



Warszawa, 16.07.2026

Zapytanie ofertowe nr 1/2026/PSPO
w sprawie zamówienia na realizację **Kampanii - citylighty**

I. ZAMAWIAJĄCY

Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju („PSPO”)

ul. Wspólna 56, 00-684 Warszawa

NIP: 524 26 06 559, KRS: 0000280131

REGON: 140986290

www.pspo.com.pl

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy.

Postępowanie prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego. Do czynności podejmowanych przez Zamawiającego i dostawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2017 r. poz.459 z późn. zmianami) oraz niniejszego zapytania ofertowego. Postępowanie nie podlega procedurom wynikającym z ustawy Prawo zamówień publicznych.

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja Kampanii - citylighty

2. **Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:**

• **KONTEKST ZADANIA**

Jednym z kluczowych celów Polskiego Stowarzyszenia Producentów Oleju jest upowszechnianie wiedzy na temat wartości zdrowotnych i odżywczych oleju rzepakowego. Analizując dane i trendy na rynku spożywczym diagnozujemy konieczność dalszego edukowania konsumentów na temat korzyści towarzyszących jego spożywaniu, zarówno w kontekście zdrowotnym jak i kulinarnym. Tworząc kolejny punkt styku konsumenta z informacjami o walorach oleju rzepakowego możemy osiągnąć jeszcze lepsze rezultaty w budowaniu świadomości.

W 2023 r.- 2025 r. zorganizowaliśmy kampanie o podobym charakterze na setkach nośników w największych polskich miastach.

• **CEL**

Zwiększenie świadomości walorów żywieniowych zdrowotnych oleju rzepakowego poprzez komunikat – olej rzepakowy zawiera 10 razy więcej kwasów Omega-3 niż oliwa z oliwek

• **GRUPA DOCELOWA**

Konsumenty korzystający z komunikacji miejskiej, mieszkańcy dużych miast.

Grupa ta spędza część swojego czasu na przystanku oczekując na przyjazd środka lokomocji, w trakcie którego może zapoznać się z plakatem, na którym będą informacje o właściwościach oleju rzepakowego. Przechodzi ulicami o dużym natężeniu ruchu, gdzie również może mieć styczność z naszym komunikatem

- **PRZEDMIOT ZADANIA**

Przedmiotem zadania jest kampania wykorzystująca nośniki citylight zlokalizowane na wiaduktach przystanków komunikacji miejskiej ze stałą ekspozycją, dobrym oświetleniem i tysiącami odbiorców dziennie, którzy mają długi kontakt z reklamą, co czyni z niej skuteczny sposób promocji. Część nośników ulokowana jest także przy głównych ulicach czy na specjalnych słupach, które zwracają uwagę przechodniów dużych miast. Wielkość plakatów jest z założenia podobna.

Założenia minimum dla kampanii:

- minimum 10 największych polskich miast, np. Warszawa, Poznań, Katowice itp.
- zasięg minimum 20 mln kontaktów.
- czas kampanii nie krótszy niż miesiąc, może być podzielona na flighty np. dwutygodniowe lub dłuższe.

W ramach kampanii planujemy wykorzystać posiadany plakat, który podkreśla walory oleju rzepakowego. Poglądowy projekt graficzny plakatu znajduje się poniżej.



- **OPIS KONCEPCJI ZADANIA**

W ramach opisu koncepcji zadania należy ująć:

- **Miasta, w których zostanie przeprowadzona kampania**
- **Liczbę nośników**
- **Rozlokowanie nośników w miastach wraz ze wskazaniem adresu (nie więcej niż 5% zmian jest dopuszczalnych na etapie realizacji zadania)**
- **Liczbę kontaktów poszczególnych nośników i łączną**
- **Uzasadnienie wyboru wybranych miast i lokalizacji nośników**
- **Harmonogram kampanii**

- **PLANOWANE REZULTATY**

Zwiększenie świadomości walorów żywieniowych i zdrowotnych oleju rzepakowego.

Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju będzie na bieżąco monitorować i autoryzować wszelkie działania podejmowane przez wybrany do ich realizacji podmiot.

Działania mediowe zostaną ocenione na podstawie wskaźników dotarcia wykazanych w raporcie poemisyjnym. Nieosiągnięcie gwarantowanych kontaktów po zrealizowanej kampanii względem zadeklarowanych w formularzu oferty będzie skutkować karą powiązaną ze skalą niedostarczenia gwarantowanych kontaktów w wysokości 5% całości wynagrodzenia za każde 100 tys. osób poniżej.

Dane dotyczące kontaktów będą oceniane na podstawie danych dostarczonych przez właścicieli nośników dla wykonawcy raportu i umieści on je w raporcie poemisyjnym.

- **BUDŻET ZADANIA**

Łączna maksymalna kwota brutto (tj. wraz z podatkiem VAT), jaką Zamawiający ma zamiar przeznaczyć na realizację działania, wynosi 280 000,00 zł brutto.

Koszty niezgodne z przedmiotem zadania i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane przez PSPO.

- **TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA**

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do nie dłużej niż do dnia 30 listopada 2026 r. Szacunkowy czas podpisania umowy – wrzesień 2026, czas realizacji zadania w okresie październik – listopad (prosimy zaproponować czas realizacji kampanii, by trwała ona ok. 1 miesiąc, może być podzielona na flighty).

- **WYMÓG FORMALNY**

Wykonawca zobowiązany jest do umieszczania:

a) na wszystkich materiałach sporządzonych w związku z realizacją zadania, w tym przekazach audiowizualnych, w sposób czytelny i wyraźny: znaku graficznego identyfikującego fundusze promocji, którego wzór jest określony, lub wyrazów „#Fundusze Promocji”,

b) we wszystkich przekazach dźwiękowych - informacji o udzieleniu wsparcia ze środków finansowych Funduszu Promocji Roślin Oleistych na realizację tego zadania.

Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju oświadcza, że wykonanie zadania bez spełnienia powyższych wymogów formalnych będzie potraktowane jako działanie niezrealizowane i nie będzie przyjmować raportów, faktur, ani dokonywać płatności za działania niespełniające wymogu formalnego. Na etapie przedkładania oferty należy to również mieć na uwadze i nie projektować działań, które nie będą mogły wypełnić wymogów formalnych.

- **RAPORT**

Po wykonaniu zadania wykonawca musi przedstawić raport. Raport będzie zawierał m.in. liczbę wyemitowanych plakatów, zasięgi łączne, czas ekspozycji, wskazanie lokalizacji plakatu wraz z podaniem adresu, zdjęcie każdego nośnika z plakatem (np. jeśli będzie 200 lokalizacji zostanie dostarczone 200 zdjęć) itp. Raport stanowi integralną część zadania i wykonawca nie może żądać dodatkowego wynagrodzenia za jego sporządzenie. Raport musi być dostarczony w okresie trwania zlecenia. Zamawiający może wnieść uwagi do raportu i wykonawca niezwłocznie musi je uwzględnić. Dopiero po przyjęciu przez zamawiającego raportu wykonawca będzie mógł wystawić fakturę. Wykonawca musi mieć świadomość, że zamawiający będzie rozliczał dotację w Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa i nawet kilka miesięcy po realizacji zadania KOWR może również wnieść uwagi do raportu i realizowanego zadania, a wykonawca będzie musiał w przeciągu kilku dni przedłożyć wyjaśnienia lub skorygować raport. Za przygotowanie raportu i nanoszenie poprawek oraz przygotowywanie wyjaśnień nie będzie mu przysługiwać żadne dodatkowe wynagrodzenie.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą.
2. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy:
 - a) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności objętej zakresem zamówienia
 - b) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia
 - c) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia
3. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty.
4. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351)” (załącznik nr 3).
5. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:
 - a) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,
 - b) w przypadku braku wszystkich załączników do oferty
 - c) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień, o których mowa w pkt VIII. 2 we wskazanym czasie.

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
4. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom, przy czym Wykonawca odpowiada za czynności wykonywane przez podwykonawców jak za swoje własne.
5. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
6. Oferent powinien złożyć ofertę na formularzu załączonym do niniejszego zapytania (załącznik nr 1).
7. Oferta powinna uwzględniać nazwę i dane oferenta, posiadać datę sporządzenia; zawierać adres, numer telefonu, e-mail, oraz KRS; i podpisana przez osobę (osoby) uprawnioną do reprezentowania wykonawcy, podpis może być elektroniczny.
8. Do oferty należy dołączyć:
 - a) opis koncepcji przedmiotu zamówienia,
 - b) wymagane załączniki,
9. Oferta cenowa musi obejmować całość zamówienia.
10. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.

VI. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Oferta powinna być przesłana za pośrednictwem: poczty elektronicznej na adres: przetargi@pspo.com.pl do dnia 29 lipca 2026 r. do godziny 15.00.
2. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
3. Oferent przed upływem terminu składania ofert może zmienić lub wycofać swoją ofertę.
4. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie internetowej: www.pspo.com.pl

VII. OCENA OFERT

Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

Kryterium 1: parametry mediowe kampanii – waga kryterium 20%

Liczbę kontaktów z reklamą oferent wskazał w formularzu oferty. Oferent, który zaoferuje największą łączną liczbę kontaktów otrzyma 20 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do liczby kontaktów z reklamą wskazanych w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku).

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Liczba kontaktów z reklamą	20

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{liczba kontaktów badanej oferty}}{\text{największa liczba kontaktów z reklamą, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}} \times 20 \text{ pkt}$$

Kryterium 2: koncepcja przedmiotu zamówienia – waga kryterium 20%

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji przedmiotu zamówienia. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Strategia mediowa (w tym wielkość dobranych do kampanii miast, liczba nośników, lokalizacja nośników z uwzględnieniem natężenia ruchu, bliskość obiektów np. sklepów)	15
2.	Harmonogram prac – zaplanowanie kampanii w sposób umożliwiający płynną i efektywną realizację działań	5

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2}} \times 20 \text{ pkt}$$

W podkryterium Strategia mediowa można otrzymać od zero do 15 punktów w zależności od koncepcji kampanii, wielkości dobranych do kampanii miast, liczby nośników, lokalizacji nośników z uwzględnieniem natężenia ruchu, bliskości obiektów np. sklepów). Im kampanii będzie bardziej widoczna tym oferta otrzyma więcej punktów w tym podkryterium

W podkryterium Harmonogram prac można otrzymać od zero do 5 punktów. Jeśli kampania będzie zaplanowana w sposób umożliwiający płynną i efektywną realizację działań może otrzymać maksymalną ilość punktów. Jeśli zaplanowana kampania nie będzie umożliwiać płynnej i efektywnej realizacji działań otrzyma proporcjonalnie mniej punktów.

Kryterium 3: Doświadczenie oferenta – waga kryterium 30%

Komisja oceniająca dokona oceny doświadczenia oferentów w zakresie realizacji podobnych projektów. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 3 kampanii o podobnym charakterze (citylighty) w ostatnich 5 latach	9
2.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 3 kampanii w ostatnich 5 latach dla klienta/produktów z branży FMCG	9
3.	Doświadczenie we współpracy z co najmniej dwoma organizacjami pozarządowymi	6
4.	Doświadczenie co najmniej 2 osób z zespołu przydzielonego do realizacji zadania w projektach o podobnym charakterze jak przedmiot tego zadania czyli kampanie citylighty.	6

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 3}} \times 30 \text{ pkt}$$

Maksymalne ilości punktów w poszczególnych elementach kryteriów można uzyskać spełniając opisany warunek. W przypadku gdy agencja nie spełni jednego z czterech opisanych elementów kryterium otrzyma zero punktów w danej kategorii, to zmniejszy sumę ogólną punktów.

Kryterium 4: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30%

Cena powinna zawierać wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą łączną cenę brutto, otrzyma 30 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku).

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{najniższa cena brutto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 30 \text{ pkt}$$

VIII. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do złożenia wyjaśnień dotyczących oferty.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą, może mieć to charakter video-spotkania.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria zostanie udokumentowany protokołem.
6. Zamawiający nie ma obowiązku ujawniania protokołu z wyboru.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty, poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwość wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona jako kolejna na liście.
8. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po wskazanym wyżej terminie nie zostanie uwzględniona.
9. Wykonawca związany jest ofertą 60 dni.
10. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
11. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.
12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.

13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Polskiego Stowarzyszenia Producentów Oleju www.pspo.com.pl

IX. DODATKOWE INFORMACJE

Dodatkowe informacje można uzyskać po przesłaniu zapytania na adres: przetargi@pspo.com.pl

X. ZAŁĄCZNIKI

1. Wzór formularza ofertowego.
2. Doświadczenie oferenta i wykaz zrealizowanych usług.
3. Oświadczenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351).
4. Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania przez Zamawiającego danych osobowych pozyskanych od Oferenta w związku zawarciem i realizacją umowy, dotycząca danych firmy, osób reprezentujących Oferenta oraz osób wskazanych przez Wykonawcę do realizacji przedmiotu Umowy lub innych osób uczestniczących w jej realizacji.