

Tyczyn, dnia 2 września 2013 roku

**ZAPYTANIE OFERTOWE NR 40/RTRP/SC/2013- OPRACOWANIE STRATEGII MARKI
„DOLINY STRUGU”**

1. Zamawiający

Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu”.

ul. Myśliwska 16, 36-030 Błazowa

tel. 17 230 55 77

Osoba upoważniona przez Zamawiającego do bieżących kontaktów, w tym udzielania odpowiedzi na zapytania oferentów: Jacek Kotula tel. 17 230 55 77, mail: j.kotula@dolinastrugu.pl

2. Tryb udzielenia zamówienia

Zamawiający realizując niniejsze postępowanie nie jest zobowiązany stosować przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych. W celu zapewnienia wydatkowania przyznanych środków w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasady terminowego uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów oraz zasady uczciwej konkurencji, transparentności i równego traktowania potencjalnych wykonawców niniejsze postępowanie toczy się w oparciu o zasadę konkurencyjności - tj. skierowania zapytania ofertowego o identycznej treści do co najmniej 3 oferentów.

3. Tytuł projektu

Wieloaspektowy Program Rozwoju „Sami Sobie” w mikroregionie „Dolina Strugu”, realizowany przez Regionalne Towarzystwo Rolno - Przemysłowe „Dolina Strugu”, współfinansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

4. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii marki Doliny Strugu, a w tym:

- a) W etapie I wykonanie analiz, badań i projektu strategii marki. Analizy i badania powinny obejmować:
 - 1) Wewnętrzne grupy zainteresowane działaniami promocyjnymi mikroregionu.
 - 2) Identyfikację i charakterystykę jakościową oraz ilościową grup docelowych dla projektowanych działań w zakresie promocji turystycznej i gospodarczej.
 - 3) Analizę wizerunku mikroregionu w wewnętrznych i zewnętrznych grupach docelowych określonych dla celów promocji



Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu”

ul. Myśliwska 16; 36-030 Błazowa

Tel.: +48 17 230 55 77

Fax : +48 17 230 12 10

e-mail: strug@intertele.pl

www.dolinastrugu.pl

- 4) Identyfikację i charakterystykę regionów konkurencyjnych dla mikroregionu „Dolina Strugu”, z uwzględnieniem otoczenia wojewódzkiego oraz krajowego
- 5) Syntezę dotychczasowych oraz zaplanowanych (podanych do publicznej wiadomości w dniu podpisania umowy) działań marketingowych prowadzonych przez regiony zidentyfikowanych jako konkurencyjne
- 6) Określenie względnej atrakcyjności gospodarczej mikroregionu „Dolina Strugu” w relacji do regionów konkurencyjnych
- 7) Określenie obecnych i prognozowanych uwarunkowań strategicznych wynikających z otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego mikroregionu „Dolina Strugu”, ze wskazaniem na: wagę zidentyfikowanych uwarunkowań dla przyszłych działań promocyjnych mikroregionu oraz potencjalne zagrożenia dla realizacji zamierzeń promocyjnych
- 8) Charakterystykę produktu marketingowego mikroregionu „Dolina Strugu”, ze szczególnym uwzględnieniem subproduktów: turystycznego oraz gospodarczego
- 9) Syntezę przedsięwzięć o charakterze promocyjnym realizowanych dotychczas przez Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu” oraz inne podmioty działające na rzecz promocji mikroregionu „Dolina Strugu”

Projekt strategii marki powinien obejmować:

- 1) Określenie wytycznych strategicznych dla marki mikroregionu „Doliny Strugu”, w tym:
 - a. Określenie kluczowych elementów tożsamości marki;
 - b. Określenie idei przewodniej marki;
 - c. Określenie unikalnych cech - wyróżników marki, np. poprzez wskazanie USP marki;
 - d. Zdefiniowanie wizji i misji marki;
 - e. Zdefiniowanie długookresowych celów strategicznych kreacji i promocji marki.
- 2) Przypisanie celów operacyjnych kreacji i promocji marki służących realizacji długookresowych celów strategicznych.
- 3) Określenie pozycjonowania marki we wskazanych grupach docelowych.
- 4) Określenie szczegółowego planu wdrażania i promocji marki mikroregionu „Dolina Strugu” według przyjętych zasad pozycjonowania w określonych grupach docelowych, wskazującego:
 - a. Narzędzia kreacji i promocji marki (promotion-mix), w tym projekty rozwiązań wykorzystujących i propagujących współpracę różnych środowisk na rzecz kreacji i promocji marki mikroregionu;
 - b. W sposób syntetyczny zasady wynikające z księgi marki (dokument stanowiący przedmiot odrębnego zlecenia).
- 5) Sformułowanie propozycji instytucji/podmiotów odpowiedzialnych za realizację poszczególnych celów strategicznych, operacyjnych oraz narzędzi;
- 6) Określenie szczegółowego harmonogramu zgodnego z harmonogramem promocji marki przewidzianym w projekcie wskazanym w punkcie 3 niniejszego zapytania.
- 7) Określenie metod i narzędzi monitoringu, kontroli oraz ewaluacji wdrażania strategii.

b) W etapie II poznanie opinii środowisk poprzez:



Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu”
ul. Myśliwska 16; 36-030 Błażowa
Tel.: +48 17 230 55 77
Fax : +48 17 230 12 10
e-mail: strug@intertele.pl
www.dolinastrugu.pl

- 1) Prowadzenie konferencji z udziałem osób opiniotwórczych w środowisku lokalnym.
 - 2) Uzyskanie opinii osób ze środowiska naukowego,
 - 3) Przeprowadzenie badania rynkowego
- c) W etapie III opracowanie ostatecznej wersji strategii marki „Doliny Strugu” z uwzględnieniem efektów wypracowanych w etapie II.
- d) Dostarczenie po 1 szt. dokumentów wskazanych w lit a), b) i c) w formie wydruk oraz w wersji elektronicznej na nośniku CD/DVD.
- e) Przeniesienie praw autorskich.

5. Wymagania w stosunku do Wykonawcy:

- Wykonawca ma obowiązek wykonania wszelkich prac związanych z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z postanowieniami umowy, ze złożoną ofertą, z niniejszym zakresem zadań, oraz zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa,
- Wykonawca/personel wykonawcy odpowiedzialny za realizację zamówienia musi posiadać co najmniej stopień naukowy doktora nauk ekonomicznych,
- Wykonawca/personel wykonawcy odpowiedzialny za realizację zamówienia musi posiadać niezbędne doświadczenia w zakresie objętym zamówieniem tj. musi posiadać, co najmniej jedną publikację z dziedziny marketingu.

6. Termin realizacji zamówienia

- w zakresie wskazanym w etapie I Wykonawca zobowiązany będzie do dostarczenia pierwszej wersji dokumentów w terminie do 31 października 2013 roku.
- w zakresie wskazanym w etapie II Wykonawca zobowiązany będzie do zrealizowania działań w terminie 30 dni kalendarzowych od dokonania odbioru przez zamawiającego dokumentów sporządzonych w ramach etapu II.
- w zakresie wskazanym w etapie III Wykonawca zobowiązany będzie do dostarczenia ostatecznej wersji strategii marki „Doliny Strugu” z uwzględnieniem efektów etapu II w terminie 14 dni od sfinalizowania etapu II.

7. Forma wynagrodzenia oraz termin płatności

Wynagrodzenie płatne przelewem bankowym w terminie określonym umową świadczenia usług.

8. Kryteria oceny ofert

Każda z ofert zostanie oceniona według poniższych kryteriów:

- **kryterium ceny - maksymalnie 70 pkt.**

Oceniane będzie według następujących zasad:



- oferta o najniższej cenie - 70 pkt.
- Punkty dla każdej kolejnej oferty wyliczane będą wg wzoru:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{najniższa cena brutto z tytułu realizacji przedmiotu zamówienia wynikająca ze złożonych ofert}}{\text{cena brutto z tytułu realizacji przedmiotu zamówienia wynikająca ze złożonej oferty}} \times 70$$

- kryterium jakości personelu zaangażowanego w realizację zamówienia - maksymalnie 30 pkt.

Oceniane będzie według następujących zasad:

- Stopień/tytuł naukowy personelu zaangażowanego w realizację zamówienia:
Doktor nauk ekonomicznych - 5 pkt.
Doktor habilitowany nauk ekonomicznych - 10 pkt.
Profesor zwyczajny nauk ekonomicznych - 15 pkt.
- Liczba publikacji z dziedziny marketingu, personelu zaangażowanego w realizację zamówienia:
Do 5 publikacji - 5 pkt.
Od 6 do 10 publikacji - 10 pkt.
Od 11 publikacji - 15 pkt.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z ważnych przyczyn, w szczególności w przypadku gdy najkorzystniejsza oferta przekracza kwotę zaplanowaną przez Zamawiającego na sfinansowanie niniejszego zamówienia.

9. Sposób i termin składania ofert

Pisemne oferty prosimy przysyłać lub dostarczyć do Biura Projektu Regionalnego Towarzystwa Rolno-Przemysłowego „Dolina Strugu”, ul. Kościuszki 8, 36-020 Tyczyn w terminie: do godz. 15.00 do dnia 16 września 2013 r.

10. Sposób przygotowania oferty

Oferta musi zawierać:

1. Kompletnie wypełniony formularz oferty (załącznik nr 1),
2. Parafowany wzór umowy (Załącznik nr 2)
3. Podpisaną klauzulą antykorupcyjną (Załącznik nr3)
4. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu (Załącznik nr4)
5. Kopię potwierdzoną za zgodność z oryginałem dokumentu/-ów potwierdzających stopień/tytuł naukowy personelu zaangażowanego w realizację zamówienia
6. Wykaz publikacji z dziedziny marketingu personelu zaangażowanego w realizację zamówienia



Oferta powinna zostać sporządzona na papierze firmowym oferenta lub opatrzona pieczęcią firmową, mieć datę sporządzenia oraz podpisy osób reprezentujących oferenta. Ofertę należy składać w zamkniętej kopercie z następującym napisem „Oferta na zapytanie ofertowe 40/RTRP/SC/2013”.

11. Termin wyboru oferty i sposób powiadomienia oferentów

Zamawiający ogłosi wybór Wykonawcy na stronie www.dolinastrugu.pl w terminie 14 dni roboczych od ostatniego dnia, w którym mija termin przyjmowania ofert.

12. Informacje administracyjne

Niniejsze zapytanie ofertowe umieszczono na stronie www.dolinastrugu.pl i tablicy ogłoszeń

Załączniki:

1. Formularz ofertowy (Załącznik nr1)
2. Wzór umowy (Załącznik nr 2)
3. Klauzula antykorupcyjna (Załącznik nr3)
4. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu (Załącznik nr4)



Załącznik nr 1 - Formularz ofertowy

OFERTA WYKONAWCY

Ja, niżej podpisany

Imię i nazwisko

Adres

NIP (jeżeli dotyczy)

w odpowiedzi na zapytanie ofertowe **40/RTRP/SC/2013** w zakresie opracowania strategii marki „Dolina Strugu” składam ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie objętym zapytaniem ofertowym za jednostkową cenę brutto w kwocie zł (słownie:..... zł).

1. Zaproponowana cena uwzględnia wszystkie koszty związane z realizacją umowy.
2. Zaoferowana cena jest ceną stałą w okresie obowiązywania umowy.
3. Oświadczam, że zapoznałem się z treścią zapytania ofertowego i załącznikami oraz przyjmuję bez zastrzeżeń wymagania zawarte w jej treści.
4. Zobowiązuje się, w przypadku wyboru mojej osoby, do zawarcia umowy w terminie wskazanym przez zamawiającego.
5. Oświadczam, że termin związania z ofertą wynosi 14 dni kalendarzowych od dnia otwarcia ofert.

Do niniejszego formularza są załączone i stanowią integralną część niniejszej oferty, następujące dokumenty:

1. Parafowany wzór umowy (Załącznik nr 2)
2. Podpisana klauzula antykorupcyjna (Załącznik nr3)
3. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu (Załącznik nr4)
4. Kopia potwierdzona za zgodność z oryginałem dokumentu/-ów potwierdzających stopień/tytuł naukowy personelu zaangażowanego w realizację zamówienia
5. Wykaz publikacji z dziedziny marketingu personelu zaangażowanego w realizację zamówienia

.....
miejsowość, data

.....
czytelny podpis osoby upoważnionej do
reprezentowania Wykonawcy



Załącznik nr 2**UMOWA NR**

zawarta w

pomiędzy

zwanym dalej Zleceniobiorcą,

a

Regionalnym Towarzystwem Rolno Przemysłowym „Dolina Strugu”, 36-030 Błazowa,
ul. Myśliwska 16,

reprezentowaną przez:

1. Kazimierza Jaworskiego - Prezesa Zarządu
 2. Kazimierę Zaborowską - Skarbnika
- zwanym dalej Zleceniodawcą.

§ 1

Strony oświadczają że Umowa została zawarta w wyniku postępowania konkursowego.

§ 2

1. Przedmiotem umowy, zwanym dalej „Zamówieniem”, jest opracowanie strategii marki Doliny Strugu w ramach projektu: Wieloaspektowy Program Rozwoju „Sami Sobie” w mikroregionie „Dolina Strugu”, realizowanego przez Regionalne Towarzystwo Rolno - Przemysłowe „Dolina Strugu”, współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy. Niniejsze zamówienie obejmuje:
 - a) W Etapie I wykonanie analiz, badań i projektu strategii marki. Analizy i badania obejmują:
 - 1) Wewnętrzne grupy zainteresowane działaniami promocyjnymi mikroregionu.
 - 2) Identyfikację i charakterystykę jakościową oraz ilościową grup docelowych dla projektowanych działań w zakresie promocji turystycznej i gospodarczej.
 - 3) Analizę wizerunku mikroregionu w wewnętrznych i zewnętrznych grupach docelowych określonych dla celów promocji
 - 4) Identyfikację i charakterystykę regionów konkurencyjnych dla mikroregionu „Dolina Strugu”, z uwzględnieniem otoczenia wojewódzkiego oraz krajowego
 - 5) Syntezę dotychczasowych oraz zaplanowanych (podanych do publicznej wiadomości w dniu podpisania umowy) działań marketingowych prowadzonych przez regiony zidentyfikowanych jako konkurencyjne
 - 6) Określenie względnej atrakcyjności gospodarczej mikroregionu „Dolina Strugu” w relacji do regionów konkurencyjnych



- 7) Określenie obecnych i prognozowanych uwarunkowań strategicznych wynikających z otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego mikroregionu „Dolina Strugu”, ze wskazaniem na: wagę zidentyfikowanych uwarunkowań dla przyszłych działań promocyjnych mikroregionu oraz potencjalne zagrożenia dla realizacji zamierzeń promocyjnych
- 8) Charakterystykę produktu marketingowego mikroregionu „Dolina Strugu”, ze szczególnym uwzględnieniem subproduktów: turystycznego oraz gospodarczego
- 9) Syntezę przedsięwzięć o charakterze promocyjnym realizowanych dotychczas przez Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu” oraz inne podmioty działające na rzecz promocji mikroregionu „Dolina Strugu”

b) Projekt strategii marki obejmuje:

- 1) Określenie wytycznych strategicznych dla marki mikroregionu „Doliny Strugu”, w tym:
 - a. Określenie kluczowych elementów tożsamości marki;
 - b. Określenie idei przewodniej marki;
 - c. Określenie unikalnych cech - wyróżników marki, np. poprzez wskazanie USP marki;
 - d. Zdefiniowanie wizji i misji marki;
 - e. Zdefiniowanie długookresowych celów strategicznych kreacji i promocji marki.
- 2) Przypisanie celów operacyjnych kreacji i promocji marki służących realizacji długookresowych celów strategicznych.
- 3) Określenie pozycjonowania marki we wskazanych grupach docelowych.
- 4) Określenie szczegółowego planu wdrażania i promocji marki mikroregionu „Dolina Strugu” według przyjętych zasad pozycjonowania w określonych grupach docelowych, wskazującego:
 - a. Narzędzia kreacji i promocji marki (promotion-mix), w tym projekty rozwiązań wykorzystujących i propagujących współpracę różnych środowisk na rzecz kreacji i promocji marki mikroregionu;
 - b. W sposób syntetyczny zasady wynikające z księgi marki (dokument stanowiący przedmiot odrębnego zlecenia).
- 5) Sformułowanie propozycji instytucji/podmiotów odpowiedzialnych za realizację poszczególnych celów strategicznych, operacyjnych oraz narzędzi;
- 6) Określenie szczegółowego harmonogramu zgodnego z harmonogramem promocji marki przewidzianym w projekcie wskazanym w punkcie 3 niniejszego zapytania.
- 7) Określenie metod i narzędzi monitoringu, kontroli oraz ewaluacji wdrażania strategii.

c) W etapie II poznanie opinii środowisk poprzez:

- a. Prowadzenie konferencji z udziałem osób opiniotwórczych w środowisku lokalnym.
- b. Uzyskanie opinii osób ze środowiska naukowego,
- c. Przeprowadzenie badania rynkowego

d) W etapie III opracowanie ostatecznej wersji strategii marki „Doliny Strugu” z uwzględnieniem efektów etapu II.



- e) Dostarczenie po 1 szt. dokumentów wskazanych w lit a) w formie wydruku oraz w wersji elektronicznej na nośniku CD/DVD.
- f) Przeniesienie praw autorskich.
- 2. Zleceniobiorca zobowiązany jest do dostarczenia do zatwierdzenia Zleceniodawcy po 1 szt. dokumentów wskazanych w ust. 2, lit a), b), c) i d) w formie wydruk oraz w wersji elektronicznej na nośniku CD/DVD.
- 3. Termin wykonania dzieła ustala się na:
 - a) w zakresie wskazanym w ust. 2, lit. a) i b) Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia pierwszej wersji dokumentów w terminie do 31 października 2013 roku
 - b) w zakresie wskazanym w ust. 2, lit. c) Wykonawca zobowiązuje się do zrealizowania działań w terminie 30 dni kalendarzowych od dokonania odbioru przez zamawiającego dokumentów wskazanych w lit. a) niniejszego ust.
 - c) w zakresie wskazanym w ust. 2, lit. d), e) i f) Wykonawca zobowiązuje się do zrealizowania działań w terminie ostatecznej wersji strategii marki „Doliny Strugu” z uwzględnieniem efektów działań wskazanych w lit. b) niniejszego ust. w terminie 14 dni od sfinalizowania działań wskazanych w lit. b) niniejszego ust.

§ 3

- 1. Zleceniobiorca przenosi na Zleceniodawcę całość praw majątkowych do dzieła wymienionego w § 2 w zakresie utrwalenia, zwielokrotniania określoną techniką, wprowadzania do obrotu, wprowadzania do pamięci komputera, publicznego wykonania albo publiczne odtworzenia, wystawienia, wyświetlania, najmu, dzierżawy, udzielania licencji na wykorzystania, nadania za pomocą wizji lub fonii przewodowej albo bezprzewodowej przez stację naziemną, nadania za pośrednictwem satelity, równoczesnego i integralnego nadania utworu nadawanego przez inną organizację radiową, telewizyjną albo korzystającą z innych elektronicznych środków przekazu.
- 2. Zleceniodawcy przysługuje prawo dalszej odsprzedaży nabytej części autorskich praw majątkowych do każdego z dzieł wymienionych w § 2 bez zgody Zleceniobiorcy.
- 3. Przeniesienie praw dotyczy dzieła w stanie w jakim znajduje się w dniu przeniesienia oraz w każdym następnym dniu włącznie z dokonywanymi przez Zleceniobiorcę zmianami, poprawkami, rozbudową, uzupełnieniami i modyfikacjami.

§4

- 1. Za realizację Zamówienia Strony ustalają wynagrodzenie w wysokości zł. brutto (słownie: 00/100).
- 2. Zapłata wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1, dokonana będzie przelewem na rachunek bankowy wskazany przez Zleceniobiorcę w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania przez Zleceniodawcę prawidłowo wystawionej faktury VAT. Podstawą wystawienia faktury jest podpisanie przez Zleceniodawcę protokołu odbioru, o którym mowa w § 5 ust. 1, bez zastrzeżeń. Adresem dla doręczenia Zleceniodawcy



faktury/rachunku jest:

Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu”
Biuro Projektu, 36-020 Tyczyn, ul. Kościuszki 8.

3. Faktura/rachunek zostanie wystawiona w dwóch egzemplarzach, z których pierwszy będzie oryginałem, a drugi kopią.
4. Jako dzień zapłaty Strony ustalają dzień wydania dyspozycji przelewu z rachunku bankowego Zleceniodawcy.
5. Za każdy dzień opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1, Dostawca może żądać od Zleceniodawcy odsetek ustawowych.

§ 5

1. Po zrealizowaniu zamówienia zostanie sporządzony protokół odbioru, który powinien zawierać w szczególności:
 - dzień i miejsce odbioru zamówienia
 - oświadczenie wszystkich członków Komisji Odbioru o braku albo o istnieniu wad w realizacji zamówienia
2. W przypadku nie zatwierdzenia otrzymanych dokumentów - zobowiązanie Zleceniobiorcy do usunięcia wad w terminie określonym przez Komisję Odbioru, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1. Stwierdzenie przez Komisję Odbioru usunięcia przez Zleceniobiorcę wad będzie stanowić podstawę do sporządzenia protokołu odbioru bez zastrzeżeń.

§ 6

Zleceniodawca w przypadku nie wykonania zlecenia w terminie bądź wykonania w sposób nienależyty Zleceniodawca ma prawo do wypowiedzenia umowy zlecenia bez odszkodowania.

§ 7

1. Zleceniobiorca nie może powierzyć realizacji Zamówienia innym podmiotom bez uprzedniej, pisemnej zgody Zleceniodawcy.
2. W razie naruszenia postanowień ust. 1, Zleceniodawca może wypowiedzieć Umowę ze skutkiem natychmiastowym.
3. W przypadku wyrażenia przez Zleceniodawcę zgody, o której mowa w ust. 1, za działania lub zaniechania podmiotów, którym Zleceniobiorca powierzył realizację Zamówienia Zleceniobiorca odpowiada jak za własne.

§ 8

1. W razie niewykonania lub nienależytego wykonania Zamówienia Zleceniobiorca zapłaci Zleceniodawcy karę umowną w wysokości 10% wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1.



2. Za każdy dzień opóźnienia w realizacji Zamówienia Dostawca zapłaci Zleceniodawcy karę umowną w wysokości 0,2% wynagrodzenia określonego w § 4 ust. 1, licząc od dnia upływu terminu, o którym mowa w § 2 ust. 5.
3. Zleceniodawca może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowań przewyższających zastrzeżone na jego rzecz kary umowne.

§ 9

1. Do współpracy w sprawach związanych z wykonaniem Umowy upoważnia się:
 - 1) ze strony Zleceniodawcy:
 - 2) ze strony Zleceniobiorcy:
4. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1, następuje poprzez pisemne powiadomienie drugiej Strony i nie stanowi zmiany treści Umowy.

§ 10

Zmiany treści Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 11

W sprawach nie uregulowanych niniejszą Umową mają zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 12

Spory powstałe w związku z realizacją niniejszej Umowy będą rozpoznawane przez sąd właściwy miejscowo ze względu na siedzibę Zleceniodawcy.

§ 13

Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach: jeden dla Zleceniobiorcy i jeden dla Zleceniodawcy

§ 14

Integralną częścią Umowy są następujące Załączniki:

- 1) Załącznik nr 1- Formularz ofertowy

.....

Zleceniodawca

.....

Zleceniobiorca



Załącznik nr 3

Klauzula antykorupcyjna

Oświadczam, że nie oferowałem ani nie dawałem żadnych korzyści majątkowych w celu wpłynięcia na postępowanie/a o udzielenie zamówienia/zamówień publicznego/yh nr **40/RTRP/SC/2013** w ramach Projektu pn. Wieloaspektowy Program rozwoju „Sami Sobie” w mikroregionie „Dolina Strugu” w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy lub wynik takiego postępowania/nia w sposób sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami oraz, że nie brałem udziału w jakichkolwiek porozumieniach lub ustaleniach pomiędzy Wykonawcami, które miałyby na celu wpłynięcie na postępowanie/a o udzielenie zamówienia/zamówień publicznego/yh lub wynik takiego postępowania/nia w sposób sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami.

.....
miejsowość, data

.....
czytelny podpis



Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu”
ul. Myśliwska 16; 36-030 Błazowa
Tel.: +48 17 230 55 77
Fax : +48 17 230 12 10
e-mail: strug@intertele.pl
www.dolinastrugu.pl

Załącznik nr 4

OŚWIADCZENIE O SPEŁNIANIU WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Oświadczam, że:

1. Posiadam niezbędną wiedzę i doświadczenie do realizacji zamówienia w zakresie objętym zapytaniem ofertowym.
2. Posiadam uprawnienia do wykonywania określonej zamówieniem działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
3. Dysponuję potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania niniejszego zamówienia.
4. Znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
5. Nie podlegam wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia z powodu otwarcia w stosunku do mnie likwidacji lub ogłoszenia upadłości.

* niepotrzebne skreślić

.....
miejsowość, data

.....
czytelny podpis osoby upoważnionej do
reprezentowania Wykonawcy

