

Warszawa, 30 listopada 2023 roku

Zapytanie ofertowe nr 11/11/2023

na realizację zadania informacyjno -promocyjnego pt. „Paczka Qjakości” dotyczącego wsparcia wzrostu sprzedaży i spożycia polskiej wieprzowiny.

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 / e-mail: biuro@upemi.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest realizacja projektu „Paczka Qjakości” polegająca na wsparciu działań promocyjno – informacyjnych podmiotów działających w obszarze e - commerce w zakresie produktów ze znakiem QAFP.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Produkty objęte projektem: polska wieprzowina.

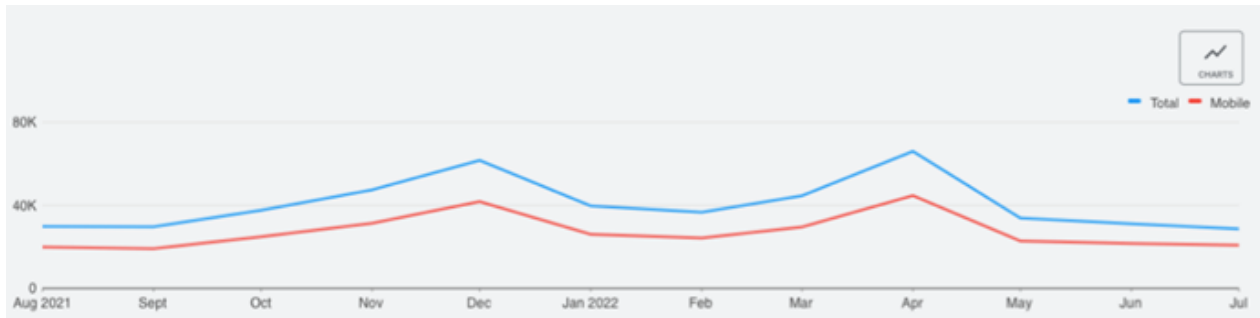
Założenia kampanii:

Z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że Internet stał się podstawowym źródłem informacji dla Polaków (raport: Jak korzystamy z Internetu, GUS, 03.2022). Wyszukiwanie informacji o towarach i usługach jest 3. powodem do korzystania z Internetu (zaraz po czytaniu wiadomości i korzystaniu z poczty elektronicznej). W tym celu z Internetu korzysta już 65,6% internautów w Polsce (wzrost o 2,9%). Najwięcej towarów i usług przez Internet zamawiają osoby w wieku od 25 - 44 lata – i tutaj również utrzymuje się stała tendencja wzrostowa.

Internet jest wygodną formą zakupu dla gospodarstw, które preferują zakupy spożywcze w tym kanale dystrybucji ze względu na: komfort świadczonej usługi, możliwość korzystania z gotowych list zakupowych, oszczędność czasu.

Z danych Santander Consumer Bank (Polacy na e-zakupach 2021) wynika, że konsumenci często poszukują interesującego ich produktu z pomocą wielu kanałów. O ofercie sklepu dowiadują się z różnych źródeł. Najczęściej wykorzystują informacje zawarte w reklamach Internetowych (26 proc.), mediach społecznościowych (19 proc.) oraz newsletterach i sklepach Internetowych (15 proc.). Spora część z nas dowiaduje się również o aktualnej ofercie sklepu z artykułów na portalach Internetowych (11 proc.).

Miesięcznie liczba wyszukiwań na hasła związane z wędlinami i kiełbasami wysokiej jakości waha się pomiędzy 29 a 66 tysięcy wyszukiwań z wyraźnymi wzrostami w grudniu oraz kwietniu (Boże Narodzenie oraz Wielkanoc).



Polacy wyszukują informacje głównie na urządzeniach mobilnych (67,1%) oraz desktop (31,2%). Realizacja działań powinna być zatem optymalizowana głównie pod kątem urządzeń mobilnych.

Produkty spożywcze, w tym produkty mięsne wysokiej jakości, którymi są wędliny i przetwory z gamy certyfikowanych w ramach systemu jakości QAFP, działają na bardzo konkurencyjnym rynku dlatego bardzo istotne jest dopasowanie promocji sprzedaży do oczekiwań konsumentów w każdym kanale ich dystrybucji.

Według zleconych w 2022 r. przez UPEMI i PZPBM badań w ramach działania Współpraca (wywiady grupowe (FGI), pogłębione wywiady indywidualne (IDI), eksperymenty laboratoryjne w środowisku 3D metodą CAWI, badanie postaw, zwyczajów zakupowych (U&A) oraz wrażliwości cenowej (PSM) metodą CAWI) na dobrą jakość mięsa mają wpływ następujące elementy (w kolejności ich ważności):

- świeżość
- brak chemii
- brak antybiotyków
- brak hormonów – ten element głównie dotyczy mięsa drobiowego
- brak pompowania wodą
- rodzaj karmy: roślinny bez modyfikacji genetycznej
- kraj pochodzenia: Polska
- lokalizacja hodowli: jak najmniejsza odległość
- nazwa producenta

Konsumenci potrzebują stałej edukacji i przekazywania wiedzy na temat zalet produktów certyfikowanych – wytworzonych w polskim systemie jakości żywności - zarówno w obszarze jakości samego produktu, jak i zasad jego produkcji (dobrostan zwierząt, powtarzalne procesy jakościowe).

Oprócz informacji na temat samego systemu QAFP i korzyści wynikających ze spożywania produktów wytworzonych w tym systemie klient jest zainteresowany możliwością ich zakupu.

Ograniczona dostępność produktu na rynku, jedynie w wybranych punktach dystrybucji znajdujących się w większych miejscowościach bądź określonych rejonach Polski stanowi barierę w zapoznaniu się z asortymentem wysokiej jakości mięsa i wędlin dla znacznego grona konsumentów.

Niezbędne jest zatem rozszerzenie dystrybucji asortymentu QAFP za pomocą kanału e-commerce i dotarcie poprzez sprzedaż wysyłkową z mięsem i wędlinami do klientów, którzy nie mają możliwości zakupu produktu na sklepowych półkach zarówno w sieciach handlowych bądź sklepach firmowych zakładów scertyfikowanych.

Ten rodzaj sprzedaży (sprzedaż wysyłkowa mięsa i wędlin) umożliwi przystąpienie do systemu podmiotom, które znalazły w tym kanale dystrybucji swoją niszę i szansę rynkową w dotarciu do konsumenta z wysokiej jakości mięsem i wędlinami. W przypadku tych podmiotów stosunkowo niewielki wolumen produkcji oraz możliwości finansowe nie pozwalają na budowanie ich konkurencyjności w tradycyjnym handlu, gdzie musieliby konkurować z silnymi markami, które są w stanie plasować produkty w dyskontach, marketach lub budować własne sklepy firmowe.

Producenci dostarczający paczki z produktami mięsnymi pod drzwi klienta, którzy przystąpili do systemu QAFP, zyskują istotny wyróżnik w swojej ofercie i dlatego stale rozszerzają gamę certyfikowanych produktów.

CELE KAMPANII I EFEKTYWNOŚĆ

I. CELE GŁÓWNE

Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego:

- ✓ Działania informacyjno-promocyjne wpływające na wzrost spożycia i sprzedaży polskiej wieprzowiny, poprzez zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.
- ✓ Promocja produktów ekologicznych i certyfikowanych w ramach systemów jakości.

II. CELE SZCZEGÓŁOWE KAMPANII

- ✓ zwiększenie dostępności polskich produktów certyfikowanych w ramach systemu jakości QAFP poprzez sprzedaż Internetową
- ✓ zwiększenie liczby podmiotów w systemie QAFP (producentów wieprzowiny i wędlin) prowadzących wysyłkową sprzedaż produktów
- ✓ wzrost sprzedaży i konsumpcji produktów (wieprzowiny, mięsa drobiowego i wędlin) wyprodukowanych w polskim systemie jakości żywności.

GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII / KONFERENCJI

1. Zakłady mięsne posiadające w swojej ofercie mięso i wędliny wysokiej jakości i prowadzące wysyłkową sprzedaż Internetową swojego asortymentu.

2. Konsumenci - osoby w wieku 25-65 lat, odpowiedzialne za zakupy w gospodarstwie domowym, robiące zakupy w Internecie, ceniące sobie czas i wygodę, wyznające wartości: rodzina, zdrowie oraz dbający o jakość codziennego życia, starający się stale ją polepszać, będący w stanie zapłacić więcej za produkt spożywczy wysokiej jakości, dla których głównym wyznacznikiem wyborów zakupowych jest pochodzenie, jakość i tradycyjny smak.

DZIAŁANIA STANOWIĄCE PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Działania zostaną podzielone na 3 etapy:

1. Pozyskanie do współpracy kolejnych podmiotów prowadzących sprzedaż mięsa i wędlin w kanale e-commerce (min. 3 podmioty)
2. Wsparcie działań promocyjno – informacyjnych podmiotów działających w obszarze e - commerce w zakresie produktów ze znakiem QAFP
3. Wyposażenie podmiotów działających w obszarze e - commerce w materiały promocyjne dt. systemu QAFP

ETAP I

- ✓ Przygotowanie pakietu informacyjno-promocyjno-szkoleniowego (prezentacja szkoleniowa o systemie QAFP, 4 wzorcowe fiszki produktowe napisane językiem korzyści dotyczące wybranych produktów najwygodniejszych do sprzedaży w kanale e-commerce)
- ✓ Przeprowadzenie 2 h. szkolenia on-line dla podmiotów biorących udział w projekcie z wykorzystaniem pakietu informacyjno-promocyjno-szkoleniowego.

ETAP II

- ✓ Opracowanie listy indywidualnych haseł kluczowych do realizacji działań w GoogleAdwords dla pozyskanych w projekcie podmiotów
- ✓ Realizacja działań optymalizacyjnych Google Adwords dla podmiotów (realizacja działań google adwords, miesięczne raporty, rekomendacje optymalizacji) – szacowana miesięczna liczba impresji z realizacji kampanii 9930 / sklep (dane bazują na archiwalnych danych okresu VII’21-VIII’22). Ze względu na dynamiczny charakter kampanii e-commerce nie można określić w perspektywie 10 miesięcy gwarantowanych zasięgów kampanii w przyszłości.
- ✓ Przygotowanie i plasowanie (zakup powierzchni) 10 artykułów z zachowaniem zasad SEO w celu realizacji działań link-building

ETAP III

- ✓ Wyposażanie pozyskanych podmiotów w materiały promocyjne dt. systemu QAFP , które będą dodawane do wysyłanych paczek w celu wsparcia promocji sprzedaży

Ze względu na fakt, że kampania nie ma charakteru wizerunkowego badanie efektywności zostanie wykonane na podstawie danych Google Ads.

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: styczeń – październik 2024

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **566 400,00 zł (słownie: pięćset sześćdziesiąt sześć tysięcy czterysta złotych i 00 groszy) brutto.**

LP.	KATEGORIA KOSZTOWA	WYKAZ SZCZEGÓŁOWY	ILOŚĆ	KWOTA BRUTTO
1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Przygotowanie 16 artykułów z zachowaniem zasad SEO pod kątem pozycjonowania produktów QAFP oraz ich publikacji w celu realizacji kampanii linkbuilding	16	130 000,00
		Realizacja kampanii Googleads dla podmiotów które przystąpiły do projektu	10	245 000,00
2	organizacja szkoleń i konferencji	Przygotowanie pakietu informacyjno-promocyjno-szkoleniowego (prezentacja szkoleniowa o systemie QAFP, 4 wzorcowe fiszki produktowe napisane językiem korzyści dotyczące wybranych produktów najwygodniejszych do sprzedaży w kanale e-commerce)	1	2 000,00
		Opracowaniem projekt graficzny i wydruk ulotek 5 tys.	1	5 000,00
		Produkcja gadżetów promocyjnych (m.in. pojemniki na kanapki; deski do krojenia, bambusowa łyżka i widelec)	5 000	100 000,00
3	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Przeprowadzenie 2 h. szkolenia on-line dla podmiotów biorących udział w projekcie z wykorzystaniem pakietu informacyjno-promocyjno-szkoleniowego.	4	5 000,00
4	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Opracowanie raportu z danych Google Ads oraz danych sprzedażowych firm (e-commerce)	1	18 000,00
		Wynagrodzenie zewnętrznej agencji marketingowej lub PR za koordynację realizacji zadania	10	61 400,00
			RAZEM	566 400,00

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

- 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. 70¹ - 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
- Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
 - opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - komisyjne otwarcie ofert,
 - ocenę złożonych ofert,
 - wybór najkorzystniejszej oferty.
- Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- 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. 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 załącznika 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. 8.3 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, poświadczane 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. **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.
- e) **umowę konsorcjum (jeżeli dotyczy)** – umowa cywilno-prawna ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

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

- 8.2.1. **projekty 2 artykułów z zachowaniem zasad SEO** pod kątem pozycjonowania produktów QAFP oraz ich publikacji w celu realizacji kampanii linkbuilding;
- 8.4.2. **propozycję prezentacji szkoleniowej o systemie QAFP;**

- 8.4.3. **propozycję 1 fiszki produktowej** napisane językiem korzyści dotyczące wybranych produktów najwygodniejszych do sprzedaży w kanale e-commerce;
- 8.4.4. **propozycja ulotki** informacyjnej dla klienta dołączanej do paczki zakupowej;
- 8.4.5. **propozycje 3 gadżetów promocyjnych.**

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 11/11/2023”** 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 18 grudnia 2023 r. do godziny 10.00. Liczy się data wpłynięcia oferty do biura Zamawiającego.
2. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej jako zeskanowanych podpisanych dokumentów w pliku / plikach pdf. Ofertę w formie elektronicznej należy przesać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 11/11/2023 w terminie do dnia 18 grudnia 2023 r. do godziny 10.00.** Liczy się data i godzina wpłynięcia 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

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 któregośkolwiek 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 REALIZACJI	50

- 3.1. **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:

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

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- 3.2. **JAKOŚĆ KONCEPCJI REALIZACJI** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 50 pkt**) w oparciu o następujące kryteria:

1.	Atrakcyjność materiałów informacyjno - promocyjnych	1-20 pkt.
2.	Dopasowanie merytoryczne materiałów do specyfikacji produktu i poszczególnych grup docelowych projektu	1-20 pkt.
3.	Propozycje gadżetów	1-10 pkt.

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 10 dni roboczych liczonych od dnia po dniu 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.

XII. WARUNKI SZCZEGÓLNE

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 30 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.

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 11/11/2023

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 realizację zadania informacyjno -promocyjnego pt. „Paczka Qjakości” dotyczącego wsparcia wzrostu sprzedaży i spożycia polskiej wieprzowiny	1		
Razem:				

2. Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VII ppkt. 8.2 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 11/11/2023

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 11/11/2023, 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.