

Partynia, 28.04.2021 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/UD/1.4/2021

dotyczące realizacji usług doradczych związanych z projektowaniem marki

ZAMAWIAJACY:

Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian
Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki
NIP: 8172037795, REGON: 180200653
www.agropart.pl

Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki zaprasza do złożenia oferty na usługę doradczą polegającą na działaniach związanych z **projektowaniem marki** w ramach dwóch głównych linii produktowych:

- A. LINIA PRODUKTÓW DO PRZECHOWYWANIA/MAGAZYNOWANIA,**
- B. LINIA PRODUKTÓW DO PRODUKCJI/PRZETWARZANIA,**

w ramach projektu pn. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI FIRMY AGROPART W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś Priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.4 Wzór na konkurencję II Etap, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: POPW.01.04.00-18-0031/19.

Postępowanie prowadzone jest w formie zapytania ofertowego zgodnie z zasadą konkurencyjności obowiązującą w ramach Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w zakresie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020.

Postępowanie ofertowe toczy się z zachowaniem zasad wynikających z art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2009 r., Nr 157, poz. 1240 ze zm.), tj. w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad: uzyskania najlepszych efektów z danych nakładów i optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów.

Niniejsze zapytanie ofertowe zostało zamieszczone na stronie przedsiębiorstwa Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian pod adresem www.agropart.pl, oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl.

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zapytania ofertowego jest zrealizowanie doradztwa polegającego na **zaprojektowaniu marki** w ramach dwóch głównych linii produktowych:

- A. LINIA PRODUKTÓW DO PRZECHOWYWANIA/MAGAZYNOWANIA,**
- B. LINIA PRODUKTÓW DO PRODUKCJI/PRZETWARZANIA,**

OPIS ZAMAWIAJĄCEGO

Firma AGROPART S.C. jest prawie 20 letnim producentem urządzeń i maszyn rolniczych. Od początku swojej działalności jest prywatną firmą zajmującą się produkcją urządzeń i maszyn dla rolnictwa, a także firm zajmujących się magazynowaniem zbóż oraz produkcją pasz sypkich.

I. ZAKRES USŁUGI

W ramach przedmiotowej usługi zakłada się przeprojektowanie obecnej marki AGROPART (marka nadrzędna) oraz zaprojektowanie submarek w ramach dwóch głównych linii produktowych:

A. LINIA PRODUKTÓW DO PRZECHOWYWANIA/MAGAZYNOWANIA (SUBMARKA 1);

B. LINIA PRODUKTÓW DO PRODUKCJI/PRZETWARZANIA (SUBMARKA 2).

PEŁNA DOKUMENTACJA TECHNICZNA NOWYCH PRODUKTÓW ZOSTANIE UDOSTĘPNIANA WYBRANEMU WYKONAWCY.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – ZAKRESU USŁUGI:

1. PROJEKT GRAFICZNY NOWEJ IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ MARKI AGROPART ORAZ SUBMAREK

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

- przeprojektowanie obecnej marki (marka nadrzędna AGROPART*) i stworzenie 2 submarek produktowych,
- naming - opracowanie nowych nazw submarek,
- całościowy projekt identyfikacji wizualnej marki Agropart – 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe,
- projekty graficzne akcydensów i wzorów – 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe,
- projekty graficzne oznaczenia produktów - 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe,
- projekty graficzne oznaczenia budynków - 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe,
- projekt graficzny oznaczenia odzieży roboczej pracowników firmy Agropart- 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe,
- projekt graficzny oznakowania samochodów firmowych - 1 marka nadrzędna i 2 submarki produktowe.

Spójna identyfikacja wizualna nowych marek produktowych w postaci brand book`a pozwoli osiągnąć firmie rozpoznawalność na rynku, a zarazem umocni jej pozycję. Opracowana księga marki winna zawierać opis budowy logo i przykłady jak należy znak stosować dla prawidłowego używania oraz będzie stanowiła jeden z podstawowych dokumentów działu marketingowego przedsiębiorstwa w zakresie znakowania materiałów promocyjnych oraz produktów.

Wynikiem projektowania identyfikacji wizualnej będą:

a) Nowe nazwy submarek - opracowanie łatwej w zapamiętaniu nazwy, której celem są utrwalenie się w umyśle konsumenta, wzbudzenie zaufania oraz pozycjonowanie marki na rynku. Znak słowny / nazwa powinna być wpisana w charakter / tożsamość przedsiębiorstwa oraz obszar rynku, w którym funkcjonuje. Nowa nazwa powinna być łatwa w wypowiedzianiu na rynku europejskim, oraz neutralna w brzmieniu. Ponadto proponowane nazwy winny posiadać dostępne domeny www z rozszerzeniem co najmniej .pl.

Projektowanie nazwy winno odbywać się w podziale na następujące procesy:

- przedstawienie minimum po 10 koncepcji nazw dla 2 submarek produktowych wraz z uzasadnieniem,
- wybór 3 propozycji,
- testowanie nazw,
- weryfikacja jej wyglądu w kontekście typograficznym oraz zgodności z przyjętą strategią,
- weryfikacja dostępności domen,
- analiza językowa na podstawie web-research,

b) Logo - budowa unikalnej i charakterystycznej formy graficznej podstawowego znaku słowno-graficznego, z uwzględnieniem submarek związanych z poszczególnymi gałęziami firmy. Logo powinno być wspólne dla całej grupy Agropart oraz posiadać po jednym dodatkowym wyróżniku dla każdej z submarek.

Projektowanie logo winno odbywać się w podziale na następujące procesy:

- przedstawienie minimum 3 koncepcji znaków podstawowych wraz propozycjami zróżnicowania dla poszczególnych submarek,
- dopracowanie 1 wybranego znaku podstawowego wraz jego mutacjami dla poszczególnych submarek,

c) Brand Book - opracowanie książki znaku, która opisywać będzie elementy systemu identyfikacji marki Agropart oraz submarek, sposoby i zasady ich wykorzystania oraz aplikacja na podstawowych narzędziach marki i submarek.

Brand Book powinien zawierać minimum:

- logo, przedstawienie części składowych loga oraz informacji o zasadach korzystania ze znaku,
- warianty kolorystyczne znaku (logo kolorowe, monochromatyczne i achromatyczne), przedstawienie danych wartości kolorystycznych występujących w logotypie w najpopularniejszych paletach barw: RGB, CMYK, Pantone,
- obszary minimalne znaku (pola ochronnych znaku, kompozycje),
- Wielkości minimalne znaku (określenie zasad skalowania, minimalny rozmiar oznaczenia dla poszczególnych nośników, - druk, internet, outdoor),
- zasady prawidłowego korzystania ze znaku – przykłady zarówno dozwolonego jak i niedozwolonego wykorzystania danego znaku graficznego,
- kroje pisma, określenie podstawowej rodziny fontów używanej do tworzenia aplikacji, wskazówki dotyczące edycji tekstu, zestaw poszczególnych znaków konkretnego rodzaju i cel ich stosowania,
- projekt elementów identyfikacji graficznej marki Agropart oraz submarek, oznaczeń kolorystycznych, inkrustacji, oraz zasady ich stosowania dla zapewnienia spójności komunikacji,
- projekt podstawowych narzędzi marki tj: papier firmowy, wizytówka osobista oraz ogólna, koperta, teczka ofertowa, stopka email,
- projekt oznaczenia floty firmowej dla pojazdów: samochód osobowy, samochód dostawczy (bus) samochód ciężarowy,
- projekt znakowania odzieży firmowej dla 3 grup: pracownik produkcji / monter / instalator /serwisant, przedstawiciel handlowy, manager,
- projekt oznaczenia budynków, logistyki wewnątrz-zakładowej,
- projekt oznaczeń / branding produktów, zasady stosowania oznaczeń, wielkości minimalne, zalecane miejsca aplikacji, technologia znakowania.

* poprzez przeprojektowanie obecnej marki - marka nadrzędna AGROPART rozumie „lifting” stylistyczny i aktualizacja pokoleniowa obecnej marki i jej identyfikacji wizualnej.

2.PROJEKT STRATEGII I PLANU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

a) Strategia komunikacji marki Agropart i submarek:

- analiza komunikacji konkurencji - wg wykorzystywanych kanałów komunikacji i narzędzi,
- opracowanie struktury konkurencji w zakresie komunikacji wg potencjału i pozycji rynkowej w poszczególnych segmentach rynku (rolnictwo, przemysł spożywczy, przemysł inny),
- wskazanie mocnych i słabych stron komunikacji marek konkurencyjnych – zestawienie tabelaryczne,
- opracowanie mapy marek dla kluczowych parametrów,
- wnioski i rekomendacje do budowy komunikatów marki Agropart i submarek,
- wskazanie grup celowych dla działań komunikacyjnych,
- określenie potencjału i kaloryczności poszczególnych grup,
- wskazanie i rekomendacja najbardziej kalorycznych grup dla działań promocyjnych,
- określenie komunikacyjnych podstaw marki Agropart i submarek,
- zdefiniowanie wartości, USP, voice of brand,
- wskazanie celów komunikacyjnych dla marki Agropart i submarek – dywersyfikacja na poszczególne grupy celowe, produktowe i kanały dotarcia,
- kreacja komunikatu głównego i key visual dla marki (wersje alternatywne).

b) Plan działań promocyjnych:

- dobór kanałów komunikacji i promocji wg założonych celów (online i offline) – dla każdego ze wskazanych kanałów: założenia taktyczne (typy, emisje, ograniczenia, priorytety, in.), cele taktyczne i prognozy budżetowe,
- opracowanie założeń do formy i treści komunikatów wg proponowanych kanałów, w tym: kreacja sloganów, haseł, kluczowych komunikatów, opracowanie wzorcowych tekstów (przykłady dla każdego kanału (narzędzia),
- lista ograniczeń i zaleceń dla komunikacji we wskazanych kanałach, w tym dla: promocji oferty w sieci (reklama wychodząca), narzędzi social media, narzędzi interaktywne w sieci, POS (katalogi, gadżety, inne), działań direct marketing, działań PR.
- opracowanie taktyki działań promocyjnych – opis rekomendowanej taktyki z użyciem wskazanych kanałów,
- mapa działań - koordynacja procesów w formie algorytmicznej i wskazówki, opis,
- harmonogram działań dla każdego elementu taktyki przy widoczności wszystkich działań (panorama czasu),
- sposoby monitorowania skuteczności działań i logistyka raportowania.

3.ZAPROJEKTOWANIE NOWEJ STRONY WWW WRAZ Z KONFIGURATOREM

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

- projekt funkcjonalny oraz graficzny strony internetowej,
- projekt funkcjonalny oraz graficzny konfiguratora produktów.

a) Projekt strony internetowej.

- opracowanie makiety strony internetowej zgodnej z Responsive Web Design, (dostosowanej do różnych urządzeń, m.in. komputerów stacjonarnych, laptopów, tableatów, telefonów)
- opracowanie struktury treści, która w sposób łatwy i przejrzysty prezentuje wartości firmy oraz cechy produktów,
- opracowanie szablonu graficznego, który pozwoli na intuicyjne wyszukiwanie informacji,
- projekt powinien być elementem wspólnej komunikacji wizualnej przedsiębiorstwa.

Projektowanie strony obejmuje opracowanie minimum:

- projekt strony głównej z podziałem na submarki, strony oferty, strony prezentacji produktu, strony konfiguratora produktów,

Opracowanie projektu nowej strony internetowej odbywało się będzie w podziale na następujące procesy:

- projekt wstępny (2 wstępne koncepcje strony internetowej i konfiguratora wraz z koncepcją podstron produktowych
Etap ten będzie polegał na zaprojektowaniu niskopoziomowych makiet do akceptacji Klienta. Zawierać ma opis rozwiązań po stronie użytkownika (frontend), jak i administratora serwisu (backend).

Zamawiający wybierze jedną koncepcję właściwą, która będzie podlegać projektowaniu szczegółowemu.

- projekt szczegółowy (1 właściwy projekt strony internetowej, oraz podstron produktowych).

Opracowany zostanie projekt graficzny RWD (Responsive Web Design) w czterech rozdzielczościach ekranów: 1920, 1360, 960, 320 pikseli. Minimalna zawartość wymagana: projekt strony głównej z podziałem na submarki, strony oferty, strony prezentacji produktu, strony konfiguratora produktów,

b) Projekt konfiguratora.

Konfigurator w swej podstawowej funkcjonalności winien umożliwić zapoznania się z możliwościami produktowymi firmy i stworzenia dedykowanej oferty dla użytkownika strony na bazie dedykowanych produktów podstawowych oraz urządzeń peryferyjnych / komplementarnych lub komponentów opcjonalnych. Konfigurowanie urządzenia odbywać winno się na zasadzie doboru urządzeń wg dostępnych lub sugerowanych parametrów z opcją wizualizacji 3D. Korzystając z konfiguratora użytkownik będzie finalnie generował plik pdf, który posłuży działowi handlowemu firmy Agropart na optymalne dopasowanie oferty do potrzeb klienta oraz kontakt z nim w celu finalizacji zamówienia.

Projektowanie obejmuje opracowanie procesu oraz ścieżki konfiguracji produktu oraz interfejsu użytkownika.

Opracowanie projektu konfiguratora odbywało się będzie w podziale na następujące procesy:

- projekt wstępny - opis funkcjonalności poszczególnych elementów konfiguratora, diagram ścieżki konfiguracji, wytyczne dotyczące danych oraz wymaganych materiałów.
- projekt szczegółowy - makieta funkcjonalna, projekt graficzny podstawowych ekranów, projekt dokumentu generowanego przez konfigurator.

4. OPRACOWANIE WARTOŚCIOWYCH TREŚCI DO MATERIAŁÓW MARKETINGOWYCH

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

- stworzenie case study (historii klientów marki) w formie tekstów na stronie i postów do mediów społecznościowych, opisanie minimum 2 realizacji marki Agropart, ukazujące problem z jakim zgłosił się klient oraz w jaki sposób za pomocą instalacji marki Agropart cel został zrealizowany. Ponadto należy wykazać jakie wymierne korzyści osiągnięte zostały dzięki instalacji urządzeń marki Agropart. W ramach tego działania powstanie 2 teksty PR o objętości minimum 1000 znaków każdy, oraz minimum 2 skróty/bądź infografiki prezentujące najważniejsze korzyści w nich opisane, z przeznaczeniem do publikacji w mediach społecznościowych.
- stworzenie treści o charakterze PR – artykuły sponsorowane, przeznaczone do publikacji w prasie branżowej bądź serwisach internetowych. Wymagane jest stworzenie dwóch artykułów o objętości minimum 2 000 znaków każdy.

5. PROJEKT GRAFICZNY MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH ORAZ WSPARCIA SPRZEDAŻY

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

- projekt graficzny instrukcji obsługi produktów. Projekt graficzny broszury o minimalnej objętości 8 stron, którego zawartość oraz struktura treści pozwoli na szybkie i łatwe wdrożenie użytkownika w obsługę urządzenia.
- projekt graficzny karty gwarancyjnej - ogólnej dla linii produktów,
- projekt etykiet/naklejek na produkty - na przykładzie 3 wybranych wyrobów. Zadanie polega na zaprojektowaniu znakowania produktu w elementy związane z obsługą jak i z bezpieczeństwem użytkownika.
- projekt katalogu skupionego wokół kluczowych (i stanowiących o odrębności rynkowej) cechach użytkowych i usprawniających procesy w przedsiębiorstwie produktów spółki. Katalog i oferty produktu będą przygotowane zarówno w wersji plików produkcyjnych do druku jak i do dystrybucji elektronicznej.

Katalog będzie zbiorem produktów obecnie oferowanych przez Agropart wraz podstawowymi informacjami technicznymi uzupełnionymi o wizualizacje 3D lub zdjęcia produktów, oraz szczegółowe rysunki techniczne (które zostaną dostarczone przez Zamawiającego).

Katalog będzie dokumentem poszerzonym o rozbudowane informacje o samym przedsiębiorstwie oraz wykorzystywanej technologii i dostępnych produktach w ofercie firmy. Jego opracowanie powinno być co najmniej wydaniem 16-stronicowego dokumentu w formacie A4,

- projekt graficzny materiałów do wykorzystania w mediach społecznościowych. W ramach zadania powstanie:
 - co najmniej 3 komunikaty graficzne na potrzeby kampanii Facebook,
 - co najmniej 3 komunikaty graficzne na potrzeby kampanii Google Display Network
 - 1 szablon grafiki do posta Facebook
 - grafiki do kanałów Youtube oraz Facebook po 1 komplecie zdjęcie w tle oraz zdjęcie profilowe.

Opracowania graficzne nowych narzędzi promocyjnych winno odbywać się w podziale na następujące procesy:

- projekt wstępny (po 2 wstępne projekty graficzne wzorów dla marki nadrzędnej i obydwu submarek), Zamawiający wybierze po jednej koncepcji właściwej, która będzie podlegać projektowaniu szczegółowemu.
- projekt szczegółowy (po 1 właściwym projekcie graficznym wzoru dla marki nadrzędnej i obydwu submarek).

Zaprojektowanie wzorów materiałów promocyjnych we właściwy sposób oddziaływujących na odbiorców produktów firmy, przekazujących im informacje, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat produktów oraz samej firmy jest kluczowym działaniem dla podwyższenia konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku.

6. PROJEKT STOISKA TARGOWEGO.

W ramach przedmiotowego wydatku planuje się minimum następujące działania:

- wykonanie projektu stoiska targowego o powierzchni minimum 20 m2 spójnego z wizualizacją marki.

Wymagane jest zaprojektowanie modułowego stoiska wystawienniczego. W ramach wydatku zostanie opracowany projekt modułowego stoiska wystawienniczego, wykorzystywanego podczas targów i innych wydarzeń. Projekt powinien być oparty o mobilny system wystawienniczy, umożliwiający wymianę grafik, oraz łatwy montaż i demontaż.

Zaprojektowanie stoiska targowego odbywało się będzie w podziale na następujące procesy:

- projekt wstępny (2 koncepcje bryły stoiska)

Zamawiający wybierze jedną koncepcję właściwą, która będzie podlegać projektowaniu szczegółowemu.

- projekt szczegółowy - 1 projekt bryły stoiska, 1 projekt kompletu grafik.

WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

- a) Project Manager,
- b) Specjalista ds. strategii marki,
- c) Copywriter,
- d) Specjalista ds. marketingu,
- e) Projektant 2D/3D.

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. projektant 2D/3D może pełnić również funkcję project managera).

Wymagania co do zespołu to m.in.: **co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania marki.**

SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy ze Zleceniodawcą. W związku z powyższym w trakcie realizacji usług konieczne będą **co najmniej 6 spotkań konsultacyjnych ekspertów Wykonawcy z przedstawicielami Zleceniodawcy.**

Wymagania w zakresie spotkań konsultacyjnych:

- w spotkaniach musi każdorazowo brać udział co najmniej 2 osoby spośród zespołu odpowiedzialnego za realizację usługi,
- każde spotkanie trwać będzie co najmniej 3 godziny (180 minut),
- Zamawiający o spotkaniu winien powiadomić Wykonawcę co najmniej 2 dni robocze przed planowanym terminem spotkania. W trakcie realizacji usługi Wykonawca może maksymalnie dwa razy dokonać zmiany terminu spotkania ustalonego przez Zamawiającego.

METODOLOGIA REALIZACJI USŁUGI

Metodologia realizacji usługi winna uwzględniać wszystkie wyszczególnione informacje w niniejszym zapytaniu, w tym m.in.:

- specyfikę realizacji usługi,
- zakres prac projektowych,
- specyfikę założeń projektowanej marki,
- specyfikę branży.

Metodologia winna zostać szczegółowo opisana w dokumencie Plan realizacji usługi. Do zadań Oferentów należy odpowiednie przedstawienie metodologii realizacji usługi i uzasadnienie, iż jest ona adekwatna do przedmiotu niniejszego zapytania ofertowego oraz do branży, w której działa Zamawiający. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia ofert, w przypadku, gdy uzna, iż zaproponowana metodologia jest nieadekwatna do zakresu realizacji usługi lub do branży Zamawiającego. Oferenci winni zastosować się do minimalnych limitów znaków w zakresie opisanego metodologii realizacji usługi oraz uzasadnienia metodologii.

INFORMACJE DODATKOWE

Oferent winien przedstawić proponowany przez siebie do realizacji Plan realizacji usługi zgodnie z załączonym wzorem.

Plan w szczególności odnosi się do:

- zakresu merytorycznego realizowanej usługi,
- harmonogramu realizowanej usługi,

- przypisania poszczególnych ekspertów do zadań,
- wskazania metodologii realizowanej usługi.

II. WSPÓLNY SŁOWNIK ZAMÓWIEŃ (CPV):

85312320-8 – usługi doradztwa,
73220000-0 – usługi doradcze w zakresie rozwoju,
79340000-9 – usługi reklamowe i marketingowe.

III. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- Usługa musi zostać zrealizowana maksymalnie do dnia **31.07.2021 r.**,
- Wykonawca zobowiązuje się do podpisania umowy w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Planowany termin podpisania umowy – **maj 2021 r.**

Niedotrzymanie określonego terminu wiązało się będzie z naliczaniem kar umownych w wymiarze 200 PLN za każdy przekroczony dzień. W przypadku, gdy opóźnienie na jakimkolwiek etapie realizacji zamówienia przekroczy 30 dni Zamawiający zastrzega sobie możliwość rozwiązania umowy z winy Wykonawcy.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

O realizację powyżej opisanej usługi mogą się ubiegać wszystkie podmioty, które:

- Dysponują co najmniej 3-osobowym zespołem projektowym spełniającym wymogi określone w zapytaniu ofertowym.
- Przedstawią plan (metodykę) realizacji usługi, która jest adekwatna do przedmiotu zamówienia i branży, w której działa Zamawiający.
- Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 3 usług dotyczących kompleksowego zaprojektowania nowej bądź zredefiniowania funkcjonującej marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek, a których realizacja składała się z następujących elementów:
 - *opracowanie projektu graficznego identyfikacji wizualnej nowej marki;*
 - *projekt graficzny materiałów marketingowych/wsparcia sprzedaży;*
 - *zaprojektowanie/przeprojektowanie struktury strony internetowej.*
- Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 2 usług związanych z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat.
- nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują 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:
 - uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji,
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

V. WARUNKI DODATKOWE

- Prowadzenia dokumentacji zgodnie z wytycznymi obowiązującymi dla Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020.
- Poddania się niezapowiedzianym kontrolom przez PARP bądź inne instytucje zaangażowane w proces zarządzania funduszami UE.

- c) Zmiana członków zespołu realizującego usługę będącą przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego może być dokonana wyłącznie za pisemną zgodą Zamawiającego. Niedopuszczalna jest zmiana kadry na osoby o mniejszym doświadczeniu czy niższych kompetencjach. W sytuacjach losowych związanych ze zmianą kadry Wykonawca winien do pisma z prośbą o zmianę dostarczyć komplet obiektywnych dokumentów potwierdzających okoliczności losowe (np. zaświadczenie z pobytu w szpitalu).
- d) Wykonawca po zrealizowaniu usługi przeniesie na Zamawiającego całość praw autorskich, majątkowych, twórczych i praw zależnych w zakresie wszelkich utworów powstałych w wyniku przeprowadzenia usługi.
- e) Wykonawca będzie zobligowany do podpisania klauzuli poufności w zakresie tajemnic Zamawiającego. Konsekwencją złamania tej klauzuli będą kary finansowe dla Wykonawcy w wysokości 50 tysięcy złotych (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).
- f) Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wnosić może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.
- g) W ramach wynagrodzenia za świadczoną usługę doradczo-projektową odrębnie dla każdej części Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:
- wynagrodzenie Wykonawcy,
 - opracowanie i wydruk materiałów dotyczących procesu projektowego,
 - dojazd do Zamawiającego (w związku z koniecznością zrealizowania spotkań konsultacyjnych),
 - wydatki bieżące związane z pracą Wykonawcy – telefon, materiały biurowe itp.
- h) Po zakończeniu świadczenia usługi Wykonawca winien przedstawić:
- kolorowe wizualizacje projektów graficznych,
 - pełną dokumentacją graficzną,
 - źródłowe pliki projektów graficznych umożliwiające ich edycję.
 - powyższa dokumentacja winna być dostarczona na zewnętrznym nośniku danych.
- i) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.

VI. WYMAGANE ZAŁĄCZNIKI

Oferent, aby mógł ubiegać się o realizację powyższej usługi musi złożyć następujące dokumenty:

1. Formularz ofertowy – *załącznik nr 1 do zapytania ofertowego*.
2. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – *załącznik nr 2 do zapytania ofertowego*.
3. Plan realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – *załącznik nr 3 do zapytania ofertowego*.
4. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu marki - *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego*
Zestawienie ma potwierdzać, iż ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali minimum 3 usługi projektowania marki polegające na minimum:
 - *opracowanie projektu graficznego identyfikacji wizualnej nowej marki;*
 - *projekt graficzny materiałów marketingowych/wsparcia sprzedaży;*
 - *zaprojektowanie/przeprojektowanie struktury strony internetowej.*
5. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 2 usług związanych z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego*.
6. Aktualny wypis z Krajowego Rejestru Sądowego lub wypis z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub inny dokument zaświadczący o prowadzonej działalności, nie starszy niż trzy miesiące.
7. CV osób dedykowanych do realizacji usługi spełniających wymogi wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym w rozdziale I.A. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES USŁUGI -WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG. W przypadku zaangażowania osób na podstawie umów cywilnoprawnych należy przedstawić deklaracje tych osób w zakresie współpracy wraz z informacją, iż posiadają one wiedzę o składanej ofercie. Wymóg ten nie obowiązuje w przypadku wykazywania osób zatrudnionych na podstawie umów o pracę bądź właścicieli/wspólników Oferenta.

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyc za zgodność z oryginałem. Powyższy sposób poświadczenia zgodności dotyczy każdej strony dokumentu osobno, przedstawionego jako kserokopia. Potwierdzenia za zgodność dokonuje osoba do tego upoważniona, która podpisuje ofertę. W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

W sytuacji gdy Oferent przedłoży dokumenty, z których nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia wymogi określone w niniejszym zapytaniu Oferta taka zostanie ODRZUCONA. Przykładowo: jeśli referencje dla ekspertów bądź dla Oferenta nie będą wskazywały okres realizacji usługi oznaczało to będzie nie spełnienie wymogów (brak możliwości weryfikacji czy wymogi te zostały spełnione w ostatnich 5 latach), jeśli referencje dla ekspertów bądź dla Oferenta nie będą wskazywały faktu wdrożenia produktów czy usług będących przedmiotem strategii rozwoju produktów oznaczało to będzie nie spełnienie wymogów (brak możliwości weryfikacji czy doszło do wdrożenia produktów/ wyrobów/ usług).

Ponadto, Oferent jest zobowiązany przestrzegać limitów znaków wymaganych w załącznikach – w przypadku braku minimalnego wymaganego opisu merytorycznego (minimalne limity znaków) – w takich sytuacjach Oferent na własną odpowiedzialność podejmuje ryzyko, iż Zamawiający odrzuci ofertę z powodu nie spełnienia wymogów merytorycznych (niewystarczający/niepełny opis merytoryczny). Tym samym Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia oferty, jeśli nie zostaną dopełnione minimalne ilości znaków wskazane z załącznikach do oferty. Dotyczy to zwłaszcza wymogu związanego z adekwatnością przedstawionego planu realizacji usługi oraz przedstawionej metodologii do branży, w której działa Zamawiający oraz działalności prowadzonej przez Zamawiającego. Zamawiający nie dopuszcza możliwości uzupełniania treści oferty czy załączników – kryteria oceny będą dokonywane wyłącznie na podstawie dokumentów, które wpłynęły wraz z ofertą.

VII. KRYTERIA WYBORU OFERTY

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:

Lp.	kryteria oceny ofert	Waga	maksymalna liczba punktów
A.	Cena netto w PLN lub EUR*	60%	60
B.	Ilość osób delegowanych do realizacji usługi	25%	25
C.	Ilość spotkań konsultacyjnych	15%	15

*w przypadku podania ceny w walucie obcej, przeliczenie nastąpi wg kursu średniego Narodowego Banku Polskiego z dnia otwarcia ofert.

VIII. OPIS SPOSOBU PRYZNAWANIA PUNKTACJI ZA SPEŁNIENIE DANEGO KRYTERIUM OCENY OFERTY

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A + B + C, gdzie:

Ad. A. Kryterium **Cena netto w PLN lub EUR** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- najniższa zaproponowana cena netto za wykonanie przedmiotu zamówienia/cena badanej oferty netto za wykonanie przedmiotu zamówienia) x 60 punktów

Przy czym, jeżeli cena oferty wyda się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzić będzie wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającego z odrębnych przepisów, w szczególności jest niższa o 30% od wartości zamówienia lub średniej arytmetycznej cen wszystkich ofert, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień w określonym terminie dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy. Zamawiający oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające

warunki wykonania zamówienia dostępne dla Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 60 punktów.

Ad. B Kryterium **Ilość osób delegowanych do realizacji usługi*** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- (Ilość osób delegowanych do realizacji usługi w ramach ocenianej oferty/ najwyższa Ilość osób delegowanych do realizacji usługi w ramach ocenianych ofert) x 25 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta oraz pozostałych załączników (w tym m.in. CV).

*W odniesieniu do tego kryterium należy mieć na uwadze, że do oceny kryterium punktowego wliczone zostaną tylko te osoby, które spełniają wymogi odnośnie doświadczenia opisane w akapicie pn. WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 25 punktów.

Ad. C Kryterium **Ilość spotkań konsultacyjnych*** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- minimum 12 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 15 punktów,
- minimum 10 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 10 punktów,
- minimum 8 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 5 punktów,
- 6 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 0 punktów,

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta.

* Spotkania konsultacyjne muszą odbywać się zgodnie z wymogami określonymi w punkcie I ZAKRES USŁUGI - SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 15 punktów.

łącna ocena ofert:

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A, Kryterium B i Kryterium C zostaną dodane do siebie i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty. Oferta w łącznej ocenie oferty może uzyskać maksymalnie 100 pkt.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie ofert (łączna suma punktów uzyskanych przez Wykonawcę w kryterium A, B i C). Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

W przypadku odmowy podpisania umowy przez wybranego Wykonawcę, Zamawiający może zawrzeć umowę z Wykonawcą, który spełnia wymagania zapytania ofertowego i którego oferta uzyskała kolejno najwyższą liczbę punktów.

IX. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

- a) ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu,
- b) nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. VI niniejszego zapytania ofertowego,
- c) oferta może być wypełniona odręcznie lub komputerowo, jednak w przypadku wypełnienia odręcznego należy tego dokonać dużymi drukowanymi literami w sposób czytelny,
- d) dopuszcza się składanie ofert w języku polskim oraz angielskim,
- e) oferta musi być podpisana przez osobę do tego upoważnioną, która widnieje w Krajowym Rejestrze Sądowym, wypisie z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub innym dokumencie zaświadczającym o jej umocowaniu prawnym. W razie podpisania oferty przez osobę upoważnioną – wymagane przedłożenie do oferty pełnomocnictwa,

- f) wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte,
- g) wszelkie poprawki lub zmiany w treści muszą być parafowane przez osobę podpisującą ofertę,
- h) każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę,
- i) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia,
- j) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych,
- k) Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielania zamówień uzupełniających,
- l) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany lub uzupełnienia treści niniejszego zapytania ofertowego przed upływem terminu na składanie ofert. Informacja o wprowadzeniu zmian lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego zostanie przekazana Oferentom niezwłocznie w formie pisemnej (e-mail), jak również zostanie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.agropart.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl,
- m) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania lub unieważnienia oraz zakończenie postępowania bez wyboru Wykonawcy, bez podania przyczyn,
- n) na Oferencie ciąży obowiązek przedłożenia oferty spełniającej wszelkie wymogi formalne i merytoryczne. W sytuacji, gdy z przedłożonej oferty nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia ona wymagania określone w zapytaniu ofertowym wówczas Zamawiający odrzuci ofertę ze względu na niespełnianie wymogów. Z tego względu każdy Oferent winien szczegółowo przeanalizować wymagania stawiane środkom trwałym będących przedmiotem zapytania ofertowego i sporządzić specyfikację jednoznacznie odnoszącą się do wszystkich wymogów wskazanych przez Zamawiającego,
- o) Administratorem danych osobowych, które znajdują się w formularzu ofertowym oraz załącznikach do oferty jest Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki (w dalszej części określony jako Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian). Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian będzie przetwarzał dane osobowe w określonych celach, np. analizy przedłożonej oferty, zawarcia i realizacji umowy. Każdy Oferent ma prawo zażądać dostępu do treści danych, które go dotyczą – poprawić je, zaktualizować, sprostować, przenieść, usunąć lub ograniczyć ich przetwarzanie. Każdy Oferent może też wnieść sprzeciw wobec przetwarzania udostępnionych danych osobowych. Każdy z Oferentów ma prawo do wycofania wyrażonej zgody. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych sprzed wycofania zgody. Jeśli Oferent ma wątpliwości czy dane są prawidłowo przetwarzane przez Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, to może wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

X. SPOSÓB SKŁADANIA OFERTY

Ofertę/y należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczetowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA REALIZACJĘ USŁUG DORADCZYCH ZWIĄZANYCH Z PROJEKTOWANIEM MARKI W RAMACH PROJEKTU PN. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI FIRMY AGROPART W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ”:

- a) osobiście w siedzibie przedsiębiorstwa Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki,
- b) pocztą, listem poleconym, kurierem na adres siedziby przedsiębiorstwa Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki.
- c) za pośrednictwem Bazy konkurencyjności znajdującej się pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl postępując zgodnie z „Instrukcją oferenta w BK2021”¹

XI. TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia **06.05.2021 r., do godz. 15:00** w siedzibie przedsiębiorstwa Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian, Partynia 79, 39-310 Radomyśl Wielki. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

¹ https://archiwum-bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web_instruction

- Oferty dostarczone Zamawiającemu po terminie składania ofert nie będą rozpatrywane.
- Skuteczne złożenie oferty oznacza otrzymanie oferty przez Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert. Zmiany albo wycofanie oferty przez oferenta przed upływem terminu składania ofert jest dopuszczalne.
- Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za przypadkowe otwarcie oferty przed upływem wyznaczonego terminu, w przypadku nieodpowiedniego oznakowania koperty.
- Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę jaką przeznaczył na sfinansowanie zamówienia oraz ilość złożonych ofert. Natomiast po otwarciu ofert Zamawiający poda ceny poszczególnych ofert, ilość osób delegowanych do realizacji usługi oraz ilość spotkań konsultacyjnych.
- Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie przedsiębiorstwa Zamawiającego po terminie składania ofert. Termin otwarcia ofert: **06.05.2021 r. o godz. 16:00.**
- Po otwarciu ofert Zamawiający dokona ich oceny. W trakcie oceny i badania ofert Zamawiający może wzywać oferentów do złożenia wyjaśnień dotyczących złożonych przez nich ofert.
- Kończąc procedurę oceny ofert Zamawiający podejmie decyzję o wyborze najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający sporządzi pisemny protokół z wyboru najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do niedokonania wyboru najkorzystniejszej oferty. W każdym czasie postępowania przetargowego dotyczącego wyboru wykonawcy, Zamawiający ma prawo do jego zakończenia bez wyboru jakiegokolwiek oferenta. Oferentom nie przysługują wobec Zamawiającego jakiegokolwiek roszczenia z tego tytułu.
- Zamawiający niezwłocznie powiadomi oferentów oraz ogłosi wyniki na swojej stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.agropart.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl.

XII. TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY

Wykonawca jest związany ofertą przez okres 40 dni kalendarzowych od dnia upływu terminu składania ofert.

XIII. INFORMACJA NA TEMAT ZAKRESU WYKLUCZENIA Z MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Z możliwości realizacji zamówienia wyłączone są podmioty, które są powiązane osobowo lub kapitałowo z firmą Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązanie między firmą Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu firmy Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian lub osobami wykonującymi w imieniu firmy Zakład Produkcji i Handlu AGROPART s.c. Rafał Kilian Wiesław Kilian czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:

- uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji,
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

Potwierdzeniem braku powiązań kapitałowych lub osobowych jest złożenie przez oferenta oświadczenia o braku występowania w/w powiązań na obowiązującym wzorze stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego.

W przypadku złożenia oferty przez Wykonawcę powiązanego osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, zostanie on wykluczony z udziału w postępowaniu ofertowym.

XIV. WARUNKI DOKONANIA ZMIANY UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany umowy, w przypadku:

- gdy nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- wystąpienia okoliczności niezależnych od Wykonawcy na uzasadniony wniosek Wykonawcy, pod warunkiem, że zmiana ta wynika z okoliczności, których Wykonawca nie mógł przewidzieć na etapie składania oferty i nie jest przez niego zawiniona, przypadków siły wyższej, uznanej przez Zamawiającego jako zdarzenie nadzwyczajne, zewnętrzne, niemożliwe do zapobieżenia (np. powódź, strajki, zamieszki, decyzje administracyjne, państwowe).

Wszelkie zmiany, jakie strony chciałyby wprowadzić do postanowień zawartej umowy, wymagają pod rygorem nieważności formy pisemnej i zgody obu stron (w drodze pisemnego aneksu).

XV. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ DOTYCZĄCYCH TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO

- Oferent może zwrócić się do Zamawiającego z prośbą o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego tylko w formie pisemnej za pomocą poczty elektronicznej.
- Zamawiający udzieli wyjaśnień, jeżeli pisemne zapytanie wpłynie do niego nie później niż na 2 dni robocze przed upływem terminu składania ofert.
- Wszelkich informacji dotyczących procedury przeprowadzenia zamówienia, w tym technicznych aspektów przedmiotu zamówienia udziela **Pan Rafał Kilian**, e-mail: biuro@agropart.pl

XVI. ZAŁĄCZNIKI

- a) Wzór formularza ofertowego – *Załącznik nr 1.*
- b) Wzór oświadczenia o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – *Załącznik nr 2.*
- c) Wzór planu realizacji usługi – *Załącznik nr 3.*
- d) Wzór zestawienia potwierdzającego, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu marki - *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego*
- a) Wzór zestawienia potwierdzającego, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 2 usług związanych z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.*

Z poważaniem

**Rafał Kilian, Wiesław Kilian –
Wspólnicy Spółki Cywilnej**