

Przemyśl, 14.01.2022 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE NR 6/1.4/POPW

dotyczące realizacji usług związanych z projektowaniem marki (innowacja marketingowa) oraz wdrożeniem innowacji organizacyjnej i procesowej.

### ZAMAWIAJĄCY:

HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

ul. Nestora 1, 37-700 Przemyśl

Tel: (16) 676 04 30

NIP: 7952233643, REGON: 650218342

HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ zaprasza do złożenia oferty na realizację usług związanych z **projektowaniem marki (innowacja marketingowa) oraz wdrożeniem innowacji organizacyjnej i procesowej**. Szczegółowy opis zakresu zamówienia znajduje się w rozdziale I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA.

Działanie będzie realizowane w ramach projektu pn. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI SPÓŁKI HENSFORT W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ” współfinansowanego z Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa 1 „Przedsiębiorcza Polska Wschodnia”, Działanie 1.4 „Wzór na konkurencję”, Etap II, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: POPW.01.04.00-18-0008/20.

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 HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ pod adresem [www.hensfort.com](http://www.hensfort.com), oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem [www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl).

### I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

#### SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – ZAKRESU USŁUGI:

*W ODNIESIENIU DO INNOWACJI MARKETINGOWEJ*

#### 1. Opracowanie Księgi znaku dla odświeżonej marki HENSFORT

Przedmiotem usługi jest opracowanie Księgi znaku, w której zostaną opisane aspekty techniczne związane z aplikacją odświeżonego znaku, tzw. Księga Znaku (Manual). Konieczne jest też przygotowanie odpowiednich wariantów logotypu.

*Minimalny zakres projektowania obejmuje:*

- Projekt graficzny logo: konstrukcja logo, wersje i kolorystyka logo,
- Key visual – graficzny motyw przewodni,
- Przykłady prawidłowej i nieprawidłowej formy znaku,
- Warianty kolorystyczne znaku,
- Pole ochronne znaku,

- Zestaw firmowego kroju pisma oraz zalecanych odmian,
- Palety kolorystyczne (podstawowa i uzupełniająca),
- Kierunki stylistyczne zdjęć/grafiki,

Wymagane jest przedstawienie minimum 2 koncepcji logotypu, z których wybrana zostanie 1 wiodąca będąca przedmiotem wdrożenia.

## 2.Opracowanie logo i nazwy dla submarki

Przedmiotem opracowania jest stworzenie submarki Hensfort, dedykowanej innowacyjnemu systemowi otworowo-elewnemu. System otworowo-elewny składa się z modułów wraz z systemem ich komponowania, łączenia i montażu, dzielących się na kategorie: moduł okienny, moduł drzwiowy, moduł elewny, moduł z funkcją dodaną, moduł Smart. Trzy pierwsze typy realizują zadania typowe dla stolarki i popularnych systemów fasadowych, ale mogą zostać wzbogacone o dodatkowe usprawnienia (np. zintegrowane, rolety, żaluzje). Dwa pozostałe wnoszą z kolei radykalnie nowe funkcjonalności budynku inteligentnego.

Konieczne będzie opracowanie nazwy submarki (nawiązującej do marki głównej) oraz celnie opisującej najważniejsze cechy nowej rodziny produktów, a jednocześnie spójnego z główną identyfikacją Firmy.

*W odniesieniu do nazwy dla submarki minimalny zakres projektowania obejmuje:*

- Analiza i opracowanie briefu,
- Przygotowanie listy selekcyjnej nazw,
- Weryfikacja nazw,
- Wybór nazwy,
- Brandbook dla nowej submarki.

*W odniesieniu do logo dla submarki minimalny zakres projektowania obejmuje:*

- Wstępne koncepcje (moodboardy – minimum 2 propozycje),
- Propozycje logo submarki (minimum 2 koncepcje) z prezentacją i opisem oraz dopracowanie wybranej wersji (2 serie zmian),

Po akceptacji finalnego wyglądu logo, dostarczenie kompletu plików w następujących wersjach:

- Wersja podstawowa,
- Negatyw na ciemne tło,
- Odcienie szarości,
- Odcienie szarości na ciemne tło,
- Wersja mono, cała biała/czarna,
- Przygotowanie kompletu finalnych plików użytkowych: .png .jpg .eps .pdf.

## 3.Zaprojektowanie akcydensów i drukowanych materiałów firmowych

Po opracowaniu logo dla submarki przeprojektowania będą wymagały również akcydensy i promocyjne materiały drukowane, takie jak: ulotka, katalog – przede wszystkim ze względu zastosowanie nowego logo, poprawionego layoutu (w tym Zastosowanie prawidłowej długości wiersza w łamie) oraz typografii.

Projekty obejmą:

- Ulotki minimum dwustronne dedykowane nowej submarce stolarki otworowo-elewny;
- Katalog (Okładka + 20 stron) dedykowany nowej submarce stolarki otworowo-elewny.

W odniesieniu do akcydensów konieczne jest zaprojektowanie oddzielnej serii dedykowanej submarce. Niezbędne jest zrealizowanie projektów graficznych zawierających znak graficzny i nazwę nowej submarki dla:

- wizytówka firmowa,
- papier firmowy,
- teczka firmowa,
- stopka e-mail.

Wymagane jest przedstawienie minimum 2 koncepcji graficznych, z których wybrana zostanie 1 wiodąca będąca przedmiotem wdrożenia.

#### **4. Zaprojektowanie gadżetów firmowych**

Konieczne jest zrealizowanie projektu nowych, oryginalnych gadżetów reklamowych, które w sposób wyrazisty prezentowałyby ofertę odświeżonej marki Hensfort i swoją formą lub funkcją nawiązywały do działalności Spółki. Projekty obejmują:

- Koszulki,
- Czapki,
- Otwieracze do wina,
- Multitoole,
- Torby,
- Smycze,
- Długopisy,
- Pendrive.

Wymagane jest przedstawienie minimum 2 koncepcje dla każdego z ośmiu ww. gadżetów, z których wybrana zostanie 1 wiodąca koncepcja będąca przedmiotem wdrożenia.

#### **5.Opracowanie koncepcji interaktywnych wizualizacji/animacji produktów na potrzeby promocyjno-szkoleniowe**

Konieczne jest rozbudowanie wizualnych materiałów promocyjnych o nowoczesne formy, takie jak projekt graficzny wysokojakościowej wizualizacji dla systemu otworowo-elewacyjnego.

Ułatwi on prezentację nowej oferty stolarki otworowo-elewacyjnej każdemu z segmentów klientów, ale także dystrybutorom/pośrednikom.

#### **6.Opracowanie projektów/wytycznych w zakresie aranżacji salonów**

Salon firmowy jest wizytówką Firmy i bardzo ważnym elementem komunikacji z klientem. Spółka kładzie duży nacisk na jego wygląd, ergonomię, spójność stylistyczną. Aktualnie Hensfort nie dysponuje wytycznymi dotyczącymi aranżacji punktów sprzedaży produktów własnych oraz sposobu ekspozycji wyrobów. Konieczne jest jego opracowanie, w celu ujednoczenia wszystkich salonów – zarówno własnych, jak i prowadzonych przez oficjalnych dystrybutorów, ale również mniejszych pośredników. W przypadku salonów dystrybutorów, ekspozycja produktów Hensfort zajmuje jedynie część przestrzeni ekspozycyjnej.

*Konieczne jest zaprojektowanie koncepcji:*

- salonu głównego o powierzchni do 150m<sup>2</sup>;
- aranżacji ekspozycji w salonie pośrednika.

Konieczne jest zaprojektowanie wnętrza z umeblowaniem. Projekty muszą uwzględniać przedstawione przez markę HENSFORT produkty ekspozycyjne. Efektem prac będą wizualizacje 3D pomieszczeń obrazujące aranżację wzorcowego salonu oraz zestawienie minimalnego wyposażenie salonu.

#### **7.Zbudowanie spójnego systemu nazewnictwa dla nowych produktów**

Oprócz opracowania nowych wzorów dla Firmy Hensfort, rekomendowane jest także opracowanie kompleksowego, spójnego systemu nazewnictwa dla kolekcji, rodzin, grup produktowych i poszczególnych modeli w obrębie danej linii, kolekcji.

Kluczowe jest opracowanie namingu dla nowych produktów będących przedmiotem wdrożenia w ramach projektu, w tym:

a) Linii produktów barierowo-osłonowych, w tym: produktów barierowych/moskitier (integrowalnych ze stolarką okienną), rolet/żaluzji. Na wcześniejszym etapie realizacji niniejszego przedsięwzięcia zaprojektowano system złożony z 2 wzorów moskitier oraz 3 wzorów rolet.

b) Systemu otworowo-elewacyjnego złożonego z modułów okiennego, drzwiowego, elewacyjnego, z funkcją dodaną, modułu Smart - łącznie 5 modułów. Trzy pierwsze typy realizują zadania typowe dla stolarki i popularnych systemów fasadowych. Dwa pozostałe wnoszą z kolei radykalnie nowe funkcjonalności budynku inteligentnego.

Wybrany oferent otrzyma komplet dokumentacji będącej rezultatem wcześniejszego etapu przedsięwzięcia tj. projektowania produktów w ramach dwóch linii produktowych.

Aktualnie Firma posługuje się bardzo zróżnicowanymi stylistycznie, językowo i merytorycznie nazwami, co wprowadza chaos i wywołuje wrażenie przypadkowości. Niekorzystnie wpływa też na zapamiętywanie nazw i kojarzenie ich przez klienta z daną branżą i Firmą. Naming powinien objąć zarówno aktualną ofertę jak i każdy nowy produkt do niej włączany.

Celem jest wygenerowanie takiego neologizmu lub frazy, które spełniając przypisaną mu rolę ma najmniej ograniczeń potencjału stosowania. Dobrze zaprojektowana nazwa wyróżnia firmę lub jej produkt z otoczenia, ułatwiając wywołanie pożądanych skojarzeń i emocji u klientów. Przed przystąpieniem do realizacji projektu wykonana ma zostać analiza marketingowa i badanie otoczenia. Poznanie firmy i jej filozofii marki, analiza konkurencji i otoczenia komunikacyjnego.

*Minimalny zakres projektowania obejmuje:*

- Analiza i opracowanie briefu,
- Przygotowanie listy selekcyjnej nazw,
- Weryfikacja nazw,
- Badania (internet) potencjału wykorzystania nazwy na różnych polach eksploatacji,
- Finalna lista nazw nowych produktów.

## **8. Opracowanie strategii promocji w wyszukiwarkach internetowych**

*Zakres prac obejmuje:*

- Opracowanie briefu projektowego na audyt SEO marki HENSFORT oraz jej kanałów digital pod kątem osiągnięcia wskazanych celów biznesowych,
- Przeprowadzenie audytu oraz przygotowanie strategii pozycjonowania marki HENSFORT w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań,
- Ustalenie harmonogramu wdrożenia strategii pozycjonowania marki HENSFORT wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań oraz z propozycją kontroli poszczególnych etapów realizacji wdrażania wytycznych strategicznych,
- Analiza rezultatów wdrożenia strategii pozycjonowania marki HENSFORT w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań poprzez regularne gromadzenie danych za pomocą wyspecjalizowanych systemów analitycznych takich jak np. [www.senuto.com](http://www.senuto.com), [www.ahrefs.com](http://www.ahrefs.com), [www.unamo.com](http://www.unamo.com)

*Rezultatem usługi będzie:*

1. Przygotowanie raportu opisującego "stan 0" strony [www.hensfort.com](http://www.hensfort.com). W raporcie znajdzie się szczegółowa analiza:
  - strony [www.hensfort.com](http://www.hensfort.com) pod kątem technicznym i UX,
  - aktualnie wykorzystywanych w kampaniach Ads słów kluczowych pod kątem ich dalszego wykorzystania w kampaniach Ads i w pozycjonowaniu,
  - obecnego profilu linków kierujących do domeny, wraz z informacją o wynikających z tego profitach/zagrożeniach
  - aktualnej widoczności strony w wynikach organicznych wraz z listą słów kluczowych (i ich pozycji) na jakie strona się wyświetla,
  - danych znajdujących się na kontach Google Search Console, Google Analytics i Google Tag Manager, 5 największych konkurentów HENSFORT w wynikach organicznych. Opracowanie będzie zawierać informacje o nich zebrane pod kątem widoczności, profili linków i rozwiązań wykorzystywanych na stronach.

2. Na podstawie przygotowanej analizy wykonawca zarekomenduje strategię działań, jakie HENSFORT powinien podjąć w ramach zwiększania widoczności w wyszukiwarkach internetowych. Strategia powinna zawierać co najmniej elementy takie jak:

- rekomendacja ulepszeń strony pod kątem technicznym i UX z określeniem priorytetów i rekomendacją harmonogramu wdrożenia,
- ocena jakości słów kluczowych wykorzystywanych w kampaniach Ads, rekomendacja zachowania ich lub wykorzystania nowych słów kluczowych i estymacja wzrostu skuteczności kampanii z ich wykorzystaniem,
- dobór minimum 100 słów kluczowych z wykorzystaniem analizy konkurencji, które będą wykorzystywane w kampaniach Google Ads i przygotowanie estymacji wzrostu skuteczności kampanii z ich wykorzystaniem
- ocena jakości słów kluczowych wykorzystywanych do pozycjonowania strony, rekomendacja zachowania ich lub wykorzystania nowych i estymacja wzrostu sprzedaży powiązana ze wzrostem widoczności na wybrane słowa,
- dobór minimum 50 słów kluczowych z wykorzystaniem analizy konkurencji, które będą wykorzystywane w kampanii SEO i przygotowanie estymacji wzrostu skuteczności kampanii SEO,
- rekomendacja działań SEO w minimum 3 wariantach kosztowych w postaci miesięcznego budżetu na linkowanie strony oraz niezbędnych działań dodatkowych, wraz z estymacją wzrostu widoczności.
- rekomendacja prowadzenia kampanii Ads w minimum 3 wariantach kosztowych w postaci miesięcznego budżetu oraz niezbędnych działań dodatkowych, wraz z estymacją wzrostu skuteczności kampanii. Rekomendacje dotyczące wyboru najskuteczniejszych słów kluczowych, rodzajów kampanii Google Ads i miesięcznego budżetu jaki należy przeznaczyć na te kampanie.
- przygotowanie rekomendacji dotyczących wdrożenia analityki: oceny obecnego wdrożenia i zalecenia dla wdrożenia na nowej wersji strony. Rekomendacja powinna zawierać opracowanie obu wersji GA (Universal i 4) w celu przygotowania się do wdrożenia dodatkowego narzędzia w postaci strony dla submarki i aby zachować ciągłość zbierania prawidłowych danych, potrzebnych do prawidłowej analizy oraz optymalizacji całościowych działań marketingowych oraz instrukcję przeprowadzenia poprawnego wdrożenia.
- przygotowanie niezbędnych zaleceń pod linkbuilding oraz przygotowanie dokładnej strategii linkowania na okres 12 miesięcy dla strony www.

## 9. Opracowanie strategii promocji w mediach społecznościowych

*Zakres prac obejmuje:*

- Analiza obecności w social media 5 głównych konkurentów HENSFORT;
- Określenie odbiorców docelowych w kanałach social media i analiza ich zachowań;
- Wytyczenie celów działań w social media;
- Dobór odpowiednich kanałów komunikacji w social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest);
- Adaptacja materiałów graficznych (logo, zdjęcia, animacje, wizualizacje) do komunikacji na mediach społecznościowych;
- Opracowanie projektu profilu w social media (minimum dla 2 kanałów social media);
- Opracowanie wzorcowych komunikatów udostępnianych w social media;
- Opracowanie wytycznych w zakresie efektywnego tworzenia społeczności wokół profilu w social media;
- Opracowanie wytycznych w zakresie bieżącej komunikacji z użytkownikami (interakcje z użytkownikami, dyskusja pod publikowanym postem, odpowiedzi na negatywne wpisy);
- Opracowanie wytycznych w zakresie systemu konkursów z nagrodami w formie gadżetów firmowych (opracowanie przykładowych scenariuszy konkursowych);

## W ODNIESIENIU DO INNOWACJI ORGANIZACYJNEJ I PROCESOWEJ

### 1. Opracowanie modelowego procesu obsługi klienta

Firma nie dysponuje aktualnie modelowym procesem obsługi klienta, a jest on jednym z kluczowych aspektów budowania zaufania do marki.

W efekcie realizacji usługi powstanie dokument / prezentacja obejmująca co najmniej wytyczne dotyczące:

- ubioru pracowników firmy, mających kontakt z klientem (dress code),
- wzorów zachowań pracowników obsługujących klienta,
- wzorów komunikacji z klientem,
- sposobu prowadzenia badania potrzeb klientów,
- sposobu radzenia sobie z obiekcjami klientów (w tym reklamacje, zwroty),
- sposobu rozwiązywania konfliktów z klientem,
- wymaganego zakresu wiedzy merytorycznej/produktowej pracowników obsługujących klienta;
- stosowania sprzedaży krzyżowej (cross-selling);
- wytyczne dla pracowników salonów pośredników;

## 2.Opracowanie kompleksowego modelu procesu rozwoju produktu

Zaproponowane wyżej założenia projektowe należy traktować elastycznie i w razie potrzeby nieznacznie modyfikować je tak, aby powstałe wzory jak najtrafniej odpowiadały na aktualne potrzeby firmy i okoliczności rynkowe. W tym celu zasadne jest stworzenie swoistej strategii standaryzującej proces rozwoju produktu.

Wykonawca powinien opracować schemat związany z zaprojektowaniem, a następnie wdrożeniem do produkcji i sprzedaży nowego produktu. Modelowy proces winien nie tylko uwzględniać schemat projektowania produktu, ale również aspekty związane z badaniami marketingowymi w zakresie preferencji potencjalnych nabywców/odbiorców produktu. Modelowy proces rozwoju nowego produktu powinien obejmować wytyczne tzw. marketing-mixu (7P - product, price, place, promotion, people, physical evidence, processes,). Efektem realizacji usługi będzie kompleksowy schemat procesu rozwoju produktu.

## 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) Grafika – minimum 2 stanowiska,
- f) Specjalista do SEO/SEM.

**Minimalny skład zespołu to 4 osoby** – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. grafik może pełnić również funkcję project managera).

Wymagania co do zespołu to m.in.:

- Co najmniej 3 lata doświadczenia eksperta w zakresie zbieżnym z zakresem zadań, do których jest delegowany w ramach usługi;
  - Co najmniej 3 zrealizowane projekty, które dotyczyły pracy w obszarze nowo wdrażanych marek/submarek.
- Weryfikacja wymagań na podstawie CV ekspertów.

## 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 Zamawiającego w siedzibie Zamawiającego.

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),

#### **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 opisu metodologii realizacji usługi oraz uzasadnienia metodologii.

#### **INFORMACJE DODATKOWE**

W ramach wynagrodzenia za świadczoną usługę doradczą-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.

Po zakończeniu świadczenia usługi Wykonawca winien przedstawić:

- kolorowe wizualizacje projektów graficznych,
- pełną dokumentację graficzną,
- źródłowe pliki projektów graficznych umożliwiające ich edycję.
- powyższa dokumentacja winna być dostarczona na zewnętrznym nośniku danych.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.

Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wносить może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.

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,

79000000-4 - usługi biznesowe: prawnicze, marketingowe, konsultingowe, rekrutacji, drukowania i zabezpieczania.

### III. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- Usługa musi zostać zrealizowana maksymalnie do dnia **15.04.2022 r.**,
- Wykonawca zobowiązuje się do podpisania umowy w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Planowany termin podpisania umowy – **styczeń 2022 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:

- a) Dysponują co najmniej 4-osobowym zespołem projektowym spełniającym wymogi określone w zapytaniu ofertowym.
- b) Przedstawią plan (metodykę) realizacji usługi, która jest adekwatna do przedmiotu zamówienia i branży, w której działa Zamawiający.
- c) Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 5 usług dotyczących kompleksowego zaprojektowania nowej bądź zredefiniowanej funkcjonującej marki/submarki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek, a których realizacja składała się z następujących elementów:
  - *opracowanie katalogu produktów dla marki/submarki;*
  - *opracowanie książki znaku dla marki/submarki;*
  - *opracowanie strategii promocji w wyszukiwarkach internetowych.*
- d) Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji, co najmniej 2 usług swoim zakresem zbliżonych do zakresu niniejszego zamówienia, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat.
- e) 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

- a) Prowadzenia dokumentacji zgodnie z wytycznymi obowiązującymi dla Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020.
- b) 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).

## 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/submarki - *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego*  
Zestawienie ma potwierdzać, iż w ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali minimum 5 usług projektowania marki polegające na minimum:
  - *opracowanie katalogu produktów dla marki/submarki;*
  - *opracowanie księgi znaku dla marki/submarki;*
  - *opracowanie strategii promocji w wyszukiwarkach internetowych.*
5. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji, co najmniej 2 usług swoim zakresem zbliżonych do zakresu niniejszego zamówienia, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.*
6. 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.

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 proponowanych koncepcji logotypu dla odświeżonej marki HENSFORT	5%	5
D.	Ilość proponowanych koncepcji logotypu dla nowej submarki	5%	5
E.	Ilość proponowanych koncepcji dla kompletu 8 gadżetów firmowych	5%	5

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

## VIII. OPIS SPOSOBU PRZYZNAWANIA PUNKTACJI ZA SPEŁNIENIE DANEGO KRYTERIUM OCENY OFERTY

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A + B + C + D + E, gdzie:

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

- najniższa zaproponowana cena netto za wykonanie przedmiotu zamówienia/cena netto badanej oferty 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:

- 4 osoby – 0 punktów,
- 5 osób – 5 punktów,
- 6 osób – 10 punktów,
- 7 osób – 15 punktów,
- 8 osób – 20 punktów,
- 9 osób – 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.

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

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

Ad. C Kryterium **Ilość proponowanych koncepcji logotypu dla odświeżonej marki HENSFORT:**

•2 koncepcje – 0 punktów

•3 koncepcje – 5 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 5 punktów.

Ad. D Kryterium **Ilość proponowanych koncepcji logotypu dla nowej submarki**

•2 koncepcje – 0 punktów

•3 koncepcje – 5 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 5 punktów.

Ad. E Kryterium **Ilość proponowanych koncepcji dla kompletu 8 gadżetów firmowych**

•2 koncepcje – 0 punktów

•3 koncepcje – 5 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 5 punktów.

#### **Łączna ocena ofert:**

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A, Kryterium B, Kryterium C, Kryterium D i Kryterium E 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, C, D i E). 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.hensfort.com](http://www.hensfort.com) oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem [www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl](http://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 HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, ul. Nestora 1, 37-700 Przemyśl (w dalszej części określony jako HENSFORT). HENSFORT 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 HENSFORT, 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 SPÓŁKI HENSFORT W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ”:

- a) osobiście w siedzibie przedsiębiorstwa HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, ul. Nestora 1, 37-700 Przemyśl,
- b) pocztą, listem poleconym, kurierem na adres siedziby przedsiębiorstwa HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, ul. Nestora 1, 37-700 Przemyśl.
- c) za pośrednictwem Bazy konkurencyjności znajdującej się pod adresem [www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl) postępując zgodnie z „Instrukcją oferenta w BK2021”<sup>1</sup>

#### XI. TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia **24.01.2022 r., do godz. 15.00** w siedzibie przedsiębiorstwa HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, ul. Nestora 1, 37-700 Przemyśl. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

- Oferty dostarczone Zamawiającemu po terminie składania ofert nie będą rozpatrywane.
- Skuteczne złożenie oferty oznacza otrzymanie oferty przez Zamawiającego przed upłynięciem 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.

---

<sup>1</sup> [https://archiwum-bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web\\_instruction](https://archiwum-bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web_instruction)

- 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: **24.01.2022 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.hensfort.com](http://www.hensfort.com) oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem [www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl](http://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 HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązanie między firmą HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu firmy HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ lub osobami wykonującymi w imieniu firmy HENSFORT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ 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 lub za pośrednictwem Bazy konkurencyjności.
- 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 Marcin Wenzel**, e-mail: [m.wenzel@hensfort.pl](mailto:m.wenzel@hensfort.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/submarki - *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego.*
- a) Wzór zestawienia potwierdzającego, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 2 usług swoim zakresem zbliżonych do zakresu niniejszego zamówienia, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.*

Z poważaniem

**Andrzej Pichur – Prezes Zarządu**