



Fundusze Europejskie  
dla Rybactwa



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Resko, dn. 18 grudnia 2024 r.

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

**Dotyczy: opracowania oraz realizacji kompleksowej kampanii promocyjno-informacyjnej dotyczącej nowej linii produktów krewetek zimnowodnych, ręcznie obieranych „clean label” w mediach społecznościowych**

Zapytanie prowadzone w ramach realizacji projektu pn. **„Działania marketingowe Resko: Rozwój świadomości konsumentów poprzez promocję krewetek „Clean Label” na rynkach międzynarodowych”** realizowanego w ramach działania 2.7 Świadomy konsument.

**Zamawiający:**  
**Resko Sp. z o.o.**

Adres:  
ul. Bohaterów Warszawy 13  
72-315 Resko

NIP: 857-100-31-48  
REGON: 810570220

**Postępowanie jest prowadzone zgodnie z zasadą konkurencyjności, przejrzystości oraz zachowania uczciwej konkurencji i równego traktowania wykonawców.**



## 1. Opis przedmiotów zamówienia:

- 1.1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja usług marketingowych w ramach projektu pt. **„Działania marketingowe Resko: Rozwój świadomości konsumentów poprzez promocję krewetek „Clean Label” na rynkach międzynarodowych”** dotyczących opracowania oraz realizacji kompleksowej kampanii promocyjno-informacyjnej dotyczącej nowej linii produktów „clean label” w mediach społecznościowych.
- 1.2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia dotyczący wymagań opracowania oraz realizacji kompleksowej kampanii promocyjno-informacyjnej znajduje się w **Załączniku nr 1 Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia**.
- 1.3. Załącznik nr 1 (Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia) do Zapytania stanowi jednocześnie Załącznik nr 1 do Wzoru umowy warunkowej z Wykonawcą.

**Kod CPV: 79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe**

- 1.4. Informujemy, że załączony do niniejszego zapytania ofertowego wzór umowy (Załącznik nr 4) określa zasady współpracy oraz obowiązki i odpowiedzialność obu stron. Wzór umowy nie podlega modyfikacjom. Składając ofertę, Oferent potwierdza akceptację wszystkich warunków zawartych w załączonym wzorze umowy i zobowiązuje się do ich przestrzegania bez prawa do negocjacji zapisów po wyborze jego oferty.

Niniejsze zapytanie zostało upublicznione na stronie internetowej:

<https://bazakonkurencyjnosci.gov.pl/>

## 2. Termin i miejsce realizacji przedmiotu zamówienia:

- 2.1 Termin realizacji przedmiotu zamówienia:

**Okres realizacji:** 2 stycznia 2025 – 31 października 2025

**Ważne:** Umowa z Wykonawcą będzie zawierać szczegółowy harmonogram realizacji, który zostanie ustalony wraz z wybranym Wykonawcą.

## 3. Sposób obliczenia ceny:

- 3.1. Dostawca określi cenę przedmiotu zamówienia poprzez podanie na formularzu oferty ceny netto. Ceny należy podać w polskich złotych.
- 3.2. Cena całkowita: Cena ofertowa powinna obejmować łączne wynagrodzenie netto za realizację przedmiotu zamówienia w pełnym zakresie, powiększone o obowiązujący podatek VAT. Wynagrodzenie to powinno być wyrażone w złotych polskich i składać się z poniższych elementów kosztowych:



- Koszt działań marketingowych w obszarze social media – obejmujący emisję reklam graficznych i tekstowych oraz wpisów w mediach społecznościowych przez okres 10 miesięcy.
- Koszt monitoringu i analizy kampanii, w tym aktywnej optymalizacji w zakresie LinkedIn.
- Koszt monitoringu i analizy kampanii, w tym aktywnej optymalizacji w zakresie TikTok.

**3.3. Rozliczenie miesięczne:** Łączna kwota wynagrodzenia netto, podana w ofercie, zostanie podzielona na 10 równych części, stanowiących miesięczny ryczałt. Każda rata miesięczna będzie powiększona o obowiązujący podatek VAT.

**3.4. Formularz ofertowy:** W formularzu ofertowym należy podać zarówno łączną kwotę wynagrodzenia netto, jak i wyszczególnić poszczególne elementy kosztów, o których mowa w pkt. 3.2.

#### 4. Kryteria oceny oferty:

##### 1. Cena (maksymalnie 60 punktów):

Najniższa oferta cenowa otrzymuje maksymalnie 60 punktów.

Pozostałe oferty są oceniane według wzoru:

$$C = \frac{C_{\min}}{C_{\text{bad}}} \times 100 \times 60\%$$

$C$  – liczba punktów ocenianej oferty,

$C_{\min}$  – cena netto ogółem oferty najtańszej,

$C_{\text{bad}}$  – cena netto ogółem oferty badanej.

##### 2. Plan mediowy (maksymalnie 40 punktów):

Ocenie podlegać będzie plan mediowy kampanii promocyjno-informacyjnej. Wytyczne oraz kryteria oceny dotyczące przygotowania planu mediowego stanowią załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego. Maksymalna ilość punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 40 punktów (przy osiągnięciu maksymalnej ilości punktów – 100 pkt., za ocenę planu mediowego). Punktacja za plan mediowy będzie obliczana wg następującego wzoru:

$$P = \text{Punkty uzyskane przez plan mediowy} \cdot 40\%$$

Ilość punktów za poszczególne kryteria zostanie zsumowana i będzie stanowić końcową ocenę oferty. Punkty wyliczone będą w oparciu o wzór

$$S = C + P,$$

gdzie:  $S$  - suma punktów uzyskanych przez daną ofertę,

$C$  – ilość punktów za cenę uzyskanych przez daną ofertę,

$P$  – ilość punktów za plan mediowy uzyskanych przez daną ofertę.



- 4.1 Zamawiający wybierze najkorzystniejszą ofertę, czyli taką, która uzyska najwyższą liczbę punktów w oparciu o ustalone powyżej kryteria.
- 4.2 Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania w oparciu o ustalone kryteria wynosi 100.

## 5. Miejsce, sposób i termin składania ofert:

- 5.1. Oferent powinien sporządzić ofertę w języku polskim, na maszynie lub komputerze i podpisać ją w sposób nieścieralny;
- 5.2. Do przygotowania oferty należy posłużyć się formularzem ofertowym, stanowiącym załącznik nr 3 do niniejszego zapytania.
- 5.3. Zapytanie ofertowe wraz z załącznikami w wersji elektronicznej można pobrać ze strony <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl>
- 5.4. Ofertę należy złożyć za pomocą bazy konkurencyjności.
- 5.5. Ofertę należy złożyć najpóźniej **do dnia 27.12.2024 r. do godz. 12:00**
- 5.6. Otwarcie ofert nastąpi na posiedzeniu w siedzibie Zamawiającego w dniu **27.12.2024 r.** o godz. 13.00 w obecności, co najmniej dwóch pracowników Zamawiającego.
- 5.7. Dokonując otwarcia ofert zamawiający odnotuje nazwy (firmy) oraz adresy Oferentów, a także informacje dotyczące ceny, okresu gwarancji i czasu reakcji serwisowej.
- 5.8. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
- 5.9. Oferent może, przed upływem terminu składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.
- 5.10. W toku weryfikacji i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
- 5.11. Nie dopuszcza się składania ofert wariantowych oraz częściowych.
- 5.12. Nie będą rozpatrywane oferty:
  - niezgodne z opisem przedmiotu zamówienia,
  - wariantowe,
  - złożone przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
  - złożone przez podmiot podlegający wykluczeniu,
  - złożone po terminie przyjmowania ofert,
  - niekompletne pod względem formalnym
  - częściowe.

## 6. Sposób porozumiewania się zamawiającego z Oferentami:

- 6.1. Wszelka komunikacja między zamawiającym a oferentami odbywa się wyłącznie za pośrednictwem platformy Baza Konkurencyjności. Pytania, ewentualne uwagi należy przysyłać poprzez funkcjonalności dostępne na tej platformie.
- 6.2. Zamawiający udzieli odpowiedzi na pytania oferentów w terminie do 48 godzin od momentu otrzymania pytania w Bazie Konkurencyjności. Odpowiedzi



zamawiającego zostaną opublikowane na platformie, bez wskazywania źródła pytania.

- 6.3. Zamawiający nie jest zobowiązany do udzielania odpowiedzi na pytania, które wpłynęły na mniej niż 48 godzin przed upływem terminu składania ofert. Pytania te mogą pozostać bez odpowiedzi, a brak odpowiedzi nie będzie stanowił podstawy do przedłużenia terminu składania ofert ani do wniesienia protestu przez wykonawcę.
- 6.4. Zmiana terminu składania ofert może nastąpić jedynie w przypadku, gdy odpowiedzi na pytania oferentów prowadzą do istotnych zmian w treści zamówienia, rozumianych jako modyfikacje, które mają wpływ na przedmiot zamówienia, warunki formalne, czas realizacji lub warunki finansowe.
- 6.5. Zamawiający nie jest zobowiązany do przedłużania terminu składania ofert w przypadku udzielenia odpowiedzi na pytania, które nie wprowadzają istotnych zmian do treści zamówienia.

## 7. Unieważnienie postępowania

- 7.1 Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania bez podania przyczyny. W przypadku unieważnienia postępowania, Zamawiający nie ponosi kosztów postępowania.

## 8. Sposób przygotowania oferty:

- 8.1 Ofertę, na wzorze formularza ofertowego stanowiącego załącznik nr 3 do zapytania ofertowego, należy sporządzić w języku polskim, w formie pisemnej, na maszynie, komputerze, nieścieralnym atramentem.
- 8.2 Formularz ofertowy wymaga podpisu osób uprawnionych.
- 8.3 Każdy Wykonawca może złożyć w niniejszym postępowaniu tylko jedną ofertę. Ofertę składa się w jednym egzemplarzu.
- 8.4 Każdy Oferent załączy do oferty:
  - 1) **Każdy Oferent zobowiązany jest do przygotowania planu mediowego kampanii promocyjno-informacyjnej. Wytyczne oraz kryteria oceny dotyczące przygotowania planu mediowego stanowią załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego. Niezłożenie planu mediowego skutkuje odrzuceniem oferty.**
- 8.5 W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
- 8.6 Wszelkie zmiany treści zapytania ofertowego oraz wyjaśnienia udzielone na zapytania Oferentów stają się integralną częścią zapytania ofertowego i są wiążące dla Wykonawców.
- 8.7 Oferenci ponoszą wszystkie koszty przygotowania dokumentacji ofertowej we własnym zakresie.
- 8.8 Każdy Oferent może wprowadzić zmiany lub całkowicie wycofać złożoną przez siebie ofertę pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne powiadomienie o wprowadzeniu zmiany lub wycofaniu przed terminem składania ofert.

## 9. Wykluczenie wykonawcy z powodu powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym



Oferent ubiegający się o realizację zamówienia nie może być powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru sprzedawcy nieruchomości 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 takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli..

lub pozostawanie w innym związku niż wskazane w pkt. a-d jeżeli naruszają zasady konkurencyjności.

Zamawiający:  
**Resko Sp. z o.o.**

**Spis załączników:**

**Załącznik nr 1** – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

**Załącznik nr 2** – Wytyczne oraz kryteria oceny plan mediowy kampania promocyjno-informacyjnej

**Załącznik nr 3** – Formularz ofertowy

**Załącznik nr 4** – Wzór umowy