

Więckowice, 10.03.2023 r.

Zamawiający:  
Fundacja Wspólnota Nadziei  
Więckowice, ul. Ogrodowa 17  
32-082 Bolechowice  
Regon 351617310  
NIP 677-21-04-725  
KRS 0000115868  
tel. 606 837 302, biuro@farma.org.pl

## ZAPYTANIE OFERTOWE

Postępowanie prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego z zachowaniem zasady konkurencyjności.

### 1. Opis przedmiotu zamówienia.

#### 1.1. Informacje ogólne.

##### 1.1.1. Przedmiot zamówienia.

Przedmiotem zamówienia jest: opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej w ramach realizowanego przez Fundację Wspólnota Nadziei działania pn.: **„Poznać, aby zrozumieć - kampanie społeczne (uświadamiające) – zwiększenie świadomości wśród decydentów, ale i w społeczeństwie”**, projektu: **„Zrozumieć i wspierać – ochrona praw osób z autyzmem”** finansowanego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię z Funduszy EOG w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny (numer Umowy Grantowej: K1d/0687 z dnia 24.01.2022).

Wykonawca zapewni najwyższą staranność przy wykorzystaniu najlepszej wiedzy podczas realizacji wszystkich elementów kampanii.

Wykonawca zobowiązany jest do zamieszczenia we wszystkich przygotowanych materiałach reklamowych opracowanych na rzecz przedmiotowej kampanii informacji dotyczącej dofinansowania kampanii zgodnie z wytycznymi dotyczącymi identyfikacji wizualnej działań finansowanych z Funduszy EOG i Funduszy Norweskich w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny.

##### 1.1.2. Zamawiający.

Fundacja Wspólnota Nadziei działa od 25 lat na rzecz niepełnosprawnych, dorosłych osób w spektrum autyzmu, ich rodzin i otoczenia. Od 2005 roku prowadzi ośrodek Farma Życia, będący od 2008 roku pierwszym w Polsce specjalistycznym miejscem pobytu stałego dla osób z autyzmem i niepełnosprawnością intelektualną, ale też miejscem zajęć dziennych: pracy, terapii, rehabilitacji społecznej i zawodowej oraz rekreacji. Fundacja Wspólnota Nadziei aktywnie działa na rzecz praw osób z autyzmem, współpracuje z AUTISM-EUROPE (AE), Porozumieniem Autyzm-Polska, Małopolską Siecią Wsparcia AUTYZM, władzami

samorządowymi i centralnymi. Zabiegamy o rozwiązania systemowe w dziedzinie mieszkalnictwa dorosłych osób w spektrum autyzmu, realizację praw zawartych w ratyfikowanej przez Polskę w 2012 roku *Konwencji ONZ o Prawach Osób Niepełnosprawnych* oraz dążymy do urzeczywistnienia zapisów UCHWAŁY Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 12 lipca 2013 r. *Karty Praw Osób z Autyzmem* na rzecz niezależnego, samodzielnego i aktywnego życia oraz nie podlegania dyskryminacji osób w spektrum autyzmu.

### 1.1.3. Charakterystyka przedmiotu zamówienia – kampanii społecznej (uświadamiającej):

- 1.1.3.1. **Zasięg terytorialny.** Kampania społeczna w ramach działania „Poznać, aby zrozumieć - kampanie społeczne (uświadamiające) – zwiększenie świadomości wśród decydentów, ale i w społeczeństwie”, projektu: „Zrozumieć i wspierać – ochrona praw osób z autyzmem”, będąca przedmiotem niniejszego zamówienia **ma mieć charakter ogólnopolski** (działania będą realizowane na terenie całego kraju), ze szczególnym uwzględnieniem odbiorców w Województwie Małopolskim.
- 1.1.3.2. **Grupa docelowa - odbiorcy** kampanii to **ogół społeczeństwa i decydenci** (głównym odbiorcą jest społeczeństwo polskie (osoby pełnoletnie) – jako grupa, do której skierowana jest kampania społeczna na temat praw człowieka, w tym praw osób niepełnosprawnych, praw osób z autyzmem) a zatem: kampania kierowana jest do osób pełnoletnich w Polsce, zróżnicowanych pod kątem płci, wieku oraz miejsca zamieszkania.
- 1.1.3.3. **Cel.** Celem działań jest doprowadzenie do realnej, wymiernej **zmiany** społecznej poprzez szeroko zakrojoną kampanię społeczną (uświadamiającą).
- 1.1.3.4. **Tematyka** kampanii odnosi się do **praw człowieka** i jest powiązana ze zidentyfikowanymi nierównościami, oraz dyskryminacją strukturalną, której doświadczają osoby z w spektrum autyzmu ASD („ASD - Autism Spectrum Disorder”). A mianowicie: dorośli z autyzmem w Polsce podlegają dyskryminacji na poziomie strukturalnym ze względu na brak lub utrudniony dostęp do usług wsparcia w zakresie mieszkalnictwa wspomaganego i małych społeczności mieszkaniowych w środowisku lokalnym, a także placówek dziennych, wsparcia środowiskowego, a także miejsc pracy co wynika zarówno z braku wiedzy (wśród ogółu społeczeństwa i decydentów) na temat specyfiki tego rodzaju odmienności neurorozwojowej jaką jest autyzm (ASD), potrzeb w zakresie komunikacji-społecznej, nietypowych wzorców zachowań i zainteresowań, potrzeb sensorycznych; jak i (na poziomie prawno-organizacyjno-finansowym) braku rozwiązań systemowych –

zapisów ustawowych i mechanizmów finansowania systemu wsparcia adekwatnych do ich, wynikających z autyzmu potrzeb. Kampania ma na celu doprowadzenie do wzrostu wiedzy i zrozumienia wśród ogółu społeczeństwa i decydentów odnośnie specyfiki (odmienności) funkcjonowania i potrzeb w zakresie wsparcia zwłaszcza osób dorosłych w spektrum autyzmu z dodatkowymi (sprzężonymi) niepełnosprawnościami i problemami zdrowotnymi i rozwojowymi, w szczególności po zakończeniu przez nich edukacji (czyli od 25 roku życia). Tematyka kampanii powinna odnosić się też do sytuacji i problemów otoczenia osób dorosłych z autyzmem – ich rodziców, rodzin, opiekunów i społeczności lokalnej, na których spoczywają obecnie główne obciążenia związane z całodziowym wsparciem, opieką i pomocą. Pokazanie kontekstu rodzinnego, lokalnego, prezentacja konkretnych przykładów, losów i osób ma zwiększyć rozumienie, empatię i społeczną otwartość na odmienność i potrzeby osób w spektrum autyzmu, oraz pomóc w budowaniu społecznego i politycznego lobbingu na rzecz zmian systemowych. Istotne jest też pokazanie i promowanie dobrych praktyk w zakresie wsparcia.

Kampania odniesie się do kwestii autonomiczności, godności i sprawczości osób niepełnosprawnych w ramach przysługujących im praw, zgodnych z zapisami *Konwencji ONZ o Prawach Osób Niepełnosprawnych* oraz do kwestii związanych z deinstytucjonalizacją.

#### 1.1.3.5. **Termin wykonania zamówienia - ostateczny termin zakończenia realizacji zamówienia to 31 maja 2023 r.**

Wykonanie zamówienia oznacza przeprowadzenie kampanii w przyjętym terminie i realizację pełnego zakresu zadania wraz z osiągnięciem założonych rezultatów a także z przygotowaniem i dostarczeniem raportu / ewaluacji do siedziby Zamawiającego. Ze względu na to, że zebranie i weryfikacja ostatecznych wyników dotyczących skutków kampanii wymaga czasu, **dopuszcza** się przesłanie raportu / ewaluacji w terminie do **20 dni roboczych** od ostatecznego terminu zakończenia realizacji zamówienia. Za opracowanie ww. raportu Wykonawcy nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie.

#### 1.1.3.6. **Efekty i rezultaty planowanej kampanii:**

##### 1.1.3.6.1. **Efekty:**

- 1.1.3.6.1.1. rola **edukacyjna** – zrozumienie autyzmu, zrozumienie sytuacji dorosłych osób z ASD, poszanowanie praw osób z ASD

1.1.3.6.1.2. rola **antydiskryminacyjna** – wskazanie obecnej sytuacji społeczno-prawnej osób z ASD (brak ośrodków pobytu stałego, brak dostosowanych przepisów prawa, które umożliwią powstanie ośrodków, brak przepisów zabezpieczających koszty utrzymania)

1.1.3.6.1.3. rola **świadomościowa** – wzmocnienie empatii, pokazanie potrzeb dorosłych osób z ASD, w tym w zakresie funkcjonowania wśród bliskich, w rodzinie, w środowisku lokalnym, przestrzeni publicznej oraz wskazania dostosowań i udogodnień dla osób z ASD w miejscach publicznych

#### 1.1.3.6.2. **Rezultaty:**

1.1.3.6.2.1. liczba osób, do których dotrą działania (zasięg) ww. kampanii społecznej dotyczącej praw człowieka – co najmniej **10.000**.

1.1.3.6.2.2. w ramach kampanii zrealizowanych zostanie co najmniej **8** różnych grup działań (których celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy jak i zmiany myślenia w społeczeństwie w tym poprzez przygotowanie, opracowanie i emisję spotu informacyjnego

#### 1.1.4. **Szczegółowy zakres działań.**

##### 1.1.4.1. **Działania obligatoryjne.**

1.1.4.1.1. Produkcja spotu. Opracowanie, przygotowanie, produkcja oraz emisja **spotu wideo** – informacyjnego (edukacyjnego) materiału audiowizualnego dotyczącego tematyki kampanii.

W ramach produkcji Wykonawca zapewni: opracowanie scenariusza, oświetlenie planu zdjęciowego, przygotowanie lokacji oraz scenografii, nagranie materiału, montaż filmu, postprodukcję obrazu, udźwiękowienie i muzykę, zapewni ponadto (we współpracy z Zamawiającym) aktorów (osoby występujące w filmie).

Wykonawca zapewni dystrybucję video: promocję i emisję w mediach tradycyjnych, internetowych oraz social mediach.

Długość spotu: minimum 60 sek.

Treść spotu: w Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi proponowany scenariusz spotu ukazujący przykładową sytuację (case) dotyczącą dorosłych osób z autyzmem i z niepełnosprawnościami sprzężonymi (niepełnosprawność

intelektualna) w kontekście zagrożeń związanych z możliwym wykluczeniem społecznym i perspektywami na przyszłość, ukazujący specyfikę (odmienność ich funkcjonowania w stosunku do osób bez-autyzmu) oraz kontekst rodzinny i społeczny.

- 1.1.4.1.2. Produkcja materiałów, produkcja treści: informacji prasowych, artykułów (przygotowanie tekstów/edycja przesłanych tekstów, korekta copywriterska, dopasowanie treści pod grupę odbiorców), materiałów graficznych: grafik, infografik, animacji (w tym dostosowanie zdjęć przez grafika do identyfikacji wizualnej) na potrzeby prowadzenia kampanii w mediach tradycyjnych i sieci, w celu realizacji organicznej i płatnej kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych (np. Facebook, YouTube, Tik Tok, Instagram, podcasty) - dostosowanej do grup odbiorców w różnych lokalizacjach (regionalna – Małopolska i ogólnopolska), we wszystkich grupach wiekowych - osób pełnoletnich, w języku polskim.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi propozycję głównych haseł i myśli przewodnich kampanii.

- 1.1.4.1.3. Prowadzenie działań - realizacja kampanii z wykorzystaniem Internetu, social mediów, portali online, podcastów, mediów tradycyjnych (prasa, radio, telewizja) o zasięgu ogólnopolskim i lokalnym, plasowanie materiałów w mediach.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi listę proponowanych kanałów komunikacyjnych i opis realizowanych przy ich pomocy działań.

- 1.1.4.1.4. Prowadzenie działań realizacji kampanii z influencerami i mikroinfluencerami.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi listę potencjalnych osób do pozyskania i opis ich roli we wspieraniu kampanii.

- 1.1.4.1.5. Prowadzenie działań realizacji kampanii z zaangażowaniem i wsparciem Grup z Social Mediów.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi listę potencjalnych Grup z Social Mediów i opis ich roli w kampanii.

- 1.1.4.1.6. Pozyskanie patronatów medialnych i honorowych.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi propozycję listy preferowanych patronów medialnych i honorowych kampanii.

- 1.1.4.1.7. Współpraca z dziennikarzami i mediami.

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi listę potencjalnych partnerów do pozyskania.

1.1.4.1.8. Ewaluacja. Przygotowanie Raportu końcowego (podsumowującego wykonane działania i zawierającego ocenę skutków kampanii) przez Wykonawcę:

Zadaniem Wykonawcy będzie zebranie i udokumentowanie informacji na temat rezultatów kampanii a mianowicie liczby osób, do których dotrą działania kampanii społecznej (z podziałem na płeć i grupę wiekową) a także przedstawienie raportu końcowego podsumowującego kampanię w podziale na poszczególne kanały komunikacji, obejmującego między innymi:

1.1.4.1.5.1. opis wykonywanych w ramach kampanii działań wraz z terminem ich realizacji.

1.1.4.1.5.2. udokumentowanie działań wykonanych w ramach kampanii uwzględniające wszystkie wykorzystane materiały reklamowe w formie materiałów drukowanych, linków do stron www, zrzutów z ekranów lub innych dowodów działań;

1.1.4.1.5.3. opis skuteczności kampanii w formie statystyk i (jeżeli to możliwe) udokumentowanych informacji o zasięgach Raport podsumowujący działania kampanii, wygenerowany zostanie na podstawie danych z platformy monitoringu mediów oraz uwzględniający parametry wybranych haseł w Google Trends. Wykonawca przedstawi raport końcowy w formie dokumentu wraz z analizą skuteczności całej kampanii (ewaluacją).

Ze względu na to, że zebranie i weryfikacja ostatecznych wyników dotyczących skutków kampanii dopuszcza się przesłanie raportu /ewaluacji w terminie do 20 dni roboczych od ostatecznego terminu zakończenia realizacji zamówienia. Za opracowanie ww. raportu Wykonawcy nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie.

1.1.4.2. **Działania uzupełniające** - w zależności od przedstawionej Koncepcji Kreatywnej Kampanii działania **opcjonalne to** np.: akcje miejskie – działania w przestrzeni miejskiej, działania edukacyjne i lub inne uzasadnione w koncepcji kreatywnej formy działań w tym konkursy, eventy, wystawy.

1.1.4.2.1. Wybór i zaangażowanie do wspierania działań kampanii Ambadora kampanii (osoby znanej, rozpoznawalnej, opiniotwórczej, szanowanej).

W Koncepcji Kreatywnej Kampanii - KKK (patrz oferta Wykonawcy) Wykonawca przedstawi listę potencjalnych kandydatek/kandydatów na Ambadorkę/Ambadora Kampanii i pomysł na sposób ich pozyskania do współpracy.

1.1.5. **Oferta Wykonawcy** zawierać będzie:

- 1.1.5.1. Koncepcję kreatywną kampanii - KKK (wstępny konspekt kampanii społecznej - uświadamiającej w formie dokumentu lub prezentacji multimedialnej) opracowaną na podstawie Opisu przedmiotu zamówienia (OPZ), sporządzoną ze szczególnym uwzględnieniem: innowacyjności form dotarcia do odbiorców oryginalności pomysłu, maksymalnym wykorzystaniu potencjału medialnego i pełną spójnością zaproponowanej koncepcji z założeniami opisanymi w OPZ, jak również zgodnością z misją i wizją, wizerunkiem oraz celami Zamawiającego – Fundacji Wspólnota Nadziei. Zaproponowane hasła i myśli przewodnie zawarte w koncepcji kreatywnej kampanii (KKK) będą adekwatne do grupy docelowej, wystarczające dla przyciągnięcia znacznej liczby odbiorców, a zaproponowane pomysły będą miały wysoki potencjał medialny, będą chwytliwe, oryginalne, innowacyjne oraz nowatorskie.
    - 1.1.5.1.1. KKK zawierać będzie listę i opis proponowanych środków dotarcia do grupy docelowej (kanały dotarcia do odbiorców) wraz z uzasadnieniem ich efektywności medialnej i atrakcyjności.
    - 1.1.5.1.2. KKK zawierać będzie listę proponowanych/ potencjalnych osób do pozyskania (influencerów i mikroinfluencerów) i opis ich roli we wspieraniu kampanii.
    - 1.1.5.1.3. KKK zawierać będzie listę proponowanych do współpracy Grup z Social Mediów i opis ich roli w kampanii.
    - 1.1.5.1.4. KKK zawierać będzie listę preferowanych do pozyskania patronów medialnych i honorowych kampanii.
    - 1.1.5.1.5. KKK zawierać będzie listę proponowanych partnerów medialnych kampanii.
    - 1.1.5.1.6. KKK zawierać będzie wstępny harmonogram działań, plan kampanii oraz uzasadnienie realności realizacji działań i osiągnięcia rezultatów przy proponowanych środkach dotarcia do adresatów w zakładanym terminie (przedziale czasowym).
    - 1.1.5.1.7. KKK zawierać będzie cenę brutto kosztu kampanii z podziałem na kluczowe pozycje wymienione w 1.1.4.1. Działania obligatoryjne.
  - 1.1.5.2. Oferta Wykonawcy zawierać będzie informację o wysokości gwarantowanego zasięgu kampanii (czyli gwarantowanej przez Wykonawcę liczbie przedstawicieli grupy docelowej, którzy obejrzą spot i do których dotrą materiały, treści, informacje i przekazy przygotowane na potrzeby kampanii).
- 1.1.6. Oferta złożona musi obejmować cały zakres prac przewidzianych w zapytaniu ofertowym.
- 1.1.7. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia.

1.1.8. Kody CPV:

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

1.1.9. Miejsce realizacji: Polska.

## 2. Kryteria oceny oferty.

Zamawiający, przy ocenie ofert, zastosuje dwa kryteria:

- 1) C1 - cena oferty brutto,
- 2) C2 – liczba odbiorców kampanii.

## 3. Informacja na temat wag punktowych lub procentowych przypisanych do poszczególnych kryteriów oceny oferty.

Zamawiający, stosując dwa wskazane w pkt. 2 kryteria oceny ofert, przypisuje im następujące wagi procentowe:

- 1) C1 – cena oferty brutto – 60%,
- 2) C2 – liczba odbiorców kampanii – 40%.

Zamawiający wybierze najkorzystniejszą ofertę, kierując się następującym kryterium:

C1 – cena oferty brutto - za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta o najniższej cenie,  
C2 – liczba odbiorców kampanii – jako kryterium efektywności działań, za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta o największym gwarantowanym zasięgu, czyli liczbie osób - przedstawicieli grupy docelowej do której dotrą działania kampanii społecznej .

## 4. Informacja na temat sposobu przyznawania punktacji za spełnienie danego kryterium.

1) Zamawiający wybierze najkorzystniejszą ofertę, przyznając punktację za spełnienie kryteriów w następujący sposób (100% = 100 pkt):

a) C1 – cena oferty brutto – 60%  
(za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta o najniższej wysokości ceny oferty brutto)

$$C1 = \frac{\text{Najniższa cena brutto złożonej oferty}}{\text{Wysokość ceny brutto oferty badanej}} \times 60\%$$

b) C2 – liczba odbiorców kampanii – 40%



(za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta o najwyższej gwarantowanej liczbie osób - przedstawicieli grupy docelowej, do której dotrą działania kampanii społecznej)

$$C2 = \frac{\text{Liczba odbiorców kampanii w ofercie badanej}}{\text{Największa ilość odbiorców kampanii w złożonej ofercie}} \times 40\%$$

- 2) Cena powinna uwzględniać wszystkie koszty realizacji usługi.
- 3) Obliczenia dokonywane są do dwóch miejsc po przecinku.
- 4) Za najkorzystniejszą ofertę zostanie uznana oferta, która uzyska największą liczbę punktów (C1 + C2).
- 5) Po otrzymaniu ofert, nastąpi ich ocena.
- 6) Zamawiający podpisze umowę z wybranym wykonawcą, po przekazaniu zawiadomienia o wyborze oferty.
- 7) Jeżeli wykonawca, którego oferta została wybrana uchyli się od zawarcia umowy na wykonanie zamówienia, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert.

## 5. Warunki udziału w postępowaniu.

O wykonanie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

- posiadają niezbędne doświadczenie w realizacji kampanii społecznych - Wykonawca spełni warunek dotyczący doświadczenia, jeśli wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał należycie co najmniej 1 usługę polegającą na przeprowadzeniu kampanii informacyjnej i promocyjnej w zakresie podobnym jak przedmiot niniejszego zamówienia, tj. kampanii społecznej na rzecz grupy zagrożonej wykluczeniem społecznym obejmującej minimum 2 z wymienionych zakresów działań: 1. kampanię w social mediach, 2. kampanię połączoną z produkcją i emisją spotu informacyjnego, 3. kampanię o skali ogólnopolskiej.
- dysponują potencjałem ekonomicznym i technicznym do wykonania przedmiotu zamówienia.

Zamawiający w celu potwierdzenia warunków wymaga przedłożenia następującego dokumentu: Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu.

## 6. Informacja na temat zakresu wykluczenia z możliwości realizacji zamówienia.

Zamówienie nie może zostać udzielone podmiotom powiązanim osobowo lub kapitałowo z 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, w szczególności poprzez:

- a. uczestnictwo w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- b. posiadanie udziałów lub co najmniej 10% akcji;

- c. pełnienie funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- d. 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.

Zamawiający wymaga w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania, aby Wykonawca złożył Oświadczenie o bezstronności i niezależności na wzorze stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego zapytania.

#### **7. Tryb składania ofert oraz powiadamiania oferentów o wynikach prowadzonego postępowania w sprawie zamówienia.**

- a) Ofertę należy sporządzić na załączonym druku oferty, stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego zapytania, w języku polskim, w formie pisemnej, czytelnie, komputerowo lub odręcznie nieścieralnym atramentem lub długopisem.
- b) Do Oferty należy dołączyć:
  - a. Koncepcję Kreatywną Kampanii,
  - b. oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, w tym wykaz zrealizowanych kampanii społecznych wraz z terminem ich wykonania,
  - c. oświadczenie o bezstronności i niezależności,

**Ofertę, w formie skanów podpisanych dokumentów, należy przesłać za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres email: [ebolak@farma.org.pl](mailto:ebolak@farma.org.pl)**  
**W temacie wiadomości należy dopisać: „OFERTA – KAMPANIA SPOŁECZNA”.**

Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty, Zamawiający poinformuje drogą elektroniczną każdego Oferenta o wyniku postępowania.

#### **8. Termin składania ofert.**

**Termin składania ofert upływa w dniu 23.03.2023 r. o godzinie 12.00. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.**

#### **9. Osoba do kontaktu w sprawie zamówienia:**

Edward Bolak, email: [ebolak@farma.org.pl](mailto:ebolak@farma.org.pl); tel. +48 606 837 302

#### **10. Informacje dodatkowe.**

- 1) Zapytanie jest wysłane do co najmniej trzech potencjalnych Wykonawców.
- 2) Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu, w tym kosztów sporządzenia oferty.
- 3) Oferent może wprowadzić zmiany w złożonej ofercie lub ją wycofać, pod warunkiem, że uczyni to przed upływem terminu składania ofert. Zarówno zmiana jak i wycofanie oferty wymagają zachowania formy pisemnej.

- 4) Zamawiający wykluczy z postępowania Oferentów, którzy nie spełniają warunków udziału w postępowaniu.
- 5) Ofertę Oferenta wykluczonego z postępowania uznaje się za odrzuconą.
- 6) Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia zapytania ofertowego bez podania przyczyny w przypadku zaistnienia okoliczności nieznanych Zamawiającemu w dniu sporządzania niniejszego zapytania ofertowego.
- 7) Zamawiający poinformuje wszystkich Oferentów, którzy złożyli oferty o wynikach postępowania, natomiast z wybranym Wykonawcą zostanie ustalony termin podpisania Umowy.
- 8) Termin związania ofertą to 30 dni kalendarzowych od dnia upływu terminu składania ofert.
- 9) Jeżeli złożona zostanie tylko jedna ważna oferta przewyższająca kwotę, którą Zamawiający może przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, Zamawiający zastrzega sobie możliwość negocjowania przedstawionych cen i innych warunków związanych z realizacją zadania.

**Załączniki:**

- 1) Wzór formularza „Oferta na wykonanie usługi opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii społecznej”
- 2) Wzór oświadczenia o bezstronności i niezależności.

**Załącznik nr 1**

**Oferta na wykonanie usługi realizacji opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii społecznej**

.....  
Pieczęć Wykonawcy

**OFERTA**

**Dane dotyczące Wykonawcy**

Nazwa .....

Siedziba .....

Nr NIP..... Nr REGON.....

Wszelką korespondencję w sprawie niniejszego postępowania należy kierować na nasz adres:.....

e-mail: ..... tel. ....

1. Oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę:  
cena brutto: ..... zł (słownie: ..... złotych),  
w tym kwota podatku VAT: ..... zł (słownie: ..... złotych),  
cena netto: ..... zł (słownie: ..... złotych).
2. Gwarantujemy zasięg kampanii na poziomie: ..... (co oznacza zakładaną liczbę odbiorców kampanii społecznej).
3. Usługa określona w przedmiocie zamówienia zostanie wykonana w terminie: .....
4. Raport zawierający podsumowanie wykonanych działań i ocena skutków kampanii przez Wykonawcę zostanie dostarczony w terminie: .....
4. Zobowiązujemy się do przeprowadzenia kampanii społecznej zgodnie z zapisami zapytania ofertowego.

**Załączniki:**

- a) Koncepcja Kreatywna Kampanii,
- b) oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, w tym wykaz zrealizowanych kampanii społecznych wraz z terminem ich wykonania,
- c) oświadczenie o bezstronności i niezależności.

Data .....

.....  
Podpis/y/ osoby/osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy/ów

## Załącznik nr 2

### Wzór oświadczenia o bezstronności i niezależności.

Przystępując do realizacji usługi opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii społecznej w ramach realizowanego przez Fundację Wspólnota Nadziei działania pn.: „Poznać, aby zrozumieć - kampanie społeczne (uświadamiające) – zwiększenie świadomości wśród decydentów, ale i w społeczeństwie”, projektu: „Zrozumieć i wspierać – ochrona praw osób z autyzmem” finansowanego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię z Funduszy EOG w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny, realizowanego przez Fundację Wspólnota Nadziei (numer Umowy Grantowej: K1d/0687 z dnia 24.01.2022), oświadczam, że:

.....(nazwa i siedziba Wykonawcy)  
nie jest osobą prawną lub innym podmiotem wchodzącym w skład struktury organizacyjnej Zamawiającego, nie jest powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, nie jest powiązany osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego, nie jest również powiązany osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy, w szczególności poprzez:

- a. uczestnictwo w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- b. posiadanie udziałów lub co najmniej 10% akcji,
- c. pełnienie funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- d. 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.

.....  
(data i miejsce)

.....  
Podpis/y/ osoby/osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy/ów