

Warszawa, 9 kwietnia 2024 roku

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024

na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

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 na realizacja kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

- I. W ostatniej dekadzie możemy zaobserwować **rosnącą świadomość żywieniową konsumentów**. Już 6 na 10 klientów czyta etykiety i poszukuje produktów spożywczych wysokiej jakości oraz certyfikowanych. Dodatkowo czas pandemii zweryfikował podejście konsumentów do zdrowia, stylu życia, a także do wybieranych artykułów spożywczych.

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 wg konsumentów mają wpływ następujące elementy (w kolejności ich ważności):

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

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

Ponadto konsumenci wskazali na bardzo **ograniczone zaufanie do producentów i dużych sieci handlowych**. Obawiają się nieetycznych praktyk podczas hodowli zwierząt, ich karmienia i leczenia a także podczas przerabiania mięsa. Respondenci zgodnie twierdzili, że **tylko drób z Polski** daje jakąkolwiek gwarancję zachowania świeżości dzięki krótkiemu czasowi od uboju do dostarczenia do sklepu, wskazują **wieprzowinę jako tradycyjnie polskie mięso** i to że polskością producenta kierują się przy zakupie („**nie wyobrażam sobie żeby kupić schabowego z innego kraju**”). Ponadto pojawiały się obiekcje co do mnogości i rzetelności oznaczeń i certyfikatów na opakowaniach. Według badanych **wiarygodności** nadawanych **certyfikatów dodałoby certyfikowanie żywności przez niezależne podmioty** oraz powiązanie z **instytucjami kontrolnymi UE**. Konsumenci zwracają uwagę na **konieczność lepszej edukacji i rzetelniejszego informowania o nadawaniu certyfikatów**.

Wobec powyższego, **wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów** należy nieustannie informować i edukować klientów nt. procesu **corocznej certyfikacji przez niezależne jednostki certyfikujące**, które są akredytowane przez Polskie Centrum Akredytacji oraz systemach jakości **notyfikowanych na poziomie Unii Europejskiej**. To będzie **budować wiarygodność i zaufanie do hodowców i producentów** a przede wszystkim do **polskiej żywności**.

Możliwość degustacji potraw przygotowanych z wykorzystaniem mięsa i wędlin wysokiej jakości wyprodukowanych w krajowym systemie jakości jak również rozmowa z wyszkolonym personelem foodtrucka/przyczepy gastronomicznej oraz informacje zawarte na materiałach promocyjnych kompleksowo pomogą w pozyskiwaniu rzetelnych informacji nt. wyżej wymienionych produktów.

Badanie wskazuje, że konsumenci mięso traktują jako produkt o podwyższonym ryzyku, dlatego, pomimo że gro klientom robi zakupy w dyskontach i marketach **starają się kupować mięso głównie w sprawdzonych miejscach i wyspecjalizowanych sklepach mięsnych**. Mają wówczas przekonanie, że wybrali produkt wysokiej jakości, gdzie także cały proces hodowlany jest do pewnego stopnia monitorowany. **Podczas wyboru kierują się oceną wizualną mięsa, zapachem i radą sprzedawcy - doradcy**.

- II. Projekt **wychodzi naprzeciw oczekiwaniom producentów certyfikowanego mięsa wieprzowego i drobiowego oraz właścicielom sklepów sprzedających certyfikowane produkty**. Jego głównym efektem ma być **wzrost świadomości konsumentów, a co za tym idzie wzrost sprzedaży wyżej**

wymienionych produktów. W tym celu zostały przez UPEMI zebrane szczegółowe informacje na temat problemów i możliwych form wsparcia w zakresie działań informacyjno - promocyjnych.

W przedstawionym wyżej badaniu powtarzała się wspólna opinia, że **opakowania** mięsa i wędlin **niosą zbyt dużo informacji**, których się z powodu natłoku nie zauważa lub są tak niejasne, że **nie pomagają w wyborze produktów.**

Respondenci w swych wypowiedziach deklarowali chęć zderzenia swojej wiedzy na temat jakości mięsa z rzetelną na ten temat informacją, jednakże nie potrafili wymienić ani wskazać miejsca gdzie taką informację mogliby uzyskać. Problemem wskazanym w badaniach był również brak umiejętności oceny jakości produktu. Przy wyborach kluczowe są standardowo zasłyszane opinie, reklamy i oznaczenia towarowe. **Posiadana wiedza, nie pozwala na wyrobienie sobie własnego sądu co wpływa na jakość produktu i na jakie cechy warto zwracać uwagę**, a mnogość oznaczeń zamiast pomagać wprowadza w **umysłach konsumentów chaos i zagubienie.**

Biorąc powyższe pod uwagę, niezbędne są **działania promocyjno-informacyjno-edukacyjne** skierowane do konsumentów jako głównej grupy docelowej planowanej kampanii. W związku z tym, że Polacy coraz chętniej zamiast gotowania w domu, wybierają jedzenie na mieście (np. streetfood). Moda ta nabiera szczególnego tempa w okresie letnim w związku z tym zaplanowana zostanie letnia trasa foodtrucka obejmująca wakacyjne miejscowości w Polsce oraz eventy/festiwale.

Poprzez **przygotowanie porcji degustacyjnych serwowanych z foodtrucka/przyczepy degustacyjnej, jasne komunikaty zamieszczone na foodtrucku/przyczepie gastronomicznej oraz w jego najbliższej okolicy, a także bezpośrednie rozmowy** z wyedukowanym w zakresie certyfikacji mięsa i wędlin wyprodukowanych w krajowym systemie jakości personelem obsługującym foodtruck/przyczepę gastronomiczną, **konsument** będzie miał możliwość zarówno **zwiększyć swoją wiedzę** na przykład na temat jakości tych produktów jak również spróbować potraw z ich wykorzystaniem.

CELE KAMPANII I EFEKTYWNOŚĆ

I. CELE GŁÓWNE

Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego:

- ✓ Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski.
- ✓ 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.

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

- ✓ Promocja zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości.

Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego:

- ✓ Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce (pkt. A, B, F, G, I – Problemy)
- ✓ Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu.

II. CELE SZCZEGÓŁOWE KAMPANII

1. **Kreowanie właściwych postaw konsumenckich** skupionych wokół świadomego wyboru produktów wysokiej jakości wyprodukowanych w krajowych systemach jakości, a także zbilansowanej diety i dbania o środowisko.
2. **Zwiększenie sprzedaży** wysokiej jakości produktów wyprodukowanych w systemach jakości. Poprzez trasę foodtrucka/przyczepy gastronomicznej zaplanowaną po wakacyjnych miejscach w Polsce zakłada się dotarcie do możliwie najszerszego grona konsumentów z przekazem promującym potrawy z wykorzystaniem certyfikowanych produktów mięsnych, co w efekcie powinno zwiększyć grupę konsumentów, a co za tym idzie sprzedaż.

GRUPY ODBIORCÓW KAMPANII

KONSUMENTY: głównie kobiety, w wieku 25-50 lat, **podejmujące decyzje zakupowe** dotyczące żywności. Podstawą decyzji są: świadome odżywianie, jakość i wartości odżywcze produktów, zbilansowana dieta z udziałem produktów mięsnych, patriotyzm konsumencki, mniej wrażliwi na cenę, podążający za trendami.

Potrzeby i oczekiwania opisywanej wyżej grupy docelowej, w kontekście wyboru i zakupu mięsa wieprzowego i drobiowego, obejmują między innymi takie aspekty jak:

- ✓ Jakość i Smak: Oczekują, że mięso będzie świeże, dobrej jakości i smaczne.
- ✓ Zdrowie i Żywnienie: Poszukują mięsa, które dostarcza wartościowych składników odżywczych, takich jak białko, witaminy i minerały. Poszukują produktów, które są wolne od dodatków chemicznych i sztucznych substancji.
- ✓ Etyka i Zrównoważone formy hodowli zwierząt: Wiele z nich zwraca uwagę na pochodzenie mięsa i proces produkcji. Oczekują, że mięso pochodzi z etycznych źródeł, gdzie zwierzęta były hodowane w humanitarny sposób.
- ✓ Świadomość Zdrowego Odżywiania: Poszukują mięsa, które pasuje do ich zdrowego stylu życia i diety. Oczekują, że mięso będzie niskosodowe, wolne od konserwantów i sztucznych barwników.
- ✓ Dostępność Informacji: Oczekują, że informacje o produkcie będą łatwo dostępne, zarówno na opakowaniu, jak i w sklepach.

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

- ✓ Podsumowując wybory zakupowe opisywanej grupy docelowej są motywowane zarówno aspektami zdrowotnymi, jak i etycznymi, a także dostępnością informacji na temat produktu.

DZIAŁANIA STANOWIĄCE PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Zestaw działań został skomponowany na podstawie zebranych przez UPEMI oczekiwań przedstawicieli branży tj. producentów certyfikowanego mięsa wieprzowego i drobiowego oraz przedstawicieli sklepów, którzy posiadają w swojej ofercie mięso i wędliny wysokiej jakości wyprodukowane w krajowym systemie jakości.

Kampania zostanie przeprowadzona poprzez:

- Zaplanowanie trasy foodtrucka/przyczepy gastronomicznej po wakacyjnych miejscach w Polsce na przykład miejscowości nadmorskie, górskie, Mazury itp., a także miejscach, w których odbywają się imprezy bezpośrednio lub pośrednio związane z gastronomią, np. zjazdy foodtrucków, targi śniadaniowe, itp, jak również inne, w których scenariusz wpisuje się degustacja produktów. Miejsca i imprezy będą dobrane w taki sposób, aby dotrzeć do określonej grupy docelowej projektu. Z foodtrucka/przyczepy gastronomicznej serwowane będą dania z wykorzystaniem certyfikowanych produktów mięsnych. Promocja będzie realizowana od lipca do września, około 3-4 dni w tygodniu w weekendy i dni wokół weekendów. Dni pomiędzy będą wykorzystane na przemieszczanie się do kolejnego miejsca promocji oraz przygotowania foodtrucka/przyczepy gastronomicznej do kolejnej akcji promocyjnej.
- Branding wokół foodtrucka/przyczepy gastronomicznej zwiększający widoczność strefy promocyjnej
- Kampanię w Social Mediach (Facebook i Instagram) informująca o akcji promocyjnej, kolejnych lokalizacjach foodtrucka/przyczepy gastronomicznej oraz o ogólnych walorach certyfikowanego mięsa wieprzowego i drobiowego, jak również posty z przepisami.

Strategia działania:

- **Kreowanie właściwych postaw konsumenckich** skupionych wokół świadomego wyboru produktów wysokiej jakości, zbilansowanej diety i dbania o środowisko.
- **Budowanie świadomości i wiedzy** na temat **procesu produkcji** w ramach systemów jakości.
- Tworzenie **pozytywnego wizerunku** mięsa i wędlin wysokiej jakości wyprodukowanych w krajowym systemie jakości, które mają szansę stać się "**pierwszym**" i "**oczywistym**" wyborem przy półce sklepowej.
- Zwiększenie **wiedzy** pozwalającej konsumentom **odróżniać** produkty wytwarzane w ramach systemów jakości.
- **Budowanie zaufania** do systemów.
- Edukacja konsumentów za pomocą tak zwanego „**języka korzyści**”.

Działania będą prowadzone poprzez degustacje z foodtrucka/przyczepy gastronomicznej, który odwiedzać będzie wakacyjne spoty w Polsce, a także w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram). Konsumenti, którzy mają możliwość zdegustowania danego produktu, bardzo dobrze zapamiętują ten produkt i towarzyszący mu przekaz marketingowy. Przekłada się to na wysoką efektywność całej akcji.

Zestaw działań:

1. Degustacje

- ✓ Foodtruck/przyczepa gastronomiczna, branding, obsługa 2 osób i mięso i wędliny wysokiej jakości wyprodukowane w krajowym systemie jakości do degustacji
- ✓ **36 dni promocji** w wakacyjnych miejscach na terenie całego kraju (np. miejscowości nadmorskie, górskie, Mazury itp.) oraz podczas imprez plenerowych, w okresie 3 miesięcy: lipiec-wrzesień

2. **Branding** foodtrucka/przyczepy gastronomicznej oraz najbliższej okolicy eksponujący mięso i wędliny wysokiej jakości wyprodukowane w krajowym systemie jakości jako uzupełnienie promocji. Połączenie ekspozycji reklam na przyczepie gastronomicznej, potykaczach, flagach reklamowych i ulotkach z możliwością zdegustowania produktów spowoduje znacznie silniejsze oddziaływanie na konsumentów, niż zwykła reklama.:

- ✓ flagi reklamowe 5szt.
- ✓ potykacze 5 szt

3. Kampania reklamowa w mediach społecznościowych

- ✓ 30 postów na Facebook oraz Instagram: post z informacją o najbliższej wizycie i promocji z foodtruck'a/przyczepy gastronomicznej ze wskazaniem miejsca, dat i godzin promocji, post z informacją o poprzednim miejscu promocji (zdjęcia i opis gdzie się odbyła promocja, ilu było mniej więcej odwiedzających etc.), ogólne posty o cechach jakościowych certyfikowanego mięsa wieprzowego i drobiowego oraz posty „inspiracje” z potrawami i przepisami
- ✓ 3 miesiące
- ✓ płatna promocja postów do łącznej liczby 3 000 000 wyświetleń

4. Ulotki:

- ✓ ulotki informujące o korzyściach z konsumpcji wysokiej jakości mięsa oraz zawierające przykładowe przepisy kulinarne. Format A4, składane na 3 - 36.000 szt.

Planowane działania skupiać się będą na konsumentach. Zakłada się, że przełoży się to między innymi na promocję i wzmocnienie przekazu uwzględniającego takie aspekty jak:

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

- ✓ Bezpieczeństwo żywnościowe: certyfikowane mięso wieprzowe i drobiowe daje gwarancję, że przeszło rygorystyczne kontrole jakości, co przekłada się na wyższy poziom bezpieczeństwa żywnościowego dla konsumentów.
- ✓ Jakość produktu: Certyfikat jest dowodem na to, że mięso spełnia określone standardy jakości. Promocja pozwoli dotrzeć do szerokiego grona konsumentów i pokazać im, że produkt jest starannie wyselekcjonowany i spełnia ściśle określone kryteria.
- ✓ Zaufanie konsumentów: Wspierając promocję certyfikowanego mięsa wieprzowego i drobiowego, tworzy się większe zaufanie do marki lub produktu. Konsumentom znającym szczegóły produkcji takiego mięsa łatwiej jest zdecydować się na zakup, ponieważ wiedzą, że produkt został poddany surowym normom i kontrolom.
- ✓ Edukacja konsumentów: Promocja certyfikowanych produktów to sposób na edukację konsumentów na temat różnic pomiędzy produktami o niższej jakości a tymi, które przeszły rygorystyczne testy i spełniają wysokie standardy. To może pomóc konsumentom dokonywać bardziej świadomych wyborów żywieniowych.
- ✓ Wsparcie dla rolnictwa i producentów: Realizując promocję certyfikowanego mięsa, wspiera się rolnictwo i producentów, którzy wkładają wysiłek w spełnianie wymogów jakościowych. To może przyczynić się do utrzymania i rozwijania lokalnych producentów oraz zachęcać do dalszej poprawy standardów produkcji.
- ✓ Konkurencyjność na rynku: Promocja certyfikowanych produktów może pozytywnie wpłynąć na pozycję marki na rynku. Klienci coraz częściej poszukują produktów wyższej jakości, a posiadanie certyfikatu może przekonać ich do wyboru danego produktu zamiast konkurencyjnych opcji.

Wszystkie materiały promocyjno – informacyjne powinny posiadać informację o finansowaniu zgodną z Rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 czerwca 2023 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1122) - <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2023/1122>

Pliki logotypu funduszy promocji, w wersji kolorowej oraz achromatycznej można pobrać ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktow-rolno-spozywczych>

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 30 września 2024 r.

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia **480 107,10 zł (słownie: czterysta osiemdziesiąt tysięcy sto siedem złotych i 10 groszy) brutto.**

Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia ⁱ	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów			
		ilość	cena jednostkowa	Łącznie netto	Łącznie brutto
reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	Kampania informacyjna Facebook/Instagram – tour foodtrucka/przyczepy gastronomicznej i posty ogólne – promocja 30 postów	30	393,60	9 600,00	11 808,00
przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Ulotki informujące o korzyściach z konsumpcji wysokiej jakości mięsa oraz zawierające przykładowe przepisy kulinarne – projekt i skład (DTP)	1	3 075,00	2 500,00	3 075,00
	Ulotki informujące o korzyściach z konsumpcji wysokiej jakości mięsa oraz zawierające przykładowe przepisy kulinarne – druk	36 000	0,62	18 146,34	22 320,00
	Posty media społecznościowe - kreacja	30	615,00	15 000,00	18 450,00
	Foodtruck/przyczepa gastronomiczna branding - projekt	1	3 690,00	3 000,00	3 690,00
	Foodtruck/przyczepa gastronomiczna branding - oklejenie	1	15 990,00	13 000,00	15 990,00
	Branding wokół foodtrucka/przyczepy gastronomicznej (potykacze) - projekt	1	1 845,00	1 500,00	1 845,00
	Branding wokół foodtrucka/przyczepy gastronomicznej (potykacze) - produkcja	5	492,00	2 000,00	2 460,00
	Branding wokół foodtrucka/przyczepy gastronomicznej (flagi reklamowe) - projekt	1	1 845,00	1 500,00	1 845,00
	Branding wokół foodtrucka/przyczepy gastronomicznej (flagi reklamowe) - produkcja	5	442,80	1 800,00	2 214,00
	Gadżet za wypełnienie ankiety – produkcja	1 200	6,15	6 000,00	7 380,00
wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	wynajem foodtrucka /przyczepy gastronomicznej wraz z obsługą przez 36 dni	36	4 182,00	122 400,00	150 552,00
	zakup produktów do foodtrucku/przyczepy gastronomicznej (m.in.: art. spożywcze, naczynia,) przez 36 dni	36	3 444,00	100 800,00	123 984,00

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

Wynajem miejsca na postawienie foodtrucka/przyczepy gastronomicznej + opłaty za media: prąd, woda przez 36 dni	36	1 968,00	57 600,00	70 848,00
Wynagrodzenie agencji	1	43 646,10	35 484,63	43 646,10
SUMA			390 330,98	480 107,10

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.
- Dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.
- Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
- Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

- O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - nie podlegają wykluczeniu
 - spełniają warunki udziału w postępowaniu.
- Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty.
- W postępowaniu ofertowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:
 - posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646.);
 - znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy;
 - 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:
- 4.1 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;
 - 4.2 Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
 - 4.3 Oferentów, którzy zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego oraz składek w zakresie ubezpieczenia społecznego;
 - 4.4 Oferentów, którzy nie złożyli formularza ofertowego zgodnie z załącznikiem nr 1 lub dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych, o których mowa w rozdziale VIII;
 - 4.5 Oferentów, będących osobą fizyczną, która:
 - a) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
 - b) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
 - c) jest upoważniona do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
 - d) powiązanych osobowo i kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
 - e) jest powiązana osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
 - f) pozostaje 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, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt a-e;
 - 4.6 Zgłoszenie Oferenta wykluczonego uznaje się za odrzucone.
 - 4.7 W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

VII. PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

1. Oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów ZO, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami ZO;
2. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i/lub kapitałowo z Zamawiającym oraz osobami działającymi w jego imieniu przy wyborze Wykonawcy;
3. Oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
4. Oferta została złożona przez podmioty powiązane osobowo i kapitałowo z podmiotami, względem których mają zastosowanie środki sankcyjne, o których mowa w art. 1 pkt. 1 i 2 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. poz. 835, z późn. zm.);
5. Oferta została złożona po terminie określonym w niniejszym Zapytaniu ofertowym;
6. Oferta zawiera rażąco niską cenę zgodnie z rozdz. XI pkt. 3 niniejszego Zapytania ofertowego.

VIII. 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. 8.1 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

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. „Podróż ze smakiem” promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

ubiegają się o udzielenie zamówienia powyższy dokument składa każdy z konsorcjantów.

- b) **aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z 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 w podatkach z 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 przykładowa propozycja ulotki informującej o korzyściach z konsumpcji wysokiej jakości mięsa oraz zawierającej przykładowe przepisy kulinarne;
- 8.2.2 przykładowe propozycje po 3 postów na Facebook i Instagram;
- 8.2.3 przykładowe propozycje 2 gadżetów za wypełnianie ankiet;
- 8.2.4 propozycja 5 miejsc wraz z uzasadnieniem, które odwiedzi food truck.

IX. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 05/04/2024”** 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 2024 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 lub podpisanych podpisem kwalifikowalnym w pliku / plikach pdf. Ofertę w formie elektronicznej należy przesłać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 05/04/2024 w terminie do dnia 26 kwietnia 2024 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

X. OCENA OFERT

- Złożone oferty zostaną ocenione pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu.
- 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.
- Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający będzie kierować się **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	50
2. JAKOŚĆ KONCEPCJA 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 i dopasowanie treści ulotki do celów kampanii i profilu odbiorców	1-15 pkt.
2.	Atrakcyjność i kreatywność postów na FB i IG	1-15 pkt.
3.	Atrakcyjność gadżetów	1-5 pkt.
4.	Atrakcyjność propozycji miejsc do odwiedzenia przez food truck w odniesieniu do celów kampanii i profilu odbiorców	1-15 pkt.

XI. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY

- Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
- Zamawiający w celu ustalenia czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia może zwrócić się do każdego Oferenta o udzielenie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania od każdego Oferenta, którego oferta może zawierać rażąco niską cenę, wyjaśnień, w tym złożenia

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu, lub ich istotnych części składowych. Zamawiający oceniając złożone wyjaśnienia, weźmie pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności: ekonomię metody wykonania zamówienia, zaproponowane rozwiązania, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, oryginalność projektu Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie złoży wyjaśnień we wskazanym przez Zamawiającego terminie (w tym nie przedstawi we wskazanym przez Zamawiającego terminie wymaganych dokumentów) lub jeżeli Zamawiający oceni, że wyjaśnienia wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzają, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

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.

XII. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO

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

XIII. 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.

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

XIV. 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 05/04/2024

Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

.....

Numer telefonu: e-mail:

NIP..... REGON

W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe

- Oświadczamy, że oferujemy wykonanie zamówienia w określonej kwocie:

Lp.	Podmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1	realizacja kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.	1		
Razem:				

- Propozycja koncepcji realizacji zamówienia opisana szczegółowo w pkt. VIII ppkt. 8.2 stanowi załącznik nr 1 do niniejszego formularza ofertowego.
- Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty jakie poniesie Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.

Zapytanie ofertowe nr 05/04/2024 na realizację kampanii informacyjnej pt. "Podróż ze smakiem" promującej zdrowe odżywianie oparte na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wieprzowe i drobiowe wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz zwiększającej świadomość i wiedzę wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego i drobiowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska.

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, pieczęćka)*

* 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 05/04/2024

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 05/04/2024, 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.