

## ZAPYTANIE OFERTOWE 1/12/2020

### I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Polska Izba Mleka  
ul. Mickiewicza 7 lok. 23  
15-213 Białystok  
tel.: (85) 674 73 29  
e-mail: [izba@izbamleka.pl](mailto:izba@izbamleka.pl)  
KRS: 0000307577, REGON: 200214918, NIP: 542 30 85 199

### II. PROCEDURA ZAMÓWIENIA

Zamówienie jest udzielane w ramach konkurencyjnej procedury wyboru wykonawcy zadania, zgodnej z art. 9 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r., poz. 688). Procedura jest prowadzona w trybie zapytania ofertowego. Do zamówienia mają zastosowanie przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r., poz. 1740) oraz niniejszego zapytania ofertowego. Zamówienie nie podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych.

### III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja w roku 2021 usługi kampanii promocyjno – informacyjnej „Mamy kota na punkcie mleka”, jako zadania finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka. Opis zadania, obejmujący uzasadnienie, działania i planowane rezultaty znajduje się w załączonym wyciągu z dokumentu „Zestawienie rzeczowo-finansowe zadania” złożonego z wnioskiem o finansowanie zadania (załącznik nr 4).

Usługa będzie realizowana od momentu podpisania umowy do 31.12.2021 r.

Kompleksowa realizacja usługi powinna uwzględniać opis zadania oraz obejmować między innymi następujące elementy:

- Działania reklamowe
- Gadżety
- Prowadzenie strony [www.kochammleko.pl](http://www.kochammleko.pl) Facebooka wraz z prowadzeniem aplikacji.
- Materiały informacyjno-promocyjne do szkół
- Działania PR
- Konkursy

- Działania w szkołach

Maksymalna kwota oferty nie może przekroczyć 892 750,00 złotych brutto (słownie zł: osiemset dziewięćdziesiąt dwa tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych 00/100 groszy).

Każdy gadżet oraz materiały, artykuły, informacje prasowe przygotowywane w ramach projektu muszą być opatrzone informacją: Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka. Brak informacji o sfinansowaniu dyskwalifikuje jego rozliczenie, a tym samym zapłatę ze strony Polskiej Izby Mleka.

### **Poszczególne działania składające się na usługę:**

#### **1. DZIAŁANIA REKLAMOWE**

Czas realizacji: 10 miesięcy

Wykupienie powierzchni reklamowej w m.in. Internecie, radio, telewizji, prasie, kinie w celu promocji spożycia mleka i produktów mleczarskich oraz propagowanie zdrowotnych właściwości mleka i produktów mlecznych. Służyć temu mają m.in. artykuły sponsorowane, spoty radiowe, kinowe, filmy promujące spożycie mleka, bannery, inne formy promocji w Internecie, radio, telewizji, prasie itp. Nie mniej niż 5 publikacji w miesiącu.

#### **2. GADŻETY**

Gadżety promujące spożycie mleka w postaci drobnego upominku – łącznie 9 000 szt., tj.:

Magnesy - 7 000 szt.

Odblaski – 500 szt.

Zakładka do książki – 1 000 szt.

Pojemnik na drugie śniadanie – 500 szt.

#### **3. STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA**

Czas realizacji: 12 miesięcy

Witryna internetowa programu promocyjnego [www.kochammleko.pl](http://www.kochammleko.pl) jest rozbudowanym serwisem internetowym, skupiającym oraz integrującym wszystkie działania realizowane w ramach programu, a także wszystkie grupy docelowe, do których są one adresowane. Stanowi ona główne źródło informacji o programie, a jednocześnie inspirowanie i zachęca do aktywnego uczestnictwa. Witryna zawiera także informacje nt. prawidłowego żywienia dzieci oraz ciekawe przepisy kulinarne z wykorzystaniem polskiego mleka i produktów mleczarskich.

Prowadzenie Facebooka, zamieszczanie m.in. materiałów informacyjno – promocyjnych, przepisów itp.

Obsługa techniczna wraz z utrzymaniem i administrowaniem aplikacji będącej sprawozdaniem zrealizowanych działań i sprawozdaniem z efektywności wprowadzonych materiałów.

#### 4. MATERIAŁY INFORMACYJNO – PROMOCYJNE

Czas realizacji: do końca maja 2021

Druk materiałów zachęcających do spożywania mleka i produktów mleczarskich w codziennej diecie – łącznie 40 000 szt., tj.:

- plakaty - 1 500 szt.
- broszury – 1 500 szt.
- książeczki promocyjno – informacyjne dla dzieci – 30 000 szt.
- karty pracy – 7 000 szt.

#### 5. DZIAŁANIA PR

Czas realizacji: 12 miesięcy

Celem działań Public Relations zaplanowanych w ramach programu promocyjno-informacyjnego dotyczącego mleka i produktów mlecznych jest promocja zarówno walorów mleka, jogurtów i serów żółtych, jak i samego programu.

Narzędzia PR takie jak: prowadzenie biura prasowego, informacje prasowe regularnie dystrybuowane przez biuro prasowe wśród dziennikarzy oraz materiały backgroundowe wykorzystywane w pracy biura prasowego z mediami, e-pr.

#### 6. KONKURSY

Ilość: 4 szt.

Konkursy realizowane będą internetowo dla uczestników projektu. Działania zmierzające do przeprowadzenia konkursów to: koszty przygotowania konkursów, koszty regulaminu, koszty związane z zaproszeniem uczestników, koszty związane z kontaktem z uczestnikami, koszty nagród i dyplomów dla uczestników, koszty promocji konkursów w Internecie, koszt wysyłki nagród i materiałów informacyjno-promocyjnych, plakatów.

#### 7. DZIAŁANIA W SZKOŁACH

Czas realizacji: 12 miesięcy

Pozyskiwanie szkół do programu. Zapewnienie wysyłki związanej z pakietem informacyjno – promocyjnym, spotkania w szkołach z kotem Mleczysławem lub Mleczną Kitą, uczestnictwo w piknikach.

Każda placówka, która zarejestruje się w programie otrzyma przesyłkę obejmującą odpowiednie ilości materiałów informacyjno-promocyjnych przeznaczonych dla grup odbiorców (do wyczerpania zapasów), w którym znajdzie się m. in. plakat, broszura, książeczka promocyjno – informacyjna dla dzieci, karty pracy.

#### IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zapytanie ofertowe jest skierowane do przedsiębiorców – podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, tj. osób fizycznych, jednostek organizacyjnych posiadających zdolność prawną bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). W przypadku oferty wspólnej (konsorcjum, spółka cywilna) należy wskazać lidera będącego jedynym podmiotem wskazanym do kontaktu oraz rozliczeń. Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej - tj. być uprawnionym do występowania w obrocie w zakresie prowadzonej działalności.

#### V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Ofertę należy przygotować w oparciu o wzór formularza ofertowego (załącznik nr 1) oraz wzór szczegółowego zestawienia kosztów (załącznik nr 2). Do oferty należy dołączyć koncepcję: **działań reklamowych, prowadzenia strony www, Facebook i aplikacji, materiałów informacyjno – promocyjnych (plakaty, broszury, drukowane książeczki promocyjno – informacyjne dla dzieci, karty pracy), wizualnej propozycji gadżetów, działań PR, konkursów, działań w szkołach z pozyskaniem szkół do programu.**
3. Oferta musi zawierać: nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres e-mail Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy:
  - a) nie znajdują się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji,
  - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
  - c) dysponują odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym wykonanie zamówienia.
5. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351 z późn. zm.) (załącznik nr 3).
6. Oferta winna być podpisana w sposób czytelny przez osobę lub osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym pełnomocnictwem. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem i pozostawieniem oferty bez rozpatrzenia.

7. Ofertę należy złożyć w języku polskim
8. Oferty należy składać w PLN.
9. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.
10. W zakresie działań określonych czasem ich realizacji, wynagrodzenie wykonawcy będzie miało charakter ryczałtowy (w rozumieniu art. 632 Kodeksu cywilnego) i będzie wypłacane w odpowiednich częściach za każdy miesiąc z dołu. W zakresie działań określonych ilościowo wynagrodzenie wykonawcy wypłacane za każdy miesiąc z dołu będzie miało charakter obmiarowy. Płatność wynagrodzenia nastąpi w miesięcznym rozliczeniu, w oparciu o zrealizowany zakres działań oraz ich koszty wynikające ze szczegółowego zestawienia załączonego do oferty, w terminie 30 dni po doręczeniu prawidłowego wystawionej faktury wraz z dokumentacją potwierdzającą realizację.
11. Ofertę należy złożyć osobiście lub przez posłańca w Biurze Polskiej Izby Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok w godzinach pracy biura (8:00-16:00) lub doręczyć poprzez operatora pocztowego lub kuriera na adres Biura Polska Izba Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23, 15-213 Białystok, z dopiskiem „Mamy kota na punkcie mleka” odpowiedź na zapytanie ofertowe 1/12/2020 **przed upływem terminu składania ofert określonym w pkt. VI niniejszego zapytania – pod rygorem odrzucenia oferty.**

Z uwagi na epidemię SARS-Cov-2 oraz pracę zdalną Zamawiającego, w przypadku zamiaru złożenia oferty osobiście lub przez posłańca w Biurze Polskiej Izby Mleka stanowczo zalecamy, aby najpóźniej na dzień przed planowanym dniem wizyty w celu złożenia oferty umówić się telefonicznie na dzień i godzinę tej wizyty, dzwoniąc pod numer (85) 6747329 lub 785 200 104.

#### **VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:**

Od 15.12.2020 roku do 04.01.2021 roku

#### **VII. KRYTERIA OCENY OFERTY**

Kryterium 1: cena oferty (brutto) – waga kryterium 40%.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który złoży ofertę niepodlegającą odrzuceniu z najniższą ceną otrzyma 40 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku)

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{cena oferty najniższą ceną}}{\text{cena badanej oferty}} \times 40 \text{ pkt}$$

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 40 pkt.

Kryterium 2: koncepcja planowanych działań i materiałów – waga kryterium 30%.

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji w zakresie realizacji projektu.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Koncepcja działań PR	3
2.	Koncepcja konkursów	5
3.	Koncepcja działań reklamowych	5
4.	Koncepcja działań w szkołach z pozyskiwania szkół do programu	4
5.	Koncepcja materiałów informacyjno-promocyjnych i gadżetów	6
6.	Koncepcja prowadzenia Facebook'a, aplikacji, strony internetowej programu z uwzględnieniem działań zachęcających najmłodszych do korzystania ze strony	4
7.	Jakość druku	3

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 30 pkt.

Kryterium 3: spójność i kompleksowe ujęcie przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30%

Komisja oceniająca dokona oceny spójności i kompleksowego ujęcia przedmiotu zamówienia.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Konsekwentne podejście do tematu, zgodnie ze specjalistyczną wiedzą dotyczącą marketingu, komunikacji	5
2.	Zapewnienie spójności merytorycznej przy realizacji prac objętych zamówieniem	4
3.	Zapewnienie zgodności z identyfikacją wizualną „Mamy kota na punkcie mleka”	6
4.	Zapewnienie spójności wizualnej przy produkcji materiałów promocyjnych	10
5.	Propozycje dodatkowych oryginalnych rozwiązań dotyczących promocji produktów mleczarskich	5

Maksymalna liczba punktów w ramach kryterium to 30 pkt.

W wymienionych powyżej kryteriach oceny punkty zostaną zaokrąglone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku w ten sposób, że jeżeli trzecia liczba po przecinku:

- jest mniejsza niż 5 - liczbę tę pomija się;
- jest równa lub większa niż 5 - drugą liczbę po przecinku zaokrągla się o jeden w górę.

Oferta może otrzymać łącznie we wszystkich kryteriach maksymalnie 100 pkt.

#### **VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:**

1. Ostateczny termin realizacji zamówienia: od podpisania umowy do 31.12.2021 r.
2. Fakturowanie i terminy płatności: w miesięcznym rozliczeniu, zgodnie z pkt.V.10

#### **IX. OSOBY UPOWAŻNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:**

Pani Katarzyna Jankowska, adres email: [izba@izbamleka.pl](mailto:izba@izbamleka.pl)

#### **X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą istotne, tj. będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień oferty. W przypadku oczywistych omyłek pisarskich lub rachunkowych Zamawiający dokona ich poprawienia.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty w zakresie zawartej w niej koncepcji przed komisją oceniającą.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi, uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty, w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria, zostanie udokumentowany protokołem.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy, w szczególności nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty Zamawiający może wybrać wykonawcę, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert.
8. Oferta powinna być sporządzona wyłącznie w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia.
9. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:
  - a) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
  - b) została złożona przez podmiot niespełniających warunków udziału w postępowaniu, chyba że Beneficjent nie przewiduje warunków udziału w postępowaniu,
  - c) jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych,
  - d) została złożona po terminie,
  - e) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,

- f) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę (rozumianą jako cena niewiarygodna, nierealistyczna w porównaniu do cen rynkowych, nie pokrywająca kosztów wykonania zamówienia zgodnie z wymaganiami zamawiającego oraz obowiązującymi przepisami),
  - g) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X. 2,
  - h) Wykonawca nie dochowa warunków składania ofert określonych w pkt. V niniejszego zapytania ofertowego.
10. Wykonawca związany jest ofertą przez okres 30 dni.
  11. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
  12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
  13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Polskiej Izby Mleka.
  14. Zamawiający zastrzega sobie prawo podjęcia negocjacji cenowych z wybranym w wyniku wyboru konkurencyjnego Oferentem.
  15. Odpowiedzi na pytania zadawane podczas biegu terminu składania ofert będą zamieszczane wyłącznie na stronie [www.izbamleka.pl](http://www.izbamleka.pl)

## **XI. Klauzula informacyjna dotycząca RODO**

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016 r., str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

1. Administratorem czyli podmiotem decydującym o celach i środkach przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest Polska Izba Mleka (PIM) z siedzibą w Białymstoku (15-213) przy ul. Mickiewicza 7/23;
2. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z niniejszym postępowaniem;
3. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych w związku z realizacją celów wskazanych w punkcie 2 mogą być:
  - a) podmioty, którym Administrator danych osobowych powierzył przetwarzanie danych osobowych (podmioty przetwarzające) na podstawie zawartej umowy, a także podwykonawcy świadczący na rzecz Administratora inne usługi, np. informatyczne, rachunkowe, księgowo, rozliczeniowe;
  - b) pracownicy i zleceniobiorcy Administratora danych osobowych w zakresie pisemnych upoważnień;
  - c) sądy powszechne, sądy administracyjne, organy administracji państwowej, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa;
  - d) inne podmioty upoważnione do dostępu do danych na podstawie przepisów prawa.



4. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres określony w przepisach powszechnie obowiązujących i uregulowaniach wewnętrznych PIM w zakresie archiwizacji dokumentów;
5. W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
6. Posiada Pani/Pan:
  - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
  - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO \*;
  - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO.
7. Nie przysługuje Pani/Panu:
  - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
  - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
  - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

\* Wyjaśnienie: prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego

Informujemy, że Zapytanie ofertowe zostało upublicznione poprzez zamieszczenie na stronie internetowej Polskiej Izby Mleka: [www.izbamleka.pl](http://www.izbamleka.pl)

#### **Załączniki:**

1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1
2. Szczegółowe zestawienie kosztów – załącznik nr 2
3. Oświadczenie (dotyczy wyłącznie wykonawców-osób fizycznych) – załącznik nr 3.
4. Opis zadania – wyciąg z dokumentu „Zestawienie rzeczowo – finansowe zadania” złożonego wraz z wnioskiem o finansowanie zadania - załącznik nr 4



**Szczegółowe zestawienie kosztów**

DZIAŁANIE	ILOŚĆ/CZAS REALIZACJI	KOSZT CAŁKOWITY DZIAŁANIA (brutto, z uwzgl. 23% VAT)
DZIAŁANIA REKLAMOWE	10 MIESIĘCY	
GADŻETY	9 000 SZT.	
STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA	12 MIESIĘCY	
MATERIAŁY INFORMACYJNO – PROMOCYJNE	40 000 SZT.	
DZIAŁANIA PR	12 MIESIĘCY	
KONKURSY	4 SZT.	
DZIAŁANIA W SZKOŁACH	12 MIESIĘCY	



.....  
(pieczęć Wykonawcy)

Dane Wykonawcy:

Nazwa: .....  
Adres: .....  
NIP: .....  
KRS REGON/PESEL: .....  
Tel: ....., e-mail: .....

**FORMULARZ OFERTOWY**

w odpowiedzi na zapytanie ofertowe nr 1/12/2020 w sprawie zamówienia związanego z kompleksową realizacją w roku 2021 usługi kampanii promocyjno – informacyjnej „Mamy kota na punkcie mleka” finansowanej ze środków Funduszu Promocji Mleka, składam(y) ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w zapytaniu ofertowym za wynagrodzenie **całkowite** w kwocie:

**netto:** .....zł (słownie zł:.....  
.....)

**powiększonej o 23% podatku VAT** wysokości ..... zł (słownie zł: .....  
.....)

**brutto:** .....zł (słownie zł: .....  
.....)

Oświadczam, że:

1. Zapoznałam/em się z wymaganiami Zamawiającego, dotyczącymi przedmiotu zamówienia, zamieszczonymi w zapytaniu ofertowym oraz akceptuję je i nie wnoszę do nich żadnych zastrzeżeń,
2. nie znajduję się w stanie niewypłacalności, restrukturyzacji, upadłości lub likwidacji,
3. moja sytuacja ekonomiczna i finansowa zapewnia terminowe i zgodne z wymaganiami wykonanie zamówienia,
4. dysponuję odpowiednią wiedzą i doświadczeniem oraz potencjałem technicznym, osobowym zapewniającym wykonanie zamówienia.
5. zamówienie zostanie zrealizowane w terminach określonych w zapytaniu ofertowym
6. cena oferty obejmuje wszystkie koszty związane z wykonaniem usługi i została skalkulowana z uwzględnieniem załączonego szczegółowego zestawienia kosztów.

.....  
data i miejsce

.....  
podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy



### Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego 1/12/2020

(składają wyłącznie Oferenci będący osobami fizycznymi, w tym wspólnicy spółek cywilnych)

....., dn.....

### OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że **nie jestem / jestem\*** osobą określoną w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1351 z późn. zm.):

§ 8 ust. 3: „Wykonawcą zadania, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, nie może być osoba fizyczna, która:

- 1) pełni funkcję członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
- 2) pełni funkcję członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- 3) jest osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- 4) 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 1–3.”

.....

podpis Oferenta

\*niepotrzebne należy skreślić





## Załącznik nr 4 do Zapytania ofertowego nr 1/12/2020

### 3.4. Opis działań:

KONTYNUACJA PROGRAMU, KTÓRY ZOSTAŁ ZAPROJEKTOWANY JAKO WIELONARZĘDZIOWA KAMPANIA PROMOCYJNO- INFORMACYJNA, KTÓREJ PRZEKAZ OPARTY JEST NA WARTOŚCIACH I POZYTYWNYCH SKOJARZENIACH ZWIĄZANYCH ZE SPOŻYWIANIEM MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH POCHODZĄCYCH Z UNII EUROPEJSKIEJ. MYŚLĄ PRZEWODNIĄ PROGRAMU JEST: PICIE MLEKA DAJE ENERGIĘ KAŻDEGO DNIA. DOMINUJĄCĄ FORMĄ PROGRAMU JEST EDUKACJA POPRZEC ZABAWĘ, JAKO NAJCZĘŚCIEJ SPOTYKANA FORMA PRZEKAZU DO GRUPY DOCELOWEJ, DO KTÓREJ SKIEROWANY JEST PROGRAM. DZIAŁANIA ZAPLANOWANE W PROGRAMIE MAJĄ DOPROWADZIĆ DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH CELÓW WRAZ Z DOTarciEM DO GRUP DOCELOWYCH, POPRZEC:

#### **1. DZIAŁANIA REKLAMOWE**

WYKUPIENIE POWIERZCHNI REKLAMOWYCH NP. ARTYKUŁY SPONSOROWANE, SPOTY RADIOWE, KINOWE, FILMY PROMUJĄCE SPOŻYCIE MLEKA, BANNERY, INNE FORMY PROMOCJI W INTERNECIE, RADIU, PRASIE, ITP.

#### **3. GADŻETY**

PROMUJĄCE SPOŻYCIE MLEKA W POSTACI DROBNEGO UPOMINKU NP. MAGNESY, ODBŁASKI, ZAKŁADKA, POJEMNIK NA DRUGIE ŚNIADANIE ITP.

#### **6. STRONA WWW, FACEBOOK, APLIKACJA**

WITRYNA INTERNETOWA PROGRAMU PROMOCYJNEGO WWW.KOCHAMMLEKO.PL JEST ROZBUDOWANYM SERWISEM INTERNETOWYM, SKUPIAJĄCYM ORAZ INTEGRUJĄCYM WSZYSTKIE DZIAŁANIA REALIZOWANE W RAMACH PROGRAMU, A TAKŻE WSZYSTKIE GRUPY DOCELOWE, DO KTÓRYCH SĄ ONE ADRESOWANE. STANOWIĄC Z JEDNEJ STRONY GŁÓWNE ŹRÓDŁO INFORMACJI O PROGRAMIE, Z DRUGIEJ ZAŚ INSPIRACJĘ I ZACHĘTĘ DO AKTYWNEGO UCZESTNICTWA. PROWADZENIE FACEBOOKA, ZAMIESZCZANIE M.IN. MATERIAŁÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH, PRZEPISÓW, ITD. OBSŁUGA TECHNICZNA APLIKACJI WRAZ Z UTRZYMANIEM I ADMINISTROWANIEM STRONY BEDĄCEJ SPRAWOZDANIEM ZREALIZOWANYCH DZIAŁAŃ I SPRAWOZDANIEM Z EFEKTYWNOŚCI WPROWADZONYCH MATERIAŁÓW.

#### **8. MATERIAŁY INFORMACYJNO - PROMOCYJNE**

M.IN. PŁAKATY, BROSZURY, DRUKOWANE KSIĄŻECZKI PROMOCYJNO-INFORMACYJNE DLA DZIECI, KARTY PRACY.

#### **10.**

#### **DZIAŁANIA PR**

CELEM DZIAŁAŃ PUBLIC RELATIONS ZAPLANOWANYCH W RAMACH PROGRAMU PROMOCYJNO-INFORMACYJNEGO DOTYCZĄCEGO MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH JEST PROMOCJA ZARÓWNO WALORÓW MLEKA, JOGURTÓW I SERÓW ŻÓŁTYCH, JAK I SAMEGO PROGRAMU.

NARZĘDZIE PUBLIC RELATIONS, JAK: PROWADZENIE BIURA PRASOWEGO, INFORMACJE PRASOWE REGULARNIE DYSTRYBUOWANE PRZEC BIURO PRASOWE WŚRÓD DZIENNIKARZY ORAZ MATERIAŁY BACKGROUNDOWE WYKORZYSTYWANE W PRACY BIURA PRASOWEGO Z MEDIAMI; E-PR,

#### **KONKURSY**

KONKURSY INTERNETOWE CELEM KTÓRYCH JEST PRZEKAZANIE WIEDZY O WALORACH ZDROWOTNYCH MLEKA I PRODUKTÓW MLECZARSKICH POPRZEC ZABAWĘ.

#### **DZIAŁANIA W SZKOŁACH**

POZYSKIWANIE SZKÓŁ DO PROGRAMU; PLACÓWKA, KTÓRA ZAREJESTRUJE SIĘ W PROGRAMIE OTRZYMA PRZESYŁKĘ OBEJMUJĄCĄ ODPOWIEDNIE ILOŚCI MATERIAŁÓW PRZEZNACZONYCH DLA GRUP ODBIORCÓW, DO WYCZERPANIA ZAPASÓW.

PAKIET INFORMACYJNO-PROMOCYJNY, SPOTKANIA W SZKOŁACH Z KOTEM MLECZYŚLAWEM LUB MLECZNĄ KITĄ, UCZESTNICTWO W PIKNIKACH

