

Warszawa, 9 kwietnia 2021 roku

## Zapytanie ofertowe nr 04/04/2021

na przygotowanie koncepcji oraz realizację internetowej kampanii informacyjno – promocyjnej pt. „QAFP dla młodych” dotyczącej produktów wytworzonych w krajowym systemie jakości QAFP wraz z przygotowaniem miesięcznych raportów efektywności kampanii na podstawie niezależnego narzędzia skupiającego dane o poszczególnych aktywnościach w przestrzeni social mediów.

### I. ZAMAWIAJĄCY

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego  
Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa,  
KRS 0000246895 / NIP 701-003-39-96 / REGON 140652872  
Tel. /fax: +48 22 696 52 70, [www.upemi.pl](http://www.upemi.pl) / e-mail: [biuro@upemi.pl](mailto:biuro@upemi.pl)

### II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest:

1. Opracowanie koncepcji i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej, prowadzonej w przestrzeni social mediów, dotyczącej kulinarnego mięsa wieprzowego, drobiowego i produktów wytworzonych na bazie tych mięs certyfikowanych znakiem jakości krajowego Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP.
2. Dokonanie pomiaru efektywności kampanii w formie miesięcznych raportów na podstawie niezależnego narzędzia badawczego skupiającego dane o poszczególnych aktywnościach na social mediach oraz raportu końcowego podsumowującego.

---

### *KONTEKST KAMPANII*

---

Coraz więcej młodych osób próbuje świadomie budować nawyki żywieniowe i skupia się na zdrowej żywności oraz coraz zdrowszym trybie życia. Jednak współczesne sieci dystrybucji żywności sprzyjają promocji produktów tanich, które znajdują wielu nabywców w wielkich supermarketach – mniej ważna jest wówczas jakość. Chodzi głównie o przystępną cenę oraz łatwy dostęp do produktów. Młodzi konsumenci nie chcą tracić czasu na wyszukiwanie informacji, a tym bardziej szukanie sklepów z bardziej wartościowymi produktami pochodzącymi z pewnych źródeł, czy systemów jakości. Zwłaszcza jeśli tych korzyści i wyższej jakości nie widać od razu gołym okiem. Chcemy zatrzymać trend obserwowany wśród młodych ludzi polegający na rezygnacji lub ograniczaniu spożycia mięsa. Mięso i wędliny wyprodukowane w systemie jakości stanowią realną alternatywę dobrego, zdrowszego wyboru dla młodego pokolenia.

Osoby młode często nie zwracają uwagi na to, co jedzą. Zakładają, że wszystko jest „tak samo złe”, nie ufają autorytetom lub nie wiedzą, skąd można czerpać wiarygodną wiedzę na temat żywności. Nie wierzą producentom, gdyż wiedzą, że stoją za nimi korporacje nastawione na zysk. Nie ufają reklamom i "super" ofertom, bo wiedzą, że za nimi kryją się "haczyki" i "gwiazdki". Zawsze mają za mało czasu i wolą go poświęcić na coś innego niż czytanie o źródłach „bezpieczniejszego” jedzenia. Mięso i wędliny wytwarzane w istniejącym od 11 lat systemie QAFP – nie są szeroko znane wśród młodych konsumentów. Przez poszerzenie ich świadomości i przekazanie informacji o cechach i zaletach produktów wytworzonych w systemie jakości przyczyni się do tego, że oferta mięsa wysokiej jakości będzie szersza i łatwo dostępna dla konsumentów. To z kolei pomoże konsumentom podejmować lepsze i odpowiedzialne żywieniowo decyzje przy półce sklepowej.

---

### *ZAŁOŻENIA PROJEKTU*

---

**Produkty objęte projektem:** certyfikowane znakiem jakości QAFP kulinarne mięso wieprzowe, mięso drobiowe oraz wędliny.

**Założenia kampanii:**

- ✓ Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów (poprzez działania mające na celu informowanie o jakości i cechach/zaletach mięsa wieprzowego, w tym o systemach jakości uznanych przez Ministra Rolnictwa.
- ✓ Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.

**Cele kampanii :**

- ✓ Oswojenie młodych potencjalnych klientów z marką i produktami przy pomocy nowego kanału i nowego sposobu komunikacji - QAFP idealnym wyborem przy codziennych zakupach.
- ✓ Budowanie świadomości jakości QAFP i produktów w ofercie systemu.
- ✓ Budowanie zaufania do produktów mięsnych i ich jakości.

---

### *GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII*

---

Osoby w przedziale wiekowy 15-35 lat, żyjące w świecie online. W ostatnich latach wiele mód i zmian społecznych ma swoje początki właśnie w młodym pokoleniu. Znajomość Internetu, komunikatorów internetowych, portali społecznościowych i nowych technologii powoduje, że są trendsetterami i źródłem realnych zmian w naszym społeczeństwie. Ludzie młodzi są bardziej otwarci na nowości i eksperymenty. Mają potrzebę komunikacji wizualnej za pomocą symboli i analogii.

---

### *DZIAŁANIA STANOWIĄCE PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA*

---

1. Produkcja i promocja serii 15 filmów edukacyjno-informacyjnych do 30 sekund każdy, zwiększających świadomość konsumencką dla grupy docelowej na trzech platformach social mediowych: TikTok, Instagram, Facebook.
2. Moderowanie dyskusji pod poszczególnymi filmami. Budowanie modelu "dobrych skojarzeń".
3. Zwiększanie zasięgu dotarcia kampanii do użytkowników platform SM.

Działania będą opierały się na 2 filarach:

- ✓ 15 filmach edukacyjno-informacyjnych publikowanych w okresie 9 miesięcy, poprzedzonych trzymiesięcznym okresem przygotowawczym (copywriting, produkcja filmów)
- ✓ działaniach edukacyjno-informacyjnych, social mediowych wspomagających publikację filmów w powyższym okresie (promocja publikacji filmów oraz postów, moderowanie dyskusji) której celem jest wygenerowanie efektu viralowego czyli dotarcie z komunikacją o cechach i zaletach produktów wytworzonych w systemie jakości QAFP do jak największej liczby osób z grupy docelowej. Efektywność działania w postaci ilości kliknięć, odsłon, polubień wskażą raporty generowane przez systemy informatyczne poszczególnych platform.

Wybór tych 2 środków dotarcia do grupy docelowej jest uzasadniony. Po pierwsze, młodzi są sercem mediów społecznościowych – to dla nich najpierw powstał Facebook, a potem Instagram, TikTok. To oni generują tam największy ruch i angażują się w swoje drugie, social mediowe życie w sieci, skąd czerpią pomysły na zmiany w swoim życiu. Po drugie, w Internecie od lat przeważa tendencja „opowiadania obrazem”. Długie artykuły stają się krótsze, muszą mieć wyraźnie zaznaczone najważniejsze fragmenty czy wypowiedzi.

*Wszystkie materiały wytworzone w Kampanii muszą posiadać informację o finansowaniu z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego i Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego jak również powinny być opatrzone logo Zamawiającego.*

### III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: kwiecień 2021 – marzec 2022 r.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

### IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **613 500,00 zł (słownie: sześćset trzynaście tysięcy pięćset złotych i 00 groszy) brutto.**

### V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. poz. 1025 z dnia 29.05.2018 r. z późn. zm.) art. 70<sup>1</sup> - 70<sup>5</sup>, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
  - a) opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
  - b) komisyjne otwarcie ofert,

- c) ocenę złożonych ofert,
  - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
  4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
  5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
  6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
  7. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
  8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
  9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
  10. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

## **VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA**

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
  - a) nie podlegają wykluczeniu
  - b) spełniają warunki udziału w postępowaniu.
2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty.
3. W postępowaniu ofertowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:
  - a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
  - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
  - c) dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim;
  - d) dysponują odpowiednim potencjałem technicznym;
  - e) posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej;
  - f) nie podlegają wykluczeniu z procedury.
4. O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który dysponuje co najmniej 3 osobami w tym:
  - a) szef projektu posiadający co najmniej 5 lat doświadczenia zawodowego i udokumentowane doświadczenie w zakresie zarządzania projektami;
  - b) 2 specjalistów ds. social media posiadający udokumentowane doświadczenie zawodowe w zakresie zarządzania kanałami social mediowymi.
5. Z niniejszej procedury wyklucza się:
  - a) 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;
  - b) Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.

## VII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy sporządzić na załączonym druku „Formularz ofertowy” dla całości zamówienia (Załącznik 1) w formie pisemnej w języku polskim, który powinien zostać podpisany przez osoby\* upoważnione. **Brak poprawnie wypełnionego Formularza skutkuje odrzuceniem oferty.** Jeżeli do postępowania przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum. Wyjątek stanowią dokumenty opisane w pkt. 8.2 lit. a – c.
2. Do oferty należy dołączyć wszystkie wymagane Załączniki, które powinny zostać podpisane przez osoby upoważnione\*. **Brak jakiegokolwiek, poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.**
3. Każdy z Oferentów ma prawo do złożenia jednej oferty na całość zamówienia. Złożenie dwóch ofert na zamówienie skutkować będzie odrzuceniem Wykonawcy w zamówieniu.
4. Wszystkie dokumenty w tym kopie dokumentów muszą być podpisane, poświadczone za zgodność z oryginałem przez osobę podpisującą ofertę (osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy).
5. Osoba podpisująca ofertę z załącznikami musi być osobą upoważnioną – za osobę/ osoby upoważnioną/e uznaje się osobę/y figurującą/e w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu, dołączonym do oferty.
6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
7. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
8. Do oferty należy dołączyć następujące dokumenty:
  - 8.1. **Opis zespołu Oferenta** potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenia poszczególnych członków zespołu.
  - 8.2. **Dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy** oraz fakt, że sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewni prawidłową realizację zamówienia, zawierające:
    - a) **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.
    - b) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do 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 składa każdy z konsorcjantów.
    - c) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do Urzędu Skarbowego**, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. Jeżeli Oferenci wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów.

- d) **ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej** w zakresie prowadzonej działalności - aktualna polisa, a w przypadku jej braku inny dokument potwierdzający, że Oferent jest ubezpieczony od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności. Jeżeli Oferenci wspólnie w ramach konsorcjum ubiegają się o udzielenie zamówienia dokument ten składa lider konsorcjum, bądź grupa konsorcjantów.
- e) **umowę konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowa cywilno-prawna ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

**8.3 Koncepcję realizacji zamówienia** obejmującą następujące elementy:

- 8.3.1. Propozycję koncepcji kreatywnej** serii 15 filmów edukacyjno – informacyjnych zwiększających świadomość zakupową grupy docelowej wraz z 3 scenariuszami
- 8.4.2. Propozycję koncepcji promocji filmów** w wybranych social mediach (co najmniej Facebook, Instagram, TikTok) wraz z harmonogramem ramowym planowanych działań i propozycją zasięgów
- 8.4.3. Propozycję niezależnego źródła danych** - zbierającego i przetwarzającego dane o poszczególnych aktywnościach w przestrzeni social mediów wraz z przykładową propozycją raportu miesięcznego.

**Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzania modyfikacji w ramach koncepcji i propozycji objętych wybraną ofertą.**

## **VIII. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT**

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 04/04/2021”** do Zamawiającego na wskazany adres siedziby Zamawiającego - Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa **w terminie do dnia 26 kwietnia 2021 r. do godziny 10.00.** Liczy się data wplynięcia oferty do biura Zamawiającego.
2. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej jako zeskanowanych podpisanych dokumentów w pliku / plikach pdf. o wielkości max. 12 MB. Ofertę w formie elektronicznej należy przesłać na maila – [a.krzyzak@upemi.pl](mailto:a.krzyzak@upemi.pl) z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 04/04/2021 w terminie do dnia 26 kwietnia 2021 r. do godziny 10.00.** Liczy się data i godzina wplynięcia oferty na serwer Zamawiającego.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
6. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: [www.upemi.pl](http://www.upemi.pl)

## **IX. OCENA OFERT**

1. Złożone oferty zostaną ocenione pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu.

2. W przypadku gdy oferta nie spełni któregokolwiek z warunków udziału w postępowaniu (brak formularza ofertowego oraz załączników, brak podpisów osób upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy) niniejszego zapytania ofertowego – oferta zostanie odrzucona. Z tytułu odrzucenia oferty, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia przeciw Zamawiającemu. Oferty oceniane będą punktowo. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 pkt.
3. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający będzie kierować się **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	50
2. JAKOŚĆ KONCEPCJI KREATYWNEJ FILMÓW	30
3. JAKOŚĆ KONCEPCJI PROMOCJI W SOCIAL MEDIACH	15
4. JAKOŚĆ PROPOZYCJI NARZĘDZI DO RAPORTOWANIA EFEKTYWNOŚCI	5

- 1.1. **CENA** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 50 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C_{\min}}{C_x} \times 50 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- 1.2. **JAKOŚĆ KONCEPCJI KREATYWNEJ** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 30 pkt**) w oparciu o następujące kryteria:

1.	Atrakcyjność i nowatorstwo koncepcji serii filmów	<b>1-15 pkt.</b>
2.	Dopasowanie przekazu informacyjnego zaproponowanych scenariuszy filmów do specyfiki produktów objętych projektem oraz do poszczególnych grup docelowych	<b>1-15 pkt.</b>

- 1.3. **JAKOŚĆ KONCEPCJI PROMOCJI FILMÓW** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 15 pkt**) na podstawie przedstawionych propozycji koncepcji konkursu, gdzie Zamawiający weźmie pod uwagę:

- ✓ Propozycje kanałów social mediowych i ich dopasowanie do przekazu filmów i grupy docelowej
- ✓ Rozplanowanie promocji w czasie trwania kampanii
- ✓ Wielkość proponowanych zasięgów na poszczególnych kanałach social mediowych

- 1.4. **JAKOŚĆ PROPOZYCJI NARZĘDZI DO RAPORTOWANIA EFEKTYWNOŚCI** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 5 pkt**), gdzie Zamawiający weźmie pod uwagę szczegółowość danych i ich dopasowanie do kampanii oraz zakres propozycji przykładowego raportu.

#### **X. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY**

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
2. Zamawiający jest uprawniony do wyboru kolejnej, najkorzystniejszej oferty w przypadku, gdyby wybrany Wykonawca, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą odmówił podpisania umowy lub gdyby podpisanie umowy z takim Oferentem stało się niemożliwe z innych przyczyn.
3. Wybór i ogłoszenie wybranego Oferenta nastąpi w terminie do 5 dni roboczych liczonych od dnia zakończenia przyjmowania ofert.
4. Zamawiający poinformuje Oferentów, którzy złożyli oferty o wyborze najkorzystniejszej oferty w zamówieniu.

#### **XI. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO**

Ewentualne pytania proszę kierować do pani Agnieszki Krzyżak – Karniło e-mail: [a.krzyzak@upemi.pl](mailto:a.krzyzak@upemi.pl).

#### **XII. WARUNKI SZCZEGÓLNE**

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 60 dni od dnia jej złożenia.
2. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego zapytania ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.
3. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
4. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności, ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, przygotowaniem do zawarcia umowy.
5. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu będzie przebiegała w etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
6. Rozliczanie działań zrealizowanych w danym etapie będzie realizowane na koniec etapu w oparciu o przekazane dokumenty i obszerny materiał dowodowy potwierdzające należyte wykonanie działań (zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania).
7. Zamawiający zastrzega, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, której treść zostanie przekazana wybranemu Wykonawcy.
8. W przypadku, gdy projekt nie uzyska finansowania ze środków Funduszy Promocji, nie będzie realizowany i Oferentom nie przysługują z tego tytułu żadne roszczenia.



### **XIII. ZAŁĄCZNIKI**

1. Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy dla zamówienia.
2. Załącznik nr 2 - Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym.

## Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

.....  
.....

Numer telefonu: ..... e-mail: .....

NIP..... REGON .....

### W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe

1. Oświadczamy, że oferujemy wykonanie zamówienia w określonej kwocie:

Lp.	Podmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1	na przygotowanie koncepcji oraz realizację internetowej kampanii informacyjno – promocyjnej pt. „QAFP dla młodych” dotyczącej produktów wytworzonych w krajowym systemie jakości QAFP wraz z przygotowaniem miesięcznych raportów efektywności kampanii na podstawie niezależnego narzędzia skupiającego dane o poszczególnych aktywnościach w przestrzeni social mediów	1		
<b>Razem:</b>				

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VII ppkt. 8.3 stanowi załącznik nr 1 do niniejszego formularza ofertowego.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty jakie poniesie Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w zapytaniu ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
- ✓ posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
  - ✓ znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację zamówienia;

- ✓ posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ nie podlegamy wykluczeniu z procedury;
- ✓ akceptujemy warunki uczestnictwa w postępowaniu, określone w zapytaniu ofertowym.

.....  
Miejsce i data

.....  
(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)\*

\* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

**Załącznik nr 2. Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, do Zapytania ofertowego nr 04/04/2021**

**OŚWIADCZENIE**

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 04/04/2021, oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych 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 wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- A. uczestniczeniu w spółce, jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- B. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% 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, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

.....

Miejsce i data

.....

(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)\*

\* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.