

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/07/2024

na przygotowanie koncepcji realizacji projektu „#WybieramPolskieJabłka – on- line”, dotyczącego promocji polskich jabłek

I. ZAMAWIAJĄCY

Stowarzyszenie Sady Grójeckie

Ul. Niemojewska 19, 05-660 Warka

Email: stowarzyszenie@sadygrojeckie.pl

Tel. 698 762 205

NIP: 7971966795

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Produkty objęte projektem: jabłka i przetwory z jabłek
2. Kontekst kampanii:

Dane statystyczne wskazują, że spożycie owoców wzrasta. GUS podaje, że w 2020 roku statystyczny Polak zjadał ich ponad 46 kg rocznie, zaś w 2019 roku spożycie wynosiło nieco ponad 45 kilogramów. Równocześnie rośnie spożycie owoców egzotycznych, a spada spożycie owoców rodzimych, w szczególności jabłek, których poziom spożycia bardzo mocno odstaje od pozostałych krajów Unii Europejskiej.

Dane IERiGŻ wskazują, że Polacy spożywają jedynie 280g owoców i warzyw dziennie, podczas gdy średnia europejska wynosi blisko 700g. Na przestrzeni ostatnich 40 lat spożycie jabłek spadło o więcej niż połowę. Zmienia się również sposób spożycia owoców, coraz częściej wybieramy ich przetwory.

Mimo poprawiających się statystyk spożycie owoców i warzyw należy w Polsce do jednych z najniższych w Europie. Podkreślany przez ekspertów trend patriotyzmu konsumenckiego, który nasilił się w czasie trwania pandemii COVID-19, nie jest już aktualny, co najlepiej pokazuje odwrót od rodzimych owoców i coraz większa popularność owoców egzotycznych.

Promocja polskich owoców, w tym wypadku jabłek, jest działaniem koniecznym dla wszystkich zainteresowanych: producentów oraz konsumentów. Jabłko to jeden z najbardziej uniwersalnych owoców, który dostępny jest cały rok i powinien na stałe zagościć w diecie zdecydowanej większości Polaków. Z marketingowego punktu widzenia jabłko, jako produkt stało się ofiarą własnej popularności. Jego powszechna dostępność sprawia, że nie budzi ono w konsumentach wystarczających emocji, tak jak w przypadku owoców egzotycznych, stanowiących swoistą nowość.

Dotychczasowo realizowane edycje projektu #wybieramPOLSKIEjabłka, osiągnęły, a w niektórych przypadkach, takich jak wskaźniki dotarcia do grupy odbiorców, przekroczyły zakładane cele. Dwie pierwsze edycje projektu skupiały się na kampaniach reklamowych w mediach społecznościowych oraz komunikacji miejskiej. Zeszła roczna edycja dotyczyła w 100% udział w eventach, podczas

których promowane były same owoce, jak i wiedza dotycząca ich wykorzystania w diecie i codziennej kuchni. Obecna edycja będzie stanowić podsumowanie wszystkich kampanii #wybieramPOLSKIEjabłka.

Problemem, na który odpowiada projekt jest brak wiedzy wśród polskich konsumentów dotyczących tego jaką ilość owoców powinni spożywać dziennie. Dodatkowo rosnącym i coraz bardziej istotnym problemem jest wypieranie rodzimych, tradycyjnych gatunków owoców, przez owoce egzotyczne. Wpływa to zdecydowanie negatywnie na sytuację polskich producentów i przetwórców owoców.

Brak wystarczającej wiedzy dotyczy również niestandardowych i zaskakujących sposobów wykorzystania jabłek w codziennej kuchni. W zdecydowanej większości przypadków jabłka kojarzone są z szarlotką i prostymi deserami. Tym czasem ich wykorzystanie kulinarne jest bardzo szerokie. Szersze wykorzystanie kulinarne naturalnie będzie sprzyjać więc zwiększeniu konsumpcji jabłek.

Według badań Kantar, aż 62% Polaków przyznaje, że nie ma pojęcia jaka jest zalecana dzienna „dawka” owoców i warzyw.

Cel główny Strategii Funduszu Promocji Owoców i Warzyw, który realizuje projekt, to:

zwiększenie spożycia krajowych owoców i warzyw oraz ich przetworów w tym produktów ekologicznych, a także produktów wytwarzanych lokalnie lub pochodzących z lokalnych surowców, w wyniku zmiany postrzegania warzyw i owoców – edukacja konsumentów w zakresie pierwszoplanowej ich roli w diecie, patriotyzm konsumencki;

Cele szczegółowe projektu to:

- Zwiększenie wiedzy odnośnie wielkości dziennego spożycia owoców i warzyw
- Zwiększenie wiedzy i umiejętności w zakresie niestandardowych form wykorzystania kulinarnego jabłek w codziennej kuchni
- Zwiększenie świadomości konsumentów dotyczącej wykorzystania rodzimych sezonowych owoców, zamiast owoców egzotycznych.

3. Beneficjenci/grupy docelowe:

Grupę docelową projektu to:

- Świadomi konsumenci 18-59 z koncentracją na 35-50 lat. Osoby odpowiedzialne za codzienne zakupy, aktywne, pozytywnie nastawione, dbające o higienę życia, poszukujące wartościowych produktów, dbające o codzienną dietę i prawidłowe jej proporcje.
- Młode matki (18-39 lat) posiadające dzieci w wieku wczesnoszkolnym, decydujące o zakupach, świadome, aktywne, zaangażowane, korzystające z dobrodziejstw techniki i mediów społecznościowych. Poszukujące naturalnych produktów o czystej etykiecie i udokumentowanym pochodzeniu oraz pomysłów na oryginalne zdrowe posiłki.

Oddzielną kategorią odbiorców będą osoby, które polubiły posty lub profile dotychczasowo realizowanych kampanii, takich jak „Połowa talerza”, czy „Czas na polskie superowoce” lub „wybieramPOLSKIEjabłka”.

Przedstawiciele grupy docelowej potrzebują zwiększenia wiedzy na temat tego, jakie ilości owoców i warzyw należy spożywać dziennie. Wcześniej realizowane inicjatywy oraz zwiększająca się

świadomość konsumentów sprawiła, że Polacy znają i rozumieją rolę owoców i warzyw w zdrowej diecie i ich wpływ na ich zdrowie. Brakuje jednak wiedzy na temat tego w jaki sposób przygotować posiłki i jakie ilości jeść, aby spożywać 5, zalecanych porcji owoców i warzyw dziennie. Kolejną potrzebą grupy docelowej jest zwiększenie spożycia krajowych owoców i przedkładanie ich nad owoce egzotyczne. Tym samym odbiorcy kampanii powinni uzyskać informację na temat właściwości zdrowotnych i dietetycznych polskich owoców, w tym najpopularniejszego gatunku jabłek.

4. Działania projektu:

Kampania reklamowa w mediach społecznościowych:

Na realizację zadania będą składać się następującego elementy:

reklama Facebook, reklama Instagram oraz reklama na kanale youtube. Działania reklamowe będą realizowane przy wykorzystaniu materiałów zdjęciowych i materiałów wideo przygotowanych w ramach wcześniejszych edycji projektu #wybieramPOLSKIEjabłka. Na potrzeby akcji reklamowej wybranych zostanie maksymalnie 60 materiałów graficznych lub wideo, do których przygotowane zostaną nowe treści/teksty uwzględniające potrzeby przedstawicieli grupy docelowej. Przede wszystkim zaś nowo przygotowane teksty/informacje będą nawiązywać do ilości owoców, jakie powinniśmy spożywać każdego dnia. Wykorzystanie przygotowanych wcześniej materiałów jest spowodowane ich dobrym przyjęciem w trakcie realizacji poprzednich edycji projektu oraz chęcią zwiększenia efektywności kosztowej projektu. Zdecydowany nacisk zostanie położony na promocję spożycia najpopularniejszych krajowych owoców – jabłek, zamiast coraz popularniejszych owoców egzotycznych.

W kampanii na profilach Facebook i Instagram wykorzystane zostaną zdjęcia z dwóch pierwszych edycji realizacji projektu #wybieramPOLSKIEjabłka, które uzupełnione zostaną prostą grafiką z jednej strony nawiązującą do zalet dietetycznych i zdrowotnych jabłek, a z drugiej do ich dziennej zalecanej dawki spożycia. Ponadto treści uzupełniające wykorzystane materiały zdjęciowe będą promować spożycie polskich, sezonowych owoców zamiast owoców egzotycznych.

Ponadto przygotowane teksty postów będą mogły być również wykorzystywane do promocji wydarzeń oraz eventów pozostałych realizowanych projektów finansowanych z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

Działanie będzie realizowane w okresie 8 miesięcy. W wyniku działania zamieszczonych zostanie 60 postów, wykorzystujących nowo przygotowaną grafikę.

Działanie będzie realizowane w okresie od 1.08.2024 do 31.03.2025

Współpraca z influencerami/blogerami

W ramach zadania nawiązana zostanie współpraca

z influencerami/blogerami, którzy zajmują się tematyką kulinarną lub prozdrowotną, włączając w to aktywność fizyczną. W ramach współpracy, wybrany bloger będzie zamieszczał na swoich profilach w mediach społecznościowych materiały w postaci postów lub materiałów wideo zawierających kulinarne inspiracje z jabłkami

w roli głównej. Współpraca z influencerami będzie miała na celu wspomaganie głównego nurtu kampanii, a więc zadań promocyjnych prowadzonych w internecie. Projekt zakłada podjęcie

współpracy z 2 blogerami/influencerami, którzy będą zamieszczać minimum 4 materiały dotyczące promocji zalet polskich jabłek oraz propozycji kulinarnych w miesiącu, przez okres 8 miesięcy.

Działanie będzie realizowane w okresie od 1.08.2024 do 31.03.2025

Rezultaty projektu:

- Przeprowadzenie 8 miesięcznej kampanii reklamowej na profilach Facebook i Instagram
- Przygotowanie 60 tekstów postów promujących spożycie polskich jabłek i odnoszące się do zalecanej dziennej „dawki” ich spożycia
- Przygotowanie grafik uzupełniających zdjęcia wykorzystywane do emisji postów
- Dotarcie do 2,5 mln odbiorców w wyniku kampanii promocyjnej prowadzonej w mediach społecznościowych Facebook i Instagram oraz w wyniku współpracy z influencerami.
- Podjęcie współpracy z 2 blogerami/influencerami

III. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

1. Termin realizacji zamówienia: 1.08.2024-31.03.2025
2. Zamawiający zastrzega sobie sprawo do zmiany terminów realizacji zamówienia

IV. BUDŻET ZAMÓWIENIA

1. Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia wynosi 189 000,00 PLN netto (słownie: sto osiemdziesiąt dziewięć tysięcy)

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. 701 - 705, 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. 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”, (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. Wymagane jest, 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:

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.
2. Założenia realizacji zamówienia obejmujące następujące elementy:
 - Projekt przykładowych 10 tekstów postów
 - Projekt 3 grafik zamieszczanych w mediach społecznościowychZamawiający 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 1/07/2024”** do Zamawiającego na wskazany adres siedziby Zamawiającego:
Stowarzyszenie Sady Grójeckie
ul. Niemojewska 19,
05-660 Warka
w terminie do dnia 20.07.2024 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: stowarzyszenie@jablkagrojeckie.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 1/07/2024 w terminie do dnia 20.08.2024 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.
- Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: www.jablkagrojeckie.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	40
2. JAKOŚĆ MATERIAŁÓW GRAFICZNYCH POSTÓW ZAMIESZCZANYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH	30
3. JAKOŚĆ TEKSTÓW POSTÓW ZAMIESZCZANYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH	30

1. CENA - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 40 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

C_{min}

$C = \quad \times 40 \text{ pkt}$

C_x

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

C_x – cena oferty badanej.

2. JAKOŚĆ MATERIAŁÓW GRAFICZNYCH POSTÓW ZAMIESZCZANYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 30 pkt**) na podstawie przedstawionych propozycji koncepcji konkursu, gdzie Zamawiający weźmie pod uwagę:

1.	Koncepcja materiałów graficznych i jej dopasowanie do założeń projektu	1-15 pkt.
2.	Dopasowanie materiałów graficznych do specyfiki projektu i poszczególnych grup docelowych	1-15 pkt.

3. JAKOŚĆ TEKSTÓW POSTÓW ZAMIESZCZANYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (**maksymalnie 30 pkt**), gdzie Zamawiający weźmie pod uwagę:

1.	Atrakcyjność koncepcji zaproponowanych tekstów postów	1-15 pkt.
2.	Dopasowanie tekstów postów do specyfiki projektu i poszczególnych grup docelowych	1-15 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

1. Pytania należy kierować do Pani Magdaleny Wrotek-Figarskiej: magdalena@jablkagrojeckie.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, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, której treść zostanie przekazana wybranemu Wykonawcy.

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 projektu „#WybieramPolskieJabłka – on- line”	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.

6. 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 osoby uprawnionej)

ZAŁĄCZNIK NR 2 „OŚWIADCZENIE OFERENTA DOTYCZĄCE BRAKU POWIĄZAŃ OSOBOWYCH I KAPITAŁOWYCH Z ZAMAWIAJĄCYM

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 1/07/2024, 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, pieczęćka)*

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