

Zapytanie ofertowe nr 1/2025

w sprawie zamówienia na realizację kampanii promocyjno-edukacyjnej „Makaronowy zawrót głowy”

I. ZAMAWIAJĄCY

Polska Izba Makaronu,
ul. PCK 39, 09-400 PŁOCK
NIP: 5262768905
Regon: 015690697
KRS: 0000195373
Telefon: **+48 509 811 690**
E-mail: izba@makarony.net

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy.

Postępowanie prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego. Do czynności podejmowanych przez Zamawiającego i dostawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2017 r. poz.459 z późn. zmianami) oraz niniejszego zapytania ofertowego i nie podlega procedurom wynikającym z ustawy Prawo zamówień publicznych.

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

W obliczu dynamicznych zmian nawyków żywieniowych w Polsce oraz rosnącej świadomości konsumenckiej w zakresie zdrowego odżywiania, pragniemy zwrócić uwagę na jedno z najczęściej niedocenianych źródeł energii i składników odżywczych

w codziennej diecie – makaron.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego oraz analiz Banku BGŻ BNP Paribas, spożycie makaronu w Polsce systematycznie rośnie – od ok. 4 kg/osobę rocznie w 2010 r. do ponad 5,5 kg/osobę w 2023 r. Mimo tego wzrostu, Polska nadal pozostaje poniżej średniej europejskiej – dla porównania, we Włoszech roczne spożycie sięga nawet 28 kg/osobę.

Makaron stanowi nie tylko wygodny, tani i łatwo dostępny produkt, ale również:

- jest źródłem złożonych węglowodanów, zapewniających długotrwałą energię,
- może być wzbogacany w błonnik, żelazo i witaminy z grupy B (szczególnie w wersjach pełnoziarnistych),
- jest wszechstronny kulinarnie – sprawdza się w diecie dzieci, dorosłych oraz seniorów.

W kontekście zmniejszającego się spożycia pieczywa i mięsa w Polsce (GUS 2023), makaron zyskuje na znaczeniu jako element zbilansowanego jadłospisu. Co więcej, rosnąca dostępność wersji bezglutenowych, warzywnych czy wysokobiałkowych sprawia, że produkt ten wpisuje się także w potrzeby osób o specjalnych wymaganiach żywieniowych.

Zachęcanie do włączenia makaronu do codziennej diety – zarówno w tradycyjnych, jak i nowoczesnych odsłonach oraz jego wartość odżywcza, uniwersalność i niska cena sprawiają, że jest to produkt godny polecenia w każdej kuchni.

Poniższe informacje wskazują co skłania do popularyzacji jedzenia makaronu:

Źródło energii - makaron dostarcza węglowodanów złożonych, które są głównym paliwem dla organizmu — szczególnie mózgu i mięśni. Dają energię stopniowo, co pomaga utrzymać stały poziom cukru we krwi.

Wspiera układ pokarmowy (jeśli pełnoziarnisty)

Pełnoziarnisty makaron zawiera błonnik, który:

- poprawia trawienie,
- zapobiega zaparciom,
- pomaga w kontroli poziomu cholesterolu i cukru.

Jest źródłem składników odżywczych (szczególnie z pełnego ziarna lub wzbogacany) może dostarczać:

- witaminy z grupy B (ważne dla układu nerwowego),
- żelazo,
- magnez.

Możliwość zdrowego komponowania posiłku ponieważ, to świetna baza na zbilansowany i sycący posiłek— można dodać:

- warzywa,
- chude białko (np. kurczak, ryby, tofu),
- zdrowe tłuszcze (np. oliwa z oliwek, pestki, awokado).

Analizując branżę makaronową należy przywołać informację według danych z TrendEconomy tj. w 2023 roku wartość importu makaronu do Polski (obejmującego spaghetti, ravioli, lasagne, couscous itd.) wyniosła około 207 milionów USD, co stanowi wzrost o ok. 1,5% w porównaniu z 2022 rokiem (który miał wartość ~204 mln). W 2023 roku Polska importowała makaron o wartości ~207 mln USD, co stanowi drobny, acz zauważalny udział w krajowym rynku spożywczym.

Problem:

Ze względu na kompleksowy charakter proponowanych działań w zadaniu, chcemy wpłynąć na zwiększenie świadomości wysokiej jakości makaronów wytwarzanych w Polsce jak i zaprezentować podczas Targów Polskiego Produktu Turystycznego i Kulinarnego, że producenci makaronów także wsłuchują się w potrzeby konsumentów, nadążają za nowymi trendami żywieniowymi i nie ma potrzeby kupowania makaronów importowanych. Biorąc pod uwagę rosnący trend konsumpcji makaronu i zakupu makaronów zagranicznych producentów z Włoch oraz od najbliższych sąsiadów Polski tj. Niemiec i Czech tym bardziej należy podkreślać przewagę makaronu polskich producentów. Jednocześnie należy podtrzymywać zainteresowanie konsumentów i wskazywać potencjał zdrowotny i popularyzować jego dostępność w obliczu rosnących wydatków konsumenckich oraz informować, o tym, że przygotowanie posiłku z uwzględnieniem makaronu także znacznie skraca czas przygotowania posiłku, co jest istotnym elementem w codziennych obowiązkach domowych.

Cele działania:

Cele główne

Promocja przetworów zbożowych w ramach dużych kampanii oraz podczas wydarzeń z wykorzystaniem znanych postaci /ekspertów.

-Cele szczegółowe:

Organizacja i udział w konferencjach branżowych, warsztatach, seminariach, targach, szkoleniach producentów, handlowców i przetwórców zbóż.

Edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych.

Komunikacja oparta na edukowaniu konsumentów, wywołaniu w społeczeństwie szerszego zainteresowania produktami zbożowymi poprzez odniesienie do pozytywnych emocji – głównie makaronami.

Grupa docelowa:

Zakładana grupa docelowa to:

1. Masowy konsument czyli, rodziny, osoby samotne, studenci – szukający wartościowego, łatwego w przygotowaniu jedzenia.
2. Miłośnicy gotowania / kulinarni entuzjaści osoby, które celebryją jedzenie i traktują gotowanie jako hobby.
3. Konsumenty szukający wygody, zabiegani ludzie, pracujący, rodzice – chcący zjeść szybko, smacznie i bez wysiłku.
4. Klienci etniczni / lojalni wobec kuchni włoskiej, ludzie wychowani na kuchni śródziemnomorskiej lub mocno z nią związani.

OBOWIAZEK INFORMACYJNY

Uwaga:

Wszystkie przygotowane materiały mają zawierać: nazwę projektu, logotyp projektu=znak graficzny identyfikujący fundusze promocji lub wyrazy „#Fundusze Promocji”, a w przypadku przekazów dźwiękowych – informację o udzieleniu wsparcia ze środków finansowych Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych promocji na realizację tego zadania.



DZIAŁANIA

- **Przygotowanie profesjonalnych materiałów kreatywnych (layoutów)**

Powstanie min. 2 koncepcje kreatywne koncepcje zgodne z przekazem kampanii, do komunikacji influencerskiej, a także do szerokiego wykorzystania w mediach społecznościowych oraz we wszystkich innych przewidzianych działaniach, jako główne przekazy kampanii. Layouty będą dostosowywane do różnych formatów na przestrzeni całej kampanii np.: posty, rolki

Czas realizacji: listopad – grudzień 2025 r.

- **Współpraca z influencerami.**

Nawiązanie współpracy z opiniotwórczymi influencerami, których obecność będzie wspierała wiarygodność i przekazy kampanii oraz budowała zasięgi.

Zakres oraz współpracy, dopasowany do etapu i potrzeb kampanii jak i rodzaju oraz charakteru działalności influencerów. Zależy nam na pozyskaniu influencerów z kategorii: food, lifestyle, rodzina o zaangażowanych społecznościach, którzy tworząc, przekazując treści kampanii będą realnie wpływać na postrzeganie makaronu jako produktu poprawiającego samopoczucie **#comfortfood** jak

również **#socialproduct** czyli produktu mającego wpływ na budowanie relacji, emocji - spotkania przy stole, wspólne jedzenie, relacje z bliskimi.

Wśród influencerów znajdą się także eksperci kampanii, którzy określą hasła i przekazy komunikacyjne kampanii, jak również opracują materiały do eBooka i do komunikacji kampanii w social mediach (np. psychodietetyk/psychodietetyczka, socjolog/neuropsycholog/badacz kulturowy).

Działania będą prowadzone w sposób systematyczny. Nastawione na stałe dostarczanie treści i promowanie przekazów kampanii.

Nawiązana zostanie współpraca z min 10 Influencerami

Influencerzy : min 3 os o zasięgach min 100 000

Influencerzy z min. 7 os o zasięgach min 50 000

Materiały będą publikowane na platformach social media:

TT- min. 3 materiały

YT-min 3 materiały

FB +INSTAGRAM min. 3 materiały

Czas realizacji: grudzień 2025 - kwiecień 2026 r.

- **Comfort Foodowy** ebook z przepisami pokazujący makaron jako:

- *#socialproduct - spotkania wokół stołu, spotkanie z bliskimi, czas, zatrzymanie, celebrowanie wspólnych momentów zarówno w codzienności, jak i ważnych momentach

- *#comfortfood produkt wywołujący poczucie szczęścia, zadowolenia

- 25 przepisów kulinarnych współpracujących szefów kuchni oraz influencerów na kojące dania z makaronem (min. 10 przepisów opracowanych przez Influencerów)

- 25 przepisów, 25 zdjęć, oprawa graficzna, filmy z przepisem materiały do promocji ebooka

- część psychodietetyczna przedstawiająca makaron jako produkt z kategorii #comfortfood w oparciu o dostępne badania naukowe, jak makaron wpływa na nasze samopoczucie

- Artykuł dietetyczny wraz z oprawą fotograficzną i graficzną.

- część lifestylowo/socjologiczna - spotkania przy stole, o czym są spotkania przy stole, jak wpływają na nasz dobrostan, na nasze relacje, dlaczego są ważne

- Artykuł/raport wraz z oprawą fotograficzną i graficzną.

- Min. 10 rolek do promocji ebooka i wartości kampanii w social mediach

- Min. 25 zdjęć do promocji ebooka i wartości kampanii w social mediach

Działania promujące ebooka: media społecznościowe, współpraca influencerów.

Czas realizacji: listopad-kwiecień 2026.

- **Profil Instagram „ MAKARONOWY ZAWRÓT GŁOWY”**

- Powstanie profil na Instagramie na którym zamieszczane będą wszystkie layouty i materiały stworzone w ramach kampanii, materiały z konferencji oraz promocja ebooka.

- Czas realizacji: grudzień - kwiecień 2026.

- **Nad realizacją zadań czuwać będzie koordynator**, który odpowiedzialny będzie za: wybór influencerów i kucharzy do realizacji promocji, zgodność materiałów wytworzonych w ramach kampanii z celami, parametrami kampanii, akceptację scenariuszy współpracy z influencerami i finalnych materiałów.

- Czas realizacji: listopad -kwiecień 2026.

MONITORING, RAPORTOWANIE

Wszystkie działania projektu będą monitorowane adekwatnie do ich przebiegu, a następnie ewaluowane. Podmiot realizujący zadanie zobowiązana jest do przedstawiania cyklicznych co miesięcznych raportów zawierających zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania.

W przypadku współpracy z influencerami oraz działań w mediach społecznościowych monitoring i ewaluacja będą prowadzone elektronicznie, poprzez statystyki wyświetleń i zasięgu materiałów reklamowych, statystykę ściągnięć i przesłanych ebooków, ilość fanów profilu Instagram kampanii.

KOSZTORYS DZIAŁAŃ

l.p	działanie	ilość	jednostka miary	Maksymalny budżet zadania (brutto)
1	Współpraca z influencerami	5	msc	190 000,00
2	Przygotowanie min. 3 materiałów kreatywnych (layoutów) w tym: wiralowych do wykorzystania w kontaktach z influencerami oraz w mediach społecznościowych (instagram, TT, FB+Instagram,YT)	1	komplet	95 000,00
3	Przygotowanie e-booka z influencerami promującego przepisy z makaronem w różnych odstonach (25 przepisów)	1	komplet	130 000,00
4	Prowadzenie profili kampanii (Instagram) wraz z opracowywaniem kontentu	5	msc	27 500,00
5	Wynagrodzenie koordynatora projektu	6	msc	27 000,00
suma				469 500,00

1. Łączna maksymalna kwota brutto, jaką Zamawiający ma zamiar przeznaczyć na realizację projektu wynosi 469 500 zł brutto.
2. Koszty niezgodne ze specyfikacją projektową i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach projektu.
3. Zamawiający zastrzega sobie na etapie podpisania umowy możliwość odchylenia o nie więcej niż 10% pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów objętych zmianą, przy założeniu, że całkowita kwota realizacji zadania nie przekroczy łącznego budżetu 469 500,00zł brutto.

IV. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 30 kwietnia 2026 r.

V. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

4. Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia części zamówienia podwykonawcom, przy czym Wykonawca odpowiada za czynności wykonywane przez podwykonawców jak za swoje własne.
5. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
6. Oferent powinien złożyć ofertę na formularzu załączonym do niniejszego zapytania (załącznik nr 1).
7. Oferta powinna być: opatrzona pieczętą firmową; posiadać datę sporządzenia; zawierać adres, numer telefonu, e-mail, numer NIP oraz KRS; podpisana przez osobę (osoby) uprawnione do reprezentowania wykonawcy.
8. **Do oferty należy dołączyć:**
 - 1) opis koncepcji kreatywnej przedmiotu zamówienia,
 - 2) kosztorys proponowanych działań w ramach przewidzianego budżetu. Oferta cenowa musi obejmować całość zamówienia.
 - 3) wymagane załączniki: nr 2 oraz nr 3,
 - 4) Pełnomocnictwo – jeżeli oferta lub oświadczenia i dokumenty są podpisywane przez osobę (-y) nieujawnioną (-e) w dokumentach rejestrowych jako osoby upoważnione do reprezentowania Oferenta

***W przypadku Oferentów wspólnie składających ofertę – pełnomocnictwo do reprezentowania ich w postępowaniu albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy (nie dotyczy spółki cywilnej), o ile upoważnienie/pełnomocnictwo do występowania w imieniu tej spółki wynika z dołączonej do oferty umowy spółki bądź wszyscy wspólnicy podpiszą ofertę.**
9. Wszystkie dokumenty własne i załączniki muszą być podpisane przez Oferenta lub przez należycie umocowanego przedstawiciela w sposób umożliwiający identyfikację podpisu.
10. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
11. Zmiany lub poprawki w treści oferty i załączników muszą być podpisane lub parafowane przez osobę podpisującą ofertę (w sposób umożliwiający identyfikację podpisu).
12. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.

VI. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZANIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą.
2. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy:
 - 1) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności objętej zakresem zamówienia
 - 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia
 - 3) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia
3. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty.
4. 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 2020 r. poz. 2244, z późn. zm.)” (załącznik nr 3).
5. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:
 - a) w przypadku stwierdzenia niezgodności oferty z opisem przedmiotu zamówienia,
 - b) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień, o których mowa w pkt IX. 2.
6. Wszystkie podmioty składające ofertę w przeprowadzanej przez Zamawiającego Konkurencyjnej Procedurze Wyboru Wykonawcy, zobowiązane są do przestrzegania przepisów RODO, w tym do realizacji obowiązków informacyjnych wynikających z art. 13 i 14 RODO wobec wszystkich osób, których dane udostępnione zostaną przez te podmioty Zamawiającemu.
Oferent, w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu zobowiązany jest złożyć ofertą Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego wraz z następującymi dokumentami:

Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności

gospodarczej, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu złożenia oferty;

VII. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferta powinna być przesłana za pośrednictwem: poczty elektronicznej na adres: izba@makarony.net lub dostarczona osobiście na adres: ul. PCK 39, 09-400 PŁOCK , **do dnia 17 listopada 2025 r. do godziny 15.00**. W przypadku przesłania za pośrednictwem poczty elektronicznej uznaje się datę dostarczenia oferty na adres e-mail Zamawiającego.

1. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
2. Oferent przed upływem terminu składania ofert może zmienić lub wycofać swoją ofertę.
3. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie internetowej: [www.://www.makarony.net/](http://www.makarony.net/)

VIII. OCENA OFERT

Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

Kryterium 1: koncepcja kreatywna przedmiotu zamówienia – waga kryterium 40%.

Komisja oceniająca dokona oceny koncepcji kreatywnej przedmiotu zamówienia. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Zgodność propozycji z opisem przedmiotu zamówienia	8
2.	Kompleksowe ujęcie tematu	8
3.	Zapewnienie spójności merytorycznej przy realizacji wszystkich prac objętych zamówieniem	7
4.	Propozycje oryginalnych rozwiązań w ramach przedmiotu zamówienia	7
5.	Czytelność i prostota przekazu	5
6.	Harmonogram prac – zaplanowanie kampanii w sposób umożliwiający płynną i efektywną realizację działań	5

Kryterium =
$$\frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 1}} \times 40 \text{ pkt}$$

Kryterium 2: cena przedmiotu zamówienia – waga kryterium 30%.

Cena powinna zawierać:

Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą łączną cenę brutto, otrzyma 30 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku).

Kryterium =
$$\frac{\text{najniższa cena brutto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 30 \text{ pkt}$$

Kryterium 3: doświadczenie zespołu oferenta (osoby realizujące) w zakresie realizacji podobnych projektów – waga kryterium 30%.

Komisja oceniająca dokona oceny doświadczenia oferentów w zakresie realizacji podobnych projektów. Porównanie nastąpi w sposób polegający na obliczeniu stosunku najwyższej punktacji uzyskanej w ramach oceny tego kryterium do punktacji przyznanej badanej ofercie.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Maksymalna liczba punktów
1.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 3 kampanii o charakterze promocyjno-edukacyjnym w ostatnich 5 latach	10
3.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 2 kampanii o charakterze promocyjno-edukacyjnym w ostatnich 5 latach wykonywanych w sposób ciągły przez co najmniej 6 miesięcy każda	10
4.	Doświadczenie w realizacji co najmniej 2 kampanii o charakterze promocyjno-edukacyjnym w ostatnich 5 latach dla klienta/produktów z branży rolno-spożywczej/spożywczej	10

$$\text{Kryterium} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 3}} \times 30 \text{ pkt}$$

IX. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany 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 dotyczących oferty.
3. Zamawiający może wezwać w wyznaczonym przez siebie terminie do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
5. 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.
6. Zamawiający nie ma obowiązku ujawniania protokołu z wyboru komisji.
7. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty, poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwość wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona jako kolejna na liście.
8. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po wskazanym wyżej terminie nie zostanie uwzględniona.
9. Wykonawca związany jest ofertą 30 dni.
10. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
11. Zwycięzca Konkurencyjnej Procedury Wyboru Wykonawcy bierze odpowiedzialność i czynny udział w opracowaniu dokumentacji projektu dla Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa. Brak dokumentacji może skutkować brakiem finansowania dla wybranych elementów projektu.
12. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.
13. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
4. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej www.makarony.net/

X. DODATKOWE INFORMACJE

Dodatkowe informacje można uzyskać pisemnie na adres: izba@makarony.net do dnia 14 listopada 2025 r. do godz. 12.00.

XI. ZAŁĄCZNIKI

1. Wzór formularza ofertowego.
2. Wykaz zrealizowanych usług.
3. Oświadczenie, że Wykonawca 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).

Załącznik nr 1 – Formularz oferty

Wykonawca/ pieczęć:

..... dn.

NIP

KRS.....

Formularz oferty

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe nr 1/2025 w sprawie zamówienia na realizację kampanii promocyjno-edukacyjnej „Makaronowy zawrót głowy”

1. Składam(y) ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w zapytaniu ofertowym, za wynagrodzenie **całkowite brutto w kwocie:**
.....zł (słownie:
.....złotychgroszy),
2. Wynagrodzenie brutto oferty jest wynagrodzeniem ryczałtowym i obejmuje wszelkie koszty, które mogą wynikać w związku z wykonaniem zamówienia zgodnie z warunkami określonymi w umowie.
3. Przedmiotem niniejszej oferty jest wykonanie zamówienia realizacji kampanii promocyjno-edukacyjnej „Makaronowy zawrót głowy „
4. Oświadczamy, że oferowane usługi spełniają wymagania określone przez Zamawiającego w zapytaniu ofertowym.
5. Oświadczam(y), że spełniam(y) warunki udziału w postępowaniu oraz posiadamy doświadczenie i zasoby niezbędne do prawidłowego zrealizowania zamówienia.
6. Oświadczam(y), że zapoznałem(liśmy) się z zapytaniem ofertowym i nie wnosimy do niego żadnych zastrzeżeń.
7. Oświadczam(y), że uzyskałem(liśmy) wszelkie informacje niezbędne do prawidłowego przygotowania i złożenia niniejszej oferty.
8. Zobowiązuję(jemy) się do świadczenia usług będących przedmiotem zamówienia w terminie wskazanym w zapytaniu ofertowym.
9. Oświadczam(y), że jestem(śmy) związani niniejszą ofertą przez okres 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert.
10. Oświadczam(y), że zobowiązuję(emy) się, w przypadku wyboru niniejszej oferty, do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą na warunkach określonych w zapytaniu ofertowym i ofercie w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
11. Wraz z ofertą składam(y) następujące oświadczenia i dokumenty:
 - 1) opis koncepcji kreatywnej przedmiotu zamówienia,
 - 2) kosztorys proponowanych działań w ramach przewidzianego budżetu,
 - 3) załącznik nr 2 - wykaz zrealizowanych usług,
 - 4) załącznik nr 3 - oświadczenie, że Wykonawca 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 2020 r. poz. 2244, z późn. zm.),

.....

.....

PODPIS(Y):

.....

.....

Wykaz zrealizowanych usług

.....
Pieczęć firmowa Wykonawcy

L.p.	NAZWA (FIRMA) I ADRES ODBIORCY USŁUG	SZCZEGÓŁOWY OPIS WYKONANYCH USŁUG (tytuł kampanii i opis działań zrealizowanych w ramach kampanii promocyjno-edukacyjnych)	WARTOŚĆ USŁUGI BRUTTO	OKRES WYKONANIA ZAMÓWIENIA
1	2	3	4	5
1.				
2.				
3.				
4.				

.....
Miejscowość, data

.....
Podpis Wykonawcy
(Podpis osoby uprawnionej)

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

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że wykonawcą zadania nie będzie osoba określona 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 2020 r. poz. 2244):

(„§ 8. 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