

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Nr zamówienia: S2B/09/28

ZAPYTANIE OFERTOWE

(wraz ze specyfikacją zamówienia)

z dnia 11 grudnia 2009 roku

dotyczące: Świadczenia usług pod nazwą „Kampania promocyjna w Internecie” w ramach projektu „S2B Science 2 Business Inkubator Innowacyjności”, nr wniosku o dofinansowanie: WND-POIG.03.01.00-00-009/09, złożony do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu 24 marca 2009 r., w ramach konkursu z działania 3.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”

O Projekcie w ogólności:

Nazwa Projektu: S2B Science 2 Business Inkubator Innowacyjności.

Finansowanie: Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013.

Partnerzy:

- Centrum Innowacji i Transferu Technologii Lubelskiego Parku Naukowo-Technologicznego
- Instytut Maszyn Przepływowych im. Roberta Szewalskiego Polskiej Akademii Nauk
- Politechnika Warszawska, Wydział Elektroniki i Technik Informacyjnych Instytut Informatyki
- Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Cechy Projektu:

- trzy branże, w ramach których mogą być zgłaszane pomysły: biotechnologia i telemedycyna, energia odnawialna oraz technologie informatyczne i mobilne
- wysokość dofinansowania dla realizacji Projektu z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013: ponad 19 mln zł
- możliwość wsparcia finansowego pomysłodawców, w kwocie do 200 tys. EURO (każdy podmiot), poprzez wejście kapitałowe, w celu stworzenia innowacyjnych spółek

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

- Wypełnienie tzw. luki kapitałowej, pierwszego etapu w finansowaniu rozpoczynających działalność innowacyjnych pomysłów.

W ramach Projektu przeanalizowanych będzie około 350 pomysłów dotyczących dziedzin objętych Projektem. Z przeanalizowanych pomysłów około 65 będzie poddana wstępnym analizom na etapie Preinkubacji 1. Następnie około 27 pomysłów (spośród 65 z etapu Preinkubacja 1) na etapie Preinkubacji 2 zostanie poddanych pogłębionym analizom przydatności i innowacyjności technologii oraz przygotowany zostanie plan komercjalizacji. Ostatecznie na etapie Preinkubacji 3 pozostanie minimum 12 pomysłów (spośród 27 z etapu Preinkubacja 2), a etap ten będzie zdominowany przez działania mające na celu komercjalizację pomysłów - w szczególności przygotowanie wdrożeń testowych i ocena ich wyników, przygotowanie Memorandum Inwestycyjnego oraz warunków brzegowych transakcji (Umowa Inwestycyjna), opracowanie dokumentów strategicznych determinujących komercjalizację pomysłu: biznesplany, plany marketingowe, plany sprzedaży itp.

Na wszystkich etapach Preinkubacji przewidziane jest świadczenie usług pod nazwą „Kampania promocyjna w Internecie” objętych niniejszym Zapytaniem Ofertowym na zasadach opisanych we wzorze umowy stanowiącym załącznik numer 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

W wyniku przeprowadzenia powyżej ogólnie opisanych etapów Preinkubacji (1,2,3) będzie przeprowadzony etap komercjalizacji, zakończony wejściem kapitałowym.

Usługi których dotyczy niniejsze Zapytanie Ofertowe będą realizowane stosownie do bieżących potrzeb Zamawiającego w okresie trwania Projektu, od 21.12.2009 roku do 30.06.2012 roku.

Więcej informacji o Projekcie znajduje się pod adresem [http:// www.science2business.pl/](http://www.science2business.pl/)

Więcej informacji na temat programu POIG dostępnych jest na stronach internetowych PARP.

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY:

Fundacja na Rzecz Budowy Społeczeństwa Opartego na Wiedzy "Nowe Media"
ul. Wilamowskiego 10

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

10-718 Olsztyn

KRS 0000174579

NIP 739-33-69-041

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA - OPIS OGÓLNY

1. Opis zamówienia:

- 1.1. Nazwa nadana zamówieniu przez Zamawiającego: świadczenie usług „Kampania promocyjna w Internecie” w ramach projektu „S2B Science 2 Business Inkubator Innowacyjności”
- 1.2. Rodzaj zamówienia: usługi
- 1.3. Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usług „Kampania promocyjna w Internecie” w ramach Projektu w okresie od 21 grudnia 2009 roku do 30 czerwca 2012 roku. Wymiernym i założonym do wykonania rezultatem przeprowadzonych działań będzie liczba odsłon w Internecie na portalach przewidzianych w mediaplanie.

Wśród grup docelowych kampanii promocyjnej w Internecie Science2Business inkubatora innowacyjności, spośród których będą się rekrutowali pomysłodawcy, należy wyróżnić innowatorów, wynalazców, inżynierów, studentów, naukowców i absolwentów uczelni, którzy ukończyli studia związane z zakresami co najmniej jednej z trzech branż Projektu.

Przedmiot zamówienia (z zastrzeżeniem pozostałych postanowień niniejszego Zapytania Ofertowego i stanowiącego jego załącznik wzoru umowy) obejmuje w szczególności:

- a) kampanię promocyjną w Internecie,
- b) produkcję banera na co najmniej 3 wybrane portale tematyczne.

Kampania promocyjna w Internecie ma służyć promocji Science2Business – inkubatora innowacyjności działającego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, a także sprzyjać realizacji celów jakościowych postawionych przed inkubatorem, takich jak:

- pobudzenie inicjatyw innowacyjnych
- pobudzenie i aktywizacja środowisk kobiecych
- szerzenie idei transferu technologii i innowacyjności w środowiskach akademickich
- pobudzenie współdziałania środowisk akademickich z inwestorami
- aktywizacja pomysłodawców celem poziomej wymiany doświadczeń

Sposób realizacji zamówienia

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Zamawiający oczekuje opracowania i wdrożenia:

a) strategii działań promocyjnych w Internecie obejmującej:

- koncepcję dotarcia do grup docelowych
- optymalizację kosztu dotarcia do grup docelowych
- koncepcję działań SEM & SEO
- analizę www.science2business.pl (*landing page*) służącą optymalizacji pod kątem zgodności z narzędziami SEM & SEO

b) mediaplanu - dokumentu taktycznego, obejmującego:

- plan emisji na co najmniej 3 portalach
- powyższa emisja ma obejmować w każdym kwartale co najmniej:
 - 2 portale o tematyce związanej z innowacyjnością i tworzeniem nowych podmiotów
 - 1 portal skierowany do studentów
- poziom odśłon w ramach powołanej emisji: co najmniej 1.000 (jeden tysiąc) odśłon w miesiącu na każdym z powołanych portali.

a także:

c) zakupu stosownego miejsca w mediach i przeprowadzenia (zlecenia) kampanii zgodnie ze strategią działań promocyjnych i mediaplanem,

d) produkcji narzędzi do efektywnego przeprowadzenia kampanii, w tym w szczególności banneru dla 3 wybranych portali tematycznych; przy czym 1 banner w roku kalendarzowym jest tu rozumiany jako jedna linia kreatywna, która – w zależności od form reklamowych funkcjonujących na danym portalu – wymaga opracowania odpowiednich form graficznych, np. *skyscraper*, czy *scroll banner*, etc.

Zakres merytoryczny zamówienia

W ramach dostarczonej usługi Oferent (Wykonawca) zapewnia opracowania niezbędne do skutecznej realizacji emisji kampanii promocyjnej, czyli:

1. Strategię promocji - strategia działań promocyjnych w Internecie:

- koncepcja dotarcia do grup docelowych wskazująca najefektywniejsze kierunki działań w kontekście grup docelowych
- optymalizacja kosztu dotarcia do grup docelowych, m.in. poprzez działania SEM & SEO, zarówno w sieci internetowej, jak i analizę konstrukcji strony internetowej www.science2business.pl, na którą kierowany będzie ruch z kampanii promocyjnej
-

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

2. Mediaplan:

- aktualizowany co pół roku szczegółowy plan działań
- mediaplan powinien zawierać plan emisji wykorzystywanych form promocji na cały okres współpracy

Do obowiązków Oferenta (Wykonawcy) należeć będzie również zakup stosownych mediów i przeprowadzenie (zlecenie) w nich kampanii zgodnie ze strategią działań promocyjnych i media planem, jak również rozliczenie się z wydawcami mediów za przeprowadzone w mediach działania promocyjne.

2. Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej: nie

3. Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej: nie

4. Czas trwania zamówienia: świadczenie usług „Kampania promocyjna w Internecie” w okresie od 21 grudnia 2009 roku do 30 czerwca 2012 roku.

5. Wymagane wadium: nie

6. Tryb postępowania: przetarg pisemny w trybie konkurencyjnym

SEKCJA III: POZOSTAŁE INFORMACJE (W SZCZEGÓLNOŚCI O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM):

1. Opis warunków udziału w postępowaniu:

- 1.1.** Oferenci biorący udział w postępowaniu muszą posiadać stosowne doświadczenie w zakresie analogicznym lub zbliżonym do specyfiki zamówienia oraz wykazać się odpowiednimi kwalifikacjami (pod rygorem wykluczenia Oferenta z postępowania).
- 1.2.** Oferenci nie mogą składać ofert wspólnych (oferty wspólne nie będą brane pod uwagę i zostaną pozostawione bez rozpoznania). Oferenci są uprawnieni do powierzania podwykonawcom usług będących przedmiotem zamówienia. Jeden Oferent może złożyć tylko jedną ofertę (pod rygorem pozostawienia bez rozpoznania wszystkich ofert danego Oferenta).
- 1.3.** Oferta powinna być złożona na piśmie (pod rygorem nieważności) z wykorzystaniem Formularza Oferty stanowiącego Załącznik numer 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego (pod rygorem wykluczenia Oferenta z postępowania).

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

1.4. Do oferty Oferent dołączy proponowaną przez siebie strategię działań promocyjnych w Internecie oraz proponowany media plan zgodnie (obydwa dokumenty) z postanowieniami Sekcji II pkt 1.

2. Podmioty ubiegające się o zamówienie muszą spełniać łącznie, niezależnie od innych określonych w niniejszym Zapytaniu Ofertowym, następujące warunki:

2.1. prowadzą działalność w zakresie świadczenia usług obejmujących promocję z wykorzystaniem Internetu nie krócej niż rok. Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Oferent do oferty dołączy odpis z właściwego rejestru lub ewidencji, z którego wynikać będzie, iż Oferent został wpisany do właściwego rejestru (np. KRS) lub ewidencji (np. EDG) co najmniej rok przed złożeniem Oferty oraz z którego wynika, iż w przedmiocie działalności Oferenta od co najmniej roku jest ujęte świadczenie usług obejmujących promocję z wykorzystaniem Internetu.

2.2. posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz potencjał (w tym techniczny i osobowy) niezbędne do wykonywania zamówienia oraz sytuację finansową i ekonomiczną zapewniającą wykonanie zamówienia, tj.:

(1) Oferent w roku 2009 zrealizował minimum 3 projekty polegające na świadczeniu usług prowadzenia kampanii promocyjnych w Internecie i zakupu mediów elektronicznych. Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Oferent do oferty dołączy ogólny opis minimum 3 projektów zrealizowanych w roku 2009 polegających na świadczeniu wyżej wymienionych usług,

(2) Oferent zapewni świadczenie usług przez zespół nie mniej niż 3 (trzech) osób posiadających (każdy) minimum 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia kampanii promocyjnych w Internecie i zakupu mediów elektronicznych. Każda osoba powołana do projektu powinna w 2009 roku zrealizować lub uczestniczyć w realizacji co najmniej 1 (jednego) projektu polegającego na świadczeniu usług zakupu mediów elektronicznych i prowadzeniu kampanii promocyjnych w Internecie oraz opracowaniu narzędzi internetowych w rodzaju bannerów, a także SEM & SEO. Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Oferent do oferty dołączy:

a. listę co najmniej 3 (trzech) osób posiadających (każda) minimum 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia kampanii promocyjnych w Internecie i zakupu mediów elektronicznych,

b. oświadczenie każdej z osób o których mowa w punkcie poprzedzającym, że w 2009 roku zrealizowała lub uczestniczyła w realizacji co najmniej 1 (jednego)

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

projektu polegającego na świadczeniu usług zakupu mediów elektronicznych i prowadzeniu kampanii promocyjnych w Internecie oraz opracowaniu narzędzi internetowych w rodzaju bannerów, a także SEM & SEO (wymagany jest w tym oświadczeniu ogólny opis tego projektu).

- (3) Oferent dysponuje potencjałem (w tym technicznym i osobowym) niezbędnym do wykonywania zamówienia oraz posiada sytuację finansową i ekonomiczną zapewniającą wykonanie zamówienia. Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Oferent do oferty dołączy oświadczenie o dysponowaniu potencjałem (w tym technicznym i osobowym) niezbędnym do wykonywania zamówienia oraz o tym, że Oferent jest w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej wykonanie zamówienia.

Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu będzie dokonywana wg kryteriów: „tak” – „nie” i zostanie przeprowadzona w oparciu o złożoną przez Oferenta ofertę (wraz z wymaganymi innymi dokumentami i oświadczeniami). Niespełnienie przez Oferenta przynajmniej jednego warunku udziału w postępowaniu skutkuje wykluczeniem z postępowania takiego Oferenta (chyba że niniejsze zapytanie przewiduje inne skutki, np. pozostawienie oferty bez rozpoznania). Zamawiający zastrzega sobie prawo szczegółowego sprawdzenia zgodności złożonej przez Oferenta oferty ze stanem faktycznym, w tym również poprzez wezwanie Oferenta do wyjaśnień. Brak wyjaśnień ze strony Oferenta będzie skutkowało wykluczeniem takiego Oferenta z postępowania. Ocenie i wyborowi podlegać będą jedynie Oferty ważne, sporządzone i złożone Zamawiającemu zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym.

3. Kryterium oceny ofert:

- 3.1. najniższa cena - stawka brutto (z VAT) w złotych polskich za jedną odsłonę na portalu tematycznym stanowiąca średnią arytmetyczną cen za odsłonę na każdym z co najmniej trzech portali tematycznych, na których zostaną zaimplementowane banery, przy czym warunek minimalny do spełnienia to 1000 odsłon miesięcznie na każdym z co najmniej trzech portali tematycznych na których zostały zaimplementowane banery; waga tego kryterium – 70%;
- 3.2. ilość projektów zrealizowanych w roku 2009 przez Oferenta, o których mowa w pkt 2.2. (1); waga tego kryterium – 10%. Sposób liczenia punktów w ramach tego kryterium będzie następujący:
- a. minimum 3 projekty – 5 punktów

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

- b. za każdy następny projekt – 1 punkt, jednak łącznie nie więcej niż 5 punktów;
- 3.3. ilość osób spełniających wymagania opisane w pkt 2.2. (2) uczestniczących w realizacji zamówienia; waga tego kryterium – 10%. Sposób liczenia punktów w ramach tego kryterium będzie następujący:
- a. minimum 3 osoby – 5 punktów
- b. za każdą następną osobę – 1 punkt, jednak łącznie nie więcej niż 5 punktów;
- 3.4. kreatywność propozycji Oferenta rozumiana jako dopasowanie strategii działań promocyjnych w Internecie, media planu (form promocji, miejsc i czasu ich emisji), narzędzi SEM i SEO do grup docelowych; waga tego kryterium – 10%. Sposób liczenia punktów w ramach tego kryterium będzie następujący: od 1 – do 10 punktów w zależności od stopnia dopasowania strategii działań promocyjnych w Internecie, media planu, narzędzi SEM i SEO do grup docelowych

4. Sposób oceny ofert:

Oferent, który złożył ważną ofertę może otrzymać maksymalną liczbę 100 punktów obliczoną zgodnie z poniższym wzorem:

$$P = \frac{C_N}{C_{OB}} \times [70] + \frac{K1_o}{K1_{MAX}} \times [10] + \frac{K2_o}{K2_{MAX}} \times [10] + \frac{K3_o}{K3_{MAX}} \times [10]$$

gdzie:

P - liczba punktów przyznanych Oferentowi

CN - najniższa zaoferowana w postępowaniu Cena,

COB – cena zaoferowana w ofercie badanej

K1o – suma punktów za wykazaną w ofercie badanej ilość projektów, o których mowa w pkt 2.2. (1)., których realizacją legitymuje się Oferent składający ofertę badaną, nie więcej niż 10 punktów

K1max – najwyższa suma punktów przyznana w postępowaniu ofercie za ilość projektów, o których mowa w pdpkt 2.2. (1)., nie więcej niż 10 punktów

K2o – suma punktów za wykazaną w ofercie badanej ilość osób spełniających wymagania określone w pdpkt 2.2. (2) uczestniczących w realizacji zamówienia, nie więcej niż 10 punktów

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

K2max – najwyższa suma punktów przyznana w postępowaniu ofercie za ilość osób spełniających wymagania określone w pdpkt 2.2. (2) uczestniczących w realizacji zamówienia, nie więcej niż 10 punktów

K3o – przyznana ofercie badanej ilość punktów za kreatywność propozycji Oferenta, nie więcej niż 10 punktów

K3max – najwyższa przyznana ofercie w postępowaniu ilość punktów za kreatywność propozycji przedstawionej w ofercie, nie więcej niż 10 punktów.

5. Inne istotne warunki:

5.1. Złożona oferta wiąże Oferenta przez 30 dni licząc od dnia wskazanego w niniejszym Zapytaniu Ofertowym jako termin składania ofert.

5.2. Z oferentem którego oferta będzie najkorzystniejsza (tj. otrzyma najwyższą liczbę punktów), po wybraniu oferty, zostanie zawarta umowa na świadczenie usług „Kampania promocyjna w Internecie”, przy czym umowa ta będzie zawarta wg treści jak w Załączniku numer 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego. W umowie przy jej zawieraniu zostanie przyjęta stawka brutto (z VAT) w złotych polskich za jedną odsłonę na portalu tematycznym stanowiąca średnią arytmetyczną cen za odsłonę na każdym z co najmniej trzech portali tematycznych, na których zostaną zaimplementowane banery, podana przez Oferenta w wybranej przez Zamawiającego ofercie.

6. Sposób przygotowania oferty, termin i miejsce złożenia oferty:

6.1. Ofertę sporządzić należy na załączonym druku „Formularz Ofertowy” (zał. nr 2), w języku polskim, w formie pisemnej (pod rygorem nieważności oferty). Ofertę należy złożyć w zamkniętej kopercie, na której należy umieścić napis: „Odpowiedź na Zapytanie Ofertowe nr S2B/09/28 z dnia 11 grudnia 2009 r. w ramach projektu „S2B Science 2 Business Inkubator Innowacyjności” Oferta powinna być podpisana przez uprawnioną do tego osobę (lub osoby), zgodnie z zasadami reprezentacji danego Oferenta. Wszystkie załączniki do Oferty powinny być załączone w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez osobę reprezentującą Oferenta. Uprawnienie do reprezentacji Oferenta powinno wynikać z załączonych do Oferty dokumentów, w szczególności z odpowiedniego zaświadczenia o wpisie do właściwej ewidencji lub rejestru ewentualnie także z pełnomocnictwa. Dokumenty, o których mowa w zdaniu poprzedzającym, powinny być wystawione nie wcześniej niż 90 dni przed terminem



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

składania ofert. Oferty nie spełniające wymogów określonych w niniejszym punkcie będą pozostawione bez rozpoznania.

6.2. Ofertę można przesłać pocztą na adres Fundacja na Rzecz Budowy Społeczeństwa Opartego na Wiedzy "Nowe Media", ul. Wilamowskiego 10, 10-718 Olsztyn lub złożyć osobiście w siedzibie Zamawiającego przy ul. Wilamowskiego 10, 10-718 Olsztyn. Rozpatrywane będą jedynie oferty doręczone osobiście lub przez operatora pocztowego do dnia (i godziny) określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym jako termin składania ofert, niezależnie od daty nadania.

6.3. Termin składania ofert: do dnia 18 grudnia 2009 roku, do godziny 12.00. Oferty złożone po terminie ich składania zostaną odesłane Oferentowi bez otwierania.

6.4. Wszelkie dokumenty i informacje składane w niniejszym postępowaniu powinny być sporządzone w języku polskim (sporządzone w innym języku nie będą rozpoznawane). Oferty przygotowywane i składane są na koszt Oferenta.

6.5. Wybór najkorzystniejszej oferty zostanie dokonany zgodnie z obowiązującą u Zamawiającego „Procedurą wyłaniania dostawców zgodnie z zasadą konkurencyjności dla projektu „S2B Science 2 Business Inkubator Innowacyjności”, nr wniosku o dofinansowanie: WND-POIG.03.01.00-00-009/09, złożony do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu 24 marca 2009 r., w ramach konkursu z działania 3.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”, przyjętą uchwałą Zarządu Zamawiającego numer 3/2009 z dnia 01 czerwca 2009 roku.

6.6. Niniejsze Zapytanie Ofertowe zamieszczone jest na stronie internetowej Zamawiającego pod adresem <http://www.fnm.pl/>, jak również jest dostępne do wglądu w siedzibie Zamawiającego.

6.7. W trakcie postępowania dotyczącego niniejszego Zapytania Ofertowego, do jego zakończenia rozumianego jako zawarcie umowy z Oferentem, który złoży najkorzystniejszą ofertę, wszelkie oświadczenia, zapytania, wyjaśnienia, wnioski i zawiadomienia (z wyjątkiem Oferty i umowy) Zamawiającego lub Oferentów mogą być przekazywane drogą elektroniczną, chyba że Zamawiający w danym konkretnym przypadku będzie wymagał zachowania innej formy komunikacji. Zamawiający wskazuje następujący adres e-mail do komunikacji z Zamawiającym: biuro@science2business.pl. Adres e-mail do komunikacji z Oferentem Oferent wskazuje w składanej przez siebie Ofercie. Wniosek Oferenta o wyjaśnienie treści niniejszego Zapytania Ofertowego będzie rozpoznany przez Zamawiającego niezwłocznie, przy czym wniosek taki może być złożony przez Oferenta Zamawiającemu nie później niż na dwa dni robocze przed dniem składania ofert (wnioski złożone po terminie będą pozostawione bez rozpoznania).

6.8. Zamawiający zastrzega sobie zmiany warunków określonych w niniejszym Zapytaniu Ofertowym, o czym zawiadomi poprzez swoją stronę internetową (pod adresem



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

<http://www.fnm.pl/>). W przypadku wprowadzenia takich zmian Zamawiający może oznaczyć inny termin składania ofert.

6.9. Oferent, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą, niezwłocznie po ogłoszeniu wyników postępowania i wyborze jego oferty przez Zamawiającego, nie później niż w terminie 3 dni od dnia wyboru oferty, jest zobowiązany do zawarcia umowy z Zamawiającym, według treści Załącznika numer 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego. Umowa zostanie zawarta w miejscu i czasie wskazanym przez Zamawiającego, przy czym miejscem zawarcia umowy – wedle wyboru Zamawiającego – będzie Warszawa lub Olsztyn. W razie braku zawarcia umowy przez Oferenta w powyższym terminie, Zamawiający będzie uprawniony do zawarcia umowy z innym oferentem, który złożył kolejną najkorzystniejszą ofertę.

6.10. Zamawiający nie przewiduje dla uczestników postępowania środków odwoławczych od rozstrzygnięć Zamawiającego podejmowanych w ramach postępowania o udzielenie zamówienia.

6.11. Zamawiający zastrzega sobie prawo zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia bez wyboru którejkolwiek ze złożonych ofert, bez podawania przyczyn takiego zakończenia postępowania.

Załączniki:

- Załącznik numer 1 – wzór umowy,
- Załącznik numer 2 – Formularz Ofertowy

.....
data i podpis