
1.	<p><b>KRYTERIUM 1 – Cena</b></p> <p>Liczba punktów w kryterium cena zostanie obliczona według następującego wzoru :</p> <p><b>Ilość punktów = <math>C_n/C_{bo} \times 60</math> pkt</b></p> <p><math>C_n</math> – najniższa cena ofertowa brutto spośród badanych  <math>C_{bo}</math> – cena brutto badanej oferty</p> <p>W ofercie należy podać cenę brutto realizacji zamówienia (z podatkiem VAT), z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Cena powinna być podana cyfrowo i słownie.</p>	60%	Max. 60 pkt

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

2.	<p><b>KRYTERIUM 2 - Koncepcja kreatywna kampanii</b> Liczba punktów w kryterium koncepcji kreatywnej kampanii zostanie obliczona według następującego wzoru:</p> <p><b>Ilość punktów = Pk1 + Pk2 + Pk3 + Pk4 + Pk5 + Pk6</b></p> <p>Pk1, Pk2, Pk3, Pk4, Pk5, Pk6 – ilość punktów przyznanych danej ofercie w ramach oceny merytorycznej dla każdego z sześciu podkryteriów (średnia arytmetyczna ocen indywidualnych)</p> <p><b>Podstawa oceny kryterium:</b> Portfolio, które powinno zawierać spis co najmniej pięciu wykonanych, w ciągu ostatnich trzech lat od daty złożenia dokumentu przez Wykonawcę, kampanii reklamowych, wraz z ich opisem. Opis powinien zawierać informacje tj. grupa docelowa projektu, cel kampanii, zakładany przekaz kampanii. Portfolio powinno zostać także uzupełnione o key visual projektu zawierający hasła i teksty reklamowe, hasła tylko call to action oraz stworzone spoty reklamowe (nagrane na dysk przenośny USB typu pendrive).</p>	40%	Max. 40 pkt
	<p><b>POKDRYTERIUM 1 – Zgodność zaproponowanych działań z charakterystyką danej grupy docelowej projektu (Pk1)</b> Zamawiający dokona oceny w odniesieniu do całości koncepcji kreatywnej kampanii przyznając maksymalnie 10 pkt w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo dobre dopasowanie 10 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Dobre dopasowanie 8 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</li> <li>• Wystarczające dopasowanie 5 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Słabo dopasowane 2 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek,</li> <li>• Źle dopasowane 0 pkt koncepcja niedostateczna, nie realizuje aspektów kryterium.</li> </ul>	10%	10
	<p><b>POKDRYTERIUM 2 – Zgodność zaproponowanych działań z charakterystyką kampanii i jej celów (rozumiana jako trafność ich doboru w kontekście dotarcia do grup docelowych oraz realizacji założonych celów kampanii) (Pk2)</b> Zamawiający dokona oceny w odniesieniu do całości koncepcji kreatywnej kampanii przyznając maksymalnie 10 pkt w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo dobre dopasowanie 10 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Dobre dopasowanie 8 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty</li> </ul>	10%	10



Europejski Fundusz Rolny na rzecz  
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program  
Rozwoju  
Obszarów  
Wiejskich  
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

	<p>kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wystarczające dopasowanie 5 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Słabo dopasowane 2 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek,</li> <li>• Źle dopasowane 0 pkt koncepcja niedostateczna, nie realizuje aspektów kryterium.</li> </ul>		
	<p><b>POKDRYTERIUM 3 – Innowacyjność rozwiązań kreatywnych (oryginalność) zastosowanych w kampanii (rozumiana jako pomysłowość, twórczy charakter, niestandardowa koncepcja wykazująca się nowymi podejściami do tematu, odznaczająca się przy tym funkcjonalnością i użytecznością proponowanych rozwiązań w kontekście budowania pozycji rynkowej marki) (Pk3)</b></p> <p>Zamawiający dokona oceny w odniesieniu do całości koncepcji kreatywnej kampanii przyznając maksymalnie 5 pkt w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo duża innowacyjność 5 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Duża innowacyjność 3 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</li> <li>• Wystarczająca innowacyjność 2 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Niewystarczająca innowacyjność 1 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek,</li> <li>• Brak innowacyjności 0 pkt – koncepcja niedostateczna, nie realizuje aspektów kryterium.</li> </ul>	5%	5
	<p><b>POKDRYTERIUM 4 – Zapamiętywalność elementów kampanii (rozumiana jako ich poziom utrwalenia w pamięci odbiorców w kontekście oryginalności, wiarygodności i możliwości budowania pozytywnych skojarzeń z marką) (Pk4)</b></p> <p>Zamawiający dokona oceny w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo duża zapamiętywalność 5 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Duża zapamiętywalność 3 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</li> <li>• Wystarczająca zapamiętywalność 2 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Niewystarczająca zapamiętywalność 1 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek</li> <li>• Brak zapamiętywalności 0 pkt – koncepcja niedostateczna, nie realizuje</li> </ul>	5%	5

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

	aspektów kryterium		
	<p><b>POKDRYTERIUM 5 – Jasność przekazu elementów kampanii (rozumiana jako przejrzystość, atrakcyjność i przede wszystkim łatwość zrozumienia) (Pk5)</b></p> <p>Zamawiający dokona oceny w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo duża zrozumiałość przekazu 5 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Duża zrozumiałość przekazu 3 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</li> <li>• Wystarczająca zrozumiałość przekazu 2 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Niewystarczająca zrozumiałość przekaz 1 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek,</li> <li>• Przekaz niezrozumiały 0 pkt – koncepcja niedostateczna, nie realizuje aspektów kryterium.</li> </ul>	5%	5
	<p><b>POKDRYTERIUM 6 – Atrakcyjność wizualna elementów kampanii (rozumiana jako przyciągająca uwagę, interesująca i intrygująca w kontekście efektywności i możliwości zauważenia przez jak najszerszy krąg odbiorców) (Pk6)</b></p> <p>Zamawiający dokona oceny w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo duża atrakcyjność przekazu 5 pkt – koncepcja wybitna, spełnia wszystkie aspekty kryterium oraz wyróżnia się pomysłowością,</li> <li>• Duża atrakcyjność przekazu 3 pkt – koncepcja dobra, spełnia wszystkie aspekty kryterium w sposób bardzo dobry i wyczerpuje temat,</li> <li>• Wystarczająca atrakcyjność przekazu 2 pkt – koncepcja spełnia aspekty kryterium w sposób dobry ale nie wyczerpuje tematu lub wymaga poprawek,</li> <li>• Niewystarczająca atrakcyjność przekazu 1 pkt – koncepcja spełnia wymagania kryterium w stopniu podstawowym ale wymaga poprawek,</li> <li>• Przekaz nieatrakcyjny 0 pkt – koncepcja niedostateczna, nie realizuje aspektów kryterium.</li> </ul>	5%	5

Wynik - oferta, która przedstawia najkorzystniejszy bilans (maksymalna liczba przyznanych punktów w oparciu o ustalone kryteria) zostanie uznana za najkorzystniejszą, pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z ilością uzyskanych punktów. Realizacja zamówienia zostanie powierzona Wykonawcy, którego oferta uzyska najwyższą ilość punktów.

#### IX. Termin związania ofertą

Wykonawcy będą związani ofertą przez okres 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.





Europejski Fundusz Rolny na rzecz  
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program  
Rozwoju  
Obszarów  
Wiejskich  
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

#### **X. Miejsca i termin składania ofert**

Oferty należy złożyć w siedzibie Zamawiającego: DLF Invest sp. z o.o., 27-423 Bałtów, Bałtów 7, osobiście, pocztą lub kurierem (liczy się data i godzina wpływu).

Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert za pomocą faxu lub e-mailem.

**Oferty należy złożyć w nieprzekraczalnym terminie do dnia 24 maja 2018 roku do godz. 15.00.**

***Oferta na realizację zadania „Przygotowanie kampanii w telewizji o zasięgu ogólnopolskim” zgodnie zapytaniem ofertowym Nr 2/5/2018/LGD/DLF musi być złożona w opakowaniu nieprzejrzystym, zamkniętym i zaadresowana np. następująco:***

(pieczęć firmy, nr tel.)

OFERTA

Na zadanie pn.

***„Przygotowanie kampanii w telewizji o zasięgu ogólnopolskim ”***

Nie otwierać przed dniem 24 maja 2018 roku godz. 15:30

*(podać datę otwarcia ofert)*

**UWAGA:** za termin złożenia oferty uznaje się datę i godzinę potwierdzenia odbioru przesyłki przez Zamawiającego.

Dane w/s zamówienia oraz formularze załączników dostępne są na stronie internetowej Zamawiającego:  
<http://www.dlfinvest.pl/>

Szczegółowych informacji dotyczących zamówienia udziela Pani Monika Pękała pod nr telefonu 519 346 150 (co do zakresu merytorycznego zapytania) oraz Pani Agnieszka Jaworska pod nr telefonu 517 378 851 (w pozostałych kwestiach).

#### **XI. Opis sposobu przygotowania oferty.**

1. Oferta winna zawierać przynajmniej:

1. Pełną nazwę i adres lub siedzibę Oferenta, numer telefonu, numer NIP, REGON.
2. Termin związania ofertą.
3. Pełną nazwę zadania zgodnie z zapytaniem ofertowym.
4. Łączną cenę oferty netto, stawkę VAT i cenę brutto za cały przedmiot zamówienia.



Europejski Fundusz Rolny na rzecz  
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program  
Rozwoju  
Obszarów  
Wiejskich  
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

5. W ramach ceny za kampanię należy wskazać cenę za każdy element składowy kampanii wymieniony w pkt II. 1 – 7.
6. Oferty muszą również zawierać datę sporządzenia dokumentu oraz podpis Oferenta lub osoby uprawnionej do występowania w jego mieniu. W razie braku daty sporządzenia oferty, za datę sporządzenia dokumentu – uznaje się datę doręczenia oferty Zamawiającemu.
7. Wypełnione i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta oświadczenia i wykaz stanowiące załączniki nr 1 i 3 do zapytania ofertowego.
8. Porfolio zawierające spis co najmniej pięciu wykonanych w ostatnim roku od daty złożenia dokumentu przez wykonawcę kampanii reklamowych, wraz z ich opisem.

Oferta wraz z załącznikami winna być podpisana przez osobę/y upoważnioną/e do reprezentowania Wykonawcy i składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy, figurującą w rejestrze lub wypisie z ewidencji działalności gospodarczej.

Jeżeli oferta, załączniki będą podpisane przez inną osobę niż wymienioną powyżej, do oferty należy dołączyć pełnomocnictwo określające jego zakres oraz podpisane przez osoby uprawnione do reprezentacji Wykonawcy.

Żadne dokumenty wchodzące w skład oferty, w tym również te przedstawiane w formie oryginałów, nie podlegają zwrotowi przez Zamawiającego.

Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania bez podania przyczyny.

2. Oferta nie złożona na formularzu ofertowym udostępnionym przez Zamawiającego, powinna zawierać następujące oświadczenia:
  1. Oświadczamy, że spełniamy warunki udziału w postępowaniu określone szczegółowo przez Zamawiającego, dotyczące w szczególności:
    - a. Posiadania uprawnień do wykonywania wymaganej przedmiotem zamówienia działalności, czynności zgodnie z wymogami ustawowymi.
    - b. Posiadania niezbędnej wiedzy i doświadczenie oraz dysponowania potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia.
    - c. Sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
  2. Zobowiązuję/my się w przypadku wyboru mojej/naszej oferty do zawarcia umowy w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
  3. Oświadczam/y, że zapoznałem/łam/liśmy się z warunkami zamówienia, nie wnosimy żadnych zastrzeżeń oraz uzyskaliśmy niezbędne informacje do przygotowania oferty.
  4. Oświadczam/y, że uważam/y się za związanych z ofertą przez okres 30 dni od złożenia niniejszej oferty.
  5. Oświadczam/y, że w cenie oferty zostały uwzględnione wszystkie koszty realizacji zamówienia.

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

6. Akceptujemy określony przez Zamawiającego rodzaj wynagrodzenia, który ma charakter ryczaftu.
7. Oświadczam/y, że zapoznałem/am/liśmy się z treścią zapytania ofertowego 2/5/2018/LGD/DLF i załącznikami, i przyjmuję/my warunki w nim zawarte.
8. Oświadczam/my, że nie jestem/śmy powiązany/ ni kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym: DLF Invest sp. z o.o., z osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy.

Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania między podmiotem ubiegającym się o przyznanie pomocy lub pomocy technicznej lub beneficjentem, lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w ich imieniu, lub osobami wykonującymi w ich imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające na:

- a. uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
  - b. posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
  - c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
  - d. pozostawaniu 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;
  - e. pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.
3. Oferta sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez Wykonawcę.
  4. Przedkładane oferty muszą odpowiadać treści zapytania ofertowego.
  5. **Oferty, które nie spełnią powyższych wymogów zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.**
  6. Oferta może zostać złożona z użyciem formularza ofertowego stanowiącego Załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego.
  7. **Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.** Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym elementów składowych kampanii.
  8. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę. Zamawiający nie dopuszcza składania więcej niż jednej oferty przez jednego Oferenta lub grupę działających wspólnie Oferentów. Nie dopuszcza się składania ofert zawierających więcej niż jeden wariant realizacji zadania.
  9. Koszt przygotowania i dostarczenia oferty pokrywa Oferent. Zamawiający nie może być pociągany do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.
  10. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
  11. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

12. Zamawiający poprawi w ofercie: oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek.
13. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert. Każda zmiana będzie zamieszczana na stronie internetowej Zamawiającego [www.dlfinvest.pl](http://www.dlfinvest.pl) oraz <https://www.portalogloszen.arimr.gov.pl/portal-ads/home.html>

## **XII. Odrzucenie ofert**

1. Oferta podlega odrzuceniu w następujących przypadkach:
  - a. jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
  - b. została złożona przez podmiot:
    - i. niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru przez Beneficjenta Wykonawcy danego zadania ujętego w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji określonych w zapytaniu ofertowym lub
    - ii. powiązany osobowo lub kapitałowo z Beneficjentem lub osobami, o których mowa w art. 43a ust. 4 ustawy;
  - c. została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.
2. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania pomiędzy Beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy, a Wykonawcą polegające w szczególności na:
  - a. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej
  - b. posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji
  - c. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika
  - d. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli
  - e. pozostawaniu z Wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

## **XIII. Określenie warunków zmian umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.**

1. Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany postanowień treści zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy w przypadku wystąpienia następujących okoliczności:
  - a. w przypadku, gdy konieczność ich wprowadzenia wyniknie z okoliczności, których nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy. Zmiany dotyczyć mogą okoliczności wynikających z przyczyn: technicznych, gospodarczych, finansowych, organizacyjnych, jeżeli będzie to konieczne dla uzyskania celu określonego w postanowieniach umowy zawartej z Wykonawcą;
  - b. zmiany będące następstwem okoliczności leżących po stronie Zamawiającego w szczególności

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

- wstrzymanie świadczenia usługi przez Zamawiającego;
- c. wystąpienia siły wyższej uniemożliwiającej wykonania przedmiotu umowy zgodnie z Zapytaniem 2/5/2018/LGD/DLF
  - d. gdy nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację umowy – w zakresie objętym zmianą, w szczególności w zakresie zmiany stawki podatku VAT;
  - e. zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia albo zwiększenia zakresu świadczenia.
2. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne.
  3. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
    - a. tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Beneficjenta lub
    - b. danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
    - c. gdy konieczność wprowadzenia zmian będzie następstwem zmian wytycznych lub zaleceń Instytucji, która przyznała środki na sfinansowanie umowy.
  4. W razie wątpliwości, przyjmuje się, że nie stanowią zmiany niniejszej umowy następujące zmiany:
    - a. danych teleadresowych;
    - b. danych rejestrowych;
    - c. będące następstwem sukcesji uniwersalnej po jednej ze stron niniejszej umowy.
  5. Strona występująca o zmianę postanowień niniejszej umowy zobowiązana jest do udokumentowania zaistnienia okoliczności, o których mowa wyżej. Wniosek o zmianę postanowień umowy musi być wyrażony na piśmie.
  6. Zmiana umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
  7. Warunkiem wprowadzenia zmian do umowy jest zgoda obu stron umowy.

#### **XIV. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty**

Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym zapytaniu ofertowym. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi wszystkich Oferentów poprzez publikację stosownej informacji, o której mowa w art. 43 ust 3 ustawy o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach PROW na lata 2014 – 2020 na stronie internetowej, na której zostało opublikowane niniejsze zapytanie ofertowe ([www.portalogloszen.arimr.gov.pl](http://www.portalogloszen.arimr.gov.pl) oraz [www.dlfinvest.pl](http://www.dlfinvest.pl) ).



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

## XV. Dodatkowe informacje

### 1. Zakres obowiązków Oferenta/ Wykonawcy

- a. Realizacja usługi/ przedmiotu zamówienia zgodnie ze specyfikacją oraz umową.
- b. Współpraca z Zamawiającym na każdym etapie realizacji umowy.
- c. Opracowanie i przedstawienie pełnego raportu z przeprowadzonej kampanii w wersji drukowanej oraz elektronicznej, zawierającej m.in.:
  - Pełny opis wykonywanych w ramach kampanii działań wraz z harmonogramem ich realizacji;
  - Zakres, liczbę i godziny emisji spotów/ billboardów w poszczególnych kanałach telewizyjnych/ internetowych, wygenerowany GRP, dane dotyczące wyświetleń spotu emitowanego w internecie
  - szczegółowe sprawozdanie z pozostałych podjętych w ramach kampanii działań
  - dokumentację graficzną kampanii oraz pliki finalne uwzględniające wszystkie wykorzystane w jej ramach materiały,
  - dane statystyczne dotyczące częstotliwości ukazywania się informacji o obiektach w oparciu o prowadzony monitoring mediów na obszarze objętym kampanią
- d. Poświadczenie wykonania przedmiotu zamówienia poprzez podpisanie protokołu zdawczo – odbiorczego/ protokołu wykonania i odbioru prac.

### 2. Rodzaj umowy

Z wybranym Oferentem podpisana zostanie umowa na cały zakres zapytania. Rozliczenia nastąpią po prawidłowo wykonanych zamówieniach, na podstawie protokołów zdawczo-odbiorczych/ protokołów wykonania i odbioru prac oraz faktur, przelewami na wskazany numer rachunku bankowego. Zamawiający dopuszcza możliwość udzielenia zaliczek.

3. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
4. Zamawiający zastrzega możliwość negocjowania ceny z Oferentem, który złoży najkorzystniejszą ofertę w przypadku, gdy wartość oferty przewyższa kwotę środków przeznaczonych na zamówienie zgodnie z budżetem Projektu.
5. Zamawiający zastrzega możliwość zakończenia postępowania w sprawie wyboru Wykonawcy bez wyboru żadnej z ofert.

## XVI. Załączniki do niniejszego zaproszenia

1. Załącznik nr 1. Formularz ofertowy
2. Załącznik nr 2. Specyfikacja szczegółowych warunków zamówienia
3. Załącznik nr 3. Wykaz wykonanych usług – doświadczenie

DLF INVEST Sp. z o.o.  
Poczta  
DLP  
invest

Bałtów, dnia 11 maja 2018 roku

DLF INVEST  
Sp. z o.o.  
27-423 Bałtów 7  
NIP 661-23-66-557, REGON 260558350