

Sygnatura: 3/2025

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.:
„Ogólnopolski Festiwal Drobiu – edycja III” - sygnatura 3/2025

NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19
E-mail: kontakt@innowatorzywsi.pl

I. OPIS I CEL PROJEKTU

Chociaż krajowa konsumpcja drobiu rośnie szybciej od oczekiwań analityków, to prawdziwym motorem sukcesu branży jest sprzedaż za granicę. Największym odbiorcą polskiego drobiu są wymagające rynki Unii Europejskiej, na które trafia aż 80% rodzimego mięsa. Natomiast dla dalszego rozwoju ważne jest także, aby zwiększać sprzedaż w krajach trzecich. Oprócz tego ważne jest również, żeby utrzymać wzrost spożycia mięsa drobiowego w kraju. Dane i prognozy Komisji Europejskiej jasno wskazują na zwiększenie się konsumpcji drobiu per capita, a także wzrost jego udziału w całkowitym spożyciu mięsa. Ten trend będzie miał wymiar globalny, jednak istnieją ogromne zagrożenia dla utrzymania wysokiej konsumpcji mięsa drobiowego w kraju oraz jego eksportu. Najpoważniejszym problemem, z którym musi się liczyć branża jest ptasia grypa. Spowodowało to utratę przez nasz kraj statusu kraju wolnego od tej choroby, czego konsekwencją było wprowadzenie przez szereg państw ograniczeń eksportowych. Co prawda charakter wprowadzonych ograniczeń był zróżnicowany jednak nadal istnieje realna szansa, że swoje rynki całkowicie zamkną na polski drób np. Chiny, Japonia, RPA, Tajwan czy Wietnam. Dodatkowo, jak czytamy w raporcie banku BGŻ BNP Paribas, w zakresie mięsa drobiowego europejski i krajowy konsument oczekuje nieustannego podwyższania wartości oferowanych produktów spożywczych, m.in. poprzez poprawę dobrostanu zwierząt, zwiększanie podaży mięsa pochodzącego od niestandardowych ras drobiu, czyli innych niż typowy brojler – wolno rosnących, z dostępem do wybiegu, karmionych paszami nie zawierającymi komponentów modyfikowanych genetycznie, spełniających kryteria produktów organicznych itp. Sektor drobiarski dostosowuje się do tych oczekiwań poprzez dywersyfikację oferty i zapewnienie odpowiedniej podaży drobiu z kategorii premium, choć nawet produkcja konwencjonalna prowadzona na rynku wspólnotowym powinna kojarzyć się z wysokim bezpieczeństwem produktu, należytym dobrostanem zwierząt, odpowiednią ochroną środowiska oraz korzystnym stosunkiem jakości do ceny. Niewątpliwie krążące niekorzystne mity wokół mięsa drobiowego i jego przetworów będą miały wpływ na jego konsumpcję na rynku krajowym. Ogólnoeuropejskie trendy popytu i problemy z wizerunkiem (postrzeganiem) mięsa drobiowego przez konsumentów. Pomimo niewielkiego spadku spożycia mięsa w większości krajów UE, spożycie mięsa drobiowego wykazuje tendencję wzrostową. Wynika to głównie z jego niskiej zawartości tłuszczu - ważnego czynnika głównie dla kobiet, jak również wygody jego przygotowania oraz wszechstronności - nie tylko wykorzystania w daniach głównych, ale również w kanapkach, przekąskach i lekkich posiłkach oraz w

gotowych posiłkach. Konsumenci szukają również większej przejrzystości w odniesieniu do żywności, którą spożywają, nie tylko pod względem wartości odżywczej, ale także pod względem dobrostanu zwierząt. Według Eurobarometru ponad 50% obywateli UE poszukuje informacji na temat produkcji produktów zwierzęcych, które kupuje i jest w stanie zapłacić więcej za produkt gwarantujący lepsze warunki chowu zwierząt. Około 80% obywateli UE pragnie poprawy dobrostanu zwierząt w całej Unii. Co więcej, badanie sprawdzające, czy medialne informacje na temat negatywnych skutków konsumpcji mięsa mogą potencjalnie wpłynąć na popyt na mięso w krajach Europy Zachodniej, pokazuje, że dobrostan zwierząt i obawy o zdrowie są najskuteczniejszymi argumentami zachęcającymi do zmniejszenia spożycia mięsa zarówno u mężczyzn, jak i u kobiet. Jeśli chodzi o dodatki znajdujące się w żywności, raport Nielsen z 2016 r. pokazuje, że 65% europejskich konsumentów jest zaniepokojonych antybiotykami w spożywanej przez siebie żywności, ale także sztucznymi konserwantami, aromatami, barwnikami i GMO.

Branża drobiarska jest prymusem polskiego przemysłu. Co więcej, jest ona konkurencyjna również patrząc z perspektywy światowej. Wiele się mówi o przewagach cenowych drobiu z Brazylii czy Ukrainy, ale warto pamiętać, że nasz sektor drobiarski też ma swoje atrybuty, związane m.in. z innowacyjnością, których producenci z wymienionych wcześniej krajów nie są w stanie zaproponować. Zaznaczyć jednak należy, że w nadchodzących latach polskie firmy będą musiały włożyć nieco więcej wysiłku w działania mające na celu podkreślenie mocnych stron polskiego mięsa drobiowego, aby podtrzymać tendencje wzrostowe produkcji i spożycia. Nadal należy pamiętać o kojarzonych z drobiem chorobach, mitem antybiotykowym, co ma wpływ na konsumpcję mięsa drobiowego. Polscy przetwórcy i producenci powinni mieć możliwość wymiany doświadczeń i wiedzy w zakresie produkcji, hodowli i przetwórstwa, aby utrzymać jak najwyższe standardy i świadomość konsumenta o walorach i jakości mięsa drobiowego. Duży eksport i wzrost spożycia to nie tylko powód do dumy, ale też ogromne wyzwanie. Polscy producenci i przetwórcy muszą się rozwijać i podążać za chociażby nowymi trendami kulinarnymi. Proponowane zadanie zakłada wymianę wiedzy i doświadczeń służących zapobieganiu lub eliminacji zagrożeń branży drobiarskiej. Będzie szansą na uzyskanie odpowiedzi na pytanie dokąd zmierza polskie drobiarstwo, jakie są szanse a jakie zagrożenia oraz jak można im zapobiegać, jakie prowadzić działania wyprzedzające. Główne problemy stojące przed branżą poddane dyskusji powinny obejmować: Trudności wynikające z konieczności utrzymania wysokiego wzrostu eksportu na nasyconym globalnym rynku celem utrzymania właściwej kondycji branży. Utrzymaniu konsumpcji krajowej. Tocząca się dyskusja na temat jakości drobiu. Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce (pkt. A, B, F, G, I – Problemy)

Cele szczegółowe zadania:

- Promowanie wysokiej jakości i walorów smakowych, wynikających z pełnej kontroli procesu produkcji sektora;
- Określenie poziomu bezpieczeństwa żywieniowego i zdrowotnego całej oferty mięsa i przetworów drobiowych pochodzących z Polski, gwarantowanym przez skuteczne egzekwowanie przepisów krajowych i regulacji Unii Europejskiej;
- Obalenie mitów na temat mięsa drobiowego wśród konsumentów
- Budowa wartości będących podstawą trwałej, pozacenowej przewagi konkurencyjnej: jakość, bezpieczeństwo, aspekty prozdrowotne i lifestyle (w tym aspekty kulinarne), promocja mięsa drobiowego jako wartościowego źródła białka, wpisującego się w nowoczesny, zdrowy styl życia i aktywność fizyczną,

zrównoważona produkcja (w tym m.in. dobrostan zwierząt), wartości narodowe (pkt. B – Problemy)

- Wzrost konkurencyjności polskiego drobiu na rynku światowym oraz stworzenie pozytywnych warunków dla rozwoju eksportu.

II. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Chcemy poprzez realizację zadania, aby została zorganizowana i zrealizowana impreza branżowa w II lub III kwartale 2025 r. Festiwal będzie trwał dwa dni, pierwszy dzień to konferencja branżowa w jednym z hoteli znajdujących się w sąsiedztwie Term w Uniejowie służąca wymianie doświadczeń (producenci, przetwórcy). Pierwszy dzień powinien zakończyć się uroczystym bankietem z muzyką na żywo zorganizowanym w tym samym hotelu, podczas którego będą królowały dania drobiowe, z mięsa wysokiej jakości. Drugi dzień to impreza plenerowa (otwarta dla wszystkich konsumentów) z dużą sceną i wieczornymi koncertami gwiazd polskiej estrady, ze stoiskami dla KGW, które wezmą udział w konkursie kulinarnym opartym o mięso drobiowe. Będzie również strefa konferencji w hali namiotowej wraz z pełnym wyposażeniem (scena, mównica, ekran led itp.), aby zapewnić atrakcje również młodszemu pokoleniu powinna powstać strefa animacji i dmuchany plac zabaw. Chcielibyśmy aby Festiwal był skierowany do przetwórców oraz konsumentów drobiu, a także producentów maszyn i urządzeń dla branży drobiarskiej. Zakładamy udział 15.000 osób. Miejsce: tereny zielone znajdujące się w sąsiedztwie kompleksu basenowego i boisk sportowych w Uniejowie.

Przewidziana ilość uczestników to ok. 15 tys. osób.

Szczegółowy opis poszczególnych zadań:

<i>ZADANIE</i>	<i>ILOŚĆ</i>	<i>ŁĄCZNA KWOTA BRUTTO</i>
Utworzenie wydarzenia na portalu społecznościowym oraz kampania na facebooku zawierająca 20 postów o zasięgu min 20 000 odsłon każdego postu.	1 kampania	25 000,00 zł
Emisja np. zapowiedzi oraz podsumowania w TVP np. regionalnej – oglądalność ok. 20 tys. osób	2 filmy	20 000,00 zł
Emisja filmu na kanale YOU TUBE plus płatne reklamy (zasięg ok. 25 tys. wyświetleń)	1 szt.	10 000,00 zł
Opracowanie graficzne layoutu wydarzenia oraz materiałów promocyjnych (roll – up, hala namiotowa - wystawiennicza, stroje dla hostess, gadżetów, balon reklamowy, banner reklamowy, zaproszenia)	1 szt.	12 000,00 zł
Opracowanie graficzne i merytoryczne broszury informacyjnej	1 szt.	5 000,00 zł
Roll – up	3 szt.	1 200,00 zł
Zakup gadżetów reklamowych np. deski do krojenia zależny od ceny i dostępności na rynku	800 szt.	48 000,00 zł
Nagranie, montaż, post produkcja filmu dla TVP Regionalna, YouTube	2 szt.	20 000,00 zł
Druk broszur informacyjnych (format A4 składany na 3, kolor 4+4)	5 000 szt.	15 000,00 zł
Druk banneru reklamowego na scenę	1 szt.	3 000,00 zł
Druk i wysyłka zaproszeń	2 000 szt.	40 000,00 zł
Przygotowanie raportu efektywności przez niezależny podmiot	1 szt.	10 000,00 zł

Koszty obsługi technicznej imprezy (ochrona, zabezpieczenie, sprząatanie itp.)	1 szt.	80 000,00 zł
Wynagrodzenie DJ obsługującego nagłośnienie, oprawa dźwiękowa itp.	1 osoba/ 2 dni	6 000,00 zł
Koordynator projektu	2 osoby/ 5 miesiące	40 000,00 zł
Oprawa muzyczna imprezy (występy 4 zespołów muzycznych – 1 zespół pierwszego dnia i 3 drugiego)	4 szt.	220 000,00 zł
Hostessy: 12 osób, 8 godzin	12 osób/ 2 dni	9 600,00 zł
Wynagrodzenie konferansjera	2 osoby/ 2 dni	20 000,00 zł
Wynagrodzenie kucharzy przygotowujących degustacje	3 osoby/ 1 dzień	21 000,00 zł
Wynagrodzenie prelegentów	6 osób/ 1 dzień	21 000,00 zł
Zapewnienie cateringu dla uczestników konferencji oraz bankietu wieczornego – ok. 250 osób	1 szt.	100 000,00 zł
Zakup nagród dla uczestników konkursów (liczba konkursów w zależności od ilości chętnych)	50 szt.	10 000,00 zł
Zakup produktów drobiowych do degustacji oraz konkursów z KGW-ok 2000 porcji degustacyjnych	1 szt.	30 000,00 zł
Zakup nagród dla najlepszych KGW za udział w konkursach kulinarnych	10 szt.	20 000,00 zł
Animatory zabaw z dziećmi oraz konkursów	3 osoby/ 1 dzień	7 500,00 zł
Stroje dla hostess i obsługi	30 szt.	4 500,00 zł
Koszt ubezpieczenia imprezy	1 szt.	2 500,00 zł
Najem powierzchni pod organizację wydarzenia (wielkość powierzchni zostanie określona w trakcie czynności organizacyjnych)	1 szt.	30 000,00 zł
Wynajem hali namiotowej wraz z wyposażeniem itp. (wielkość powierzchni zostanie określona w trakcie czynności organizacyjnych)	1 szt.	60 000,00 zł
Wynajem Sali konferencyjnej oraz bankietowej wraz z wyposażeniem – dla ok 250 osób	1 szt.	50 000,00 zł
Wynajem namiotów lub hali wraz ze stołami dla KGW na konkurs kulinarny	1 komplet	20 000,00 zł
Wynajem nagłośnienia hali namiotowej	1 szt.	8 000,00 zł
Wynajem sceny wraz z wyposażeniem	1 szt.	90 000,00 zł
Wynajem pneumatycznego balonu reklamowego	1 szt.	6 000,00 zł
Wynajem dmuchańców do strefy zabaw dzieci (ilość zależna od dostępności i ceny rynkowej)	1 komplet	15 000,00 zł

Wszystkie materiały informacyjno-promocyjne, w tym projekty graficzne wymagają akceptacji Zamawiającego przed ich publikacją i/lub wydrukiem.

UWAGA: Każdy z materiałów wykorzystywanych w projekcie, w tym przekazy audiowizualne, muszą zawierać w sposób czytelny i wyraźny:

– znak graficzny identyfikujący fundusze promocji, którego wzór jest określony w załączniku nr 2 do rozporządzenia

<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20230001122/O/D20231122.pdf>

lub

– wyrazy „#Fundusze Promocji”,

W ewentualnych przekazach dźwiękowych należy zawrzeć informację o udzieleniu wsparcia ze środków finansowych danego funduszu promocji na realizację tego zadania, tj. „Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.

Brak informacji o finansowaniu dyskwalifikuje dany element do rozliczenia, a tym samym do zapłaty ze strony Stowarzyszenia Innowatorów Wsi.

III. MIEJSCE I CZAS REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Polska, od dnia podpisania umowy do 30 września 2025.

IV. GRUPA DOCELOWA

Grupę docelową stanowią:

- przetwórcy oraz producenci drobiu
- konsumenci (dzieci, młodzież, dorośli)
- konsumenci z całego kraju, w tym zrzeszeni w KGW (osoby odpowiedzialne za zakupy domowe w tym kobiety w wieku 20-65). Według statystyk samych KGW jest około 21 tys. co daje prawie 1 mln aktywnych uczestników.

Grupa docelowa oczekuje wymiany doświadczeń oraz podniesienia świadomości na temat jakości i walorów mięsa drobiowego poprzez różnorodne działania promocyjne.

V. WYMAGANIA DOTYCZĄCE OFERENTÓW

Prowadzenie działalności gospodarczej w formie zgłoszenia do Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej lub w formie spółki prawa handlowego. Przedstawienie koncepcji wykonania zamówienia.

VI. BUDŻET PROJEKTU

Całkowity budżet projektu **wynosi 1 080 300,00 zł brutto**. Kwoty przeznaczone pomiędzy poszczególne działania wskazano w cz. II tj. w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia.

UWAGA! Istnieje możliwość zmiany wysokości kosztów ujętych w umowie, dopuszczając ich odchylenia o nie więcej niż 10% pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów objętych zmianą. Przy czym łączna kwota przeznaczona na wykonanie zadania nie może zostać przekroczona.

VII. PROCEDURA WYBORU WYKONAWCY

1. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
2. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
5. Zamawiający dopuszcza wykonanie części usługi za pomocą podwykonawców. Za działania podwykonawców oferent odpowiada jak za własne.
6. Oferty złożone po terminie zostaną zwrócone bez otwierania.
7. Oferent może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.
8. Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniami „Zmiana”. Oferent wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
9. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub zmiany warunków (np. wydłużenia terminów) bez podania przyczyny, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów. Z tytułu odwołania postępowania lub zmiany jego warunków Oferentom nie przysługują w stosunku do Zamawiającego żadne roszczenia.
10. Prowadzący postępowanie nie zwraca kosztów przygotowania ofert.
11. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru są ostateczne i nieodwołalne.

12. W przypadku odmowy podpisania umowy na realizację zamówienia pomiędzy wyłonionym Wykonawcą a Stowarzyszeniem Innowatorów Wsi lub zaistnienia po stronie Wykonawcy czynników uniemożliwiających podpisanie Umowy lub realizację Usługi, Zamawiający zastrzega sobie prawo do wyłonienia jako Wykonawcy tego Oferenta, którego oferta uzyskała kolejną najwyższą liczbę punktów.

13. Dokumenty przesłane do Stowarzyszenia Innowatorów Wsi w ramach postępowania nie podlegają zwrotowi.

14. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od podpisania umowy z wyłonionym w postępowaniu Wykonawcą bez podania przyczyny. Z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują w stosunku do Zamawiającego żadne roszczenia.

15. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

- a) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
- b) niespełnione zostały warunki udziału w postępowaniu, o których mowa w punkcie „wymagania dotyczące oferentów”,
- c) proponowana kwota wynagrodzenia odbiegająca od szacowanej wysokości wynagrodzenia zostanie odrzucona, zamawiający dopuszcza zmiany w obrębie poszczególnych wydatków o 10% z zachowaniem wartości całkowitego budżetu zadania określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym.
- d) została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym,
- e) oferentem jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 2244).

16. W przypadkach zaistnienia nadzwyczajnych okoliczności zagrażających życiu lub zdrowiu uczestników projektu takich jak w szczególności: wojna lub okoliczności wynikających z zapisów Ustawy z dnia 02 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych, Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z przeprowadzenia projektu.

VIII. KRYTERIA FORMALNE

Zgłoszenie powinno zawierać formalną deklarację o gotowości do zrealizowania usługi podpisaną przez osoby uprawnione do reprezentowania firmy (przy konsorcjum dokumentację podpisuje lider konsorcjum) wraz z następującymi dokumentami: aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert; dla potwierdzenia spełnienia kryterium Zamawiający dopuszcza możliwość przedłożenia wydruków z systemu KRS lub CEiDG.

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy rozstrzygnięta zostanie decyzją Komisji składającej się z przedstawicieli Stowarzyszenia Innowatorów Wsi wśród firm, które w podanym terminie dostarczą kompletne zestawy dokumentów.

IX. TERMIN I WARUNKI SKŁADANIA OFERT

Ofertę wraz ze wszystkimi załącznikami należy umieścić w jednej kopercie i zaadresować na Zamawiającego w następujący sposób:

**Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19**

**OFERTA NA USŁUGĘ
realizacji projektu pn.**

„Ogólnopolski Festiwal Drobiu – edycja III” - sygnatura 3/2025

Nie otwierać przed: 28.03.2025 r. godz. 15:30.

Koperta winna być również opatrzona w nazwę i adres Wykonawcy, aby oferty złożone po terminie mogły być zwrócone Wykonawcom.

Ofertę w zamkniętej kopercie należy złożyć **do dnia 28.03.2025 r. do godz. 15:00. Liczy się data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.**

Otwarcie ofert odbędzie się **28.03.2025 r. o godz. 15:30.**

X. TERMIN ZWIĄZANIA Z OFERTĄ

Termin związania ofertą - 30 dni.

XI. KRYTERIA OCENY

Przy wyborze oferty Zamawiający, będzie kierował się następującymi kryteriami:

Nr	Nazwa Kryterium	Waga
1.	Cena brutto za wykonanie przedmiotowego zamówienia.	50 pkt.
2.	Koncepcja wykonania zamówienia.	50 pkt.

1. Cena – 50 pkt.

Kryterium cena (C) będzie oceniane na podstawie podanej przez Wykonawcę w ofercie ceny brutto wykonania zamówienia. Ocena punktowa w ramach kryterium ceny zostanie dokonana zgodnie ze wzorem:

$$C = \frac{C_n}{C_b} \times 50 \text{ pkt.}$$

Gdzie:

C – liczba punktów przyznanych badanej ofercie

C_n – najniższa cena spośród badanych ofert

C_b – cena oferty badanej

Obliczenia będą prowadzone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

2. Koncepcja wykonania zamówienia – 50 pkt.

W tym kryterium Zamawiający dokona oceny indywidualnie przez każdego członka Komisji wyboru wykonawcy, punkty zostaną przydzielone każdej badanej ofercie (maksymalnie 50 punktów) biorąc pod uwagę następujące elementy:

- a) Dopasowanie i atrakcyjność Kampanii do potrzeb odbiorców 0-15 pkt.
- b) Zgodność proponowanej tematyki prelekcji podczas części konferencyjnej z celem zadania i jego opisem zawartym w ogłoszeniu 0-20 pkt.
- c) Propozycja 4 artystów/ zespołów muzycznych, którzy mogliby wystąpić na wydarzeniu 0-5 pkt.
- d) Sposób dotarcia do potencjalnych uczestników wydarzenia 0-10 pkt.

Maksymalna ilość pkt. za ofertę – 100 pkt.

XII. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

Projekt umowy stanowi załącznik do zapytania ofertowego.

XIII. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI

W przedmiotowym postępowaniu, Zamawiający dopuszcza możliwość przekazywania sobie przez strony postępowania zawiadomień oraz informacji:

- **pisemnie na adres:** Stowarzyszenie Innowatorów Wsi
Goszczanów 98-215, Waliszewice 19
- **drogą elektroniczną na adres:** kontakt@innowatorzyws.pl

ZAŁĄCZNIKI DO OGŁOSZENIA:

1. Formularz ofertowy.
2. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu.
3. Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia.
4. Projekt umowy.
5. Projekt umowy powierzenia.
6. Klauzula informacyjna RODO.

Maria Łuczak – Prezes Zarządu