

Warszawa, dn. 15.09.2020 r.

**ZAPYTANIE O SZACUNKOWĄ WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA NA PRZYGOTOWANIE,
ZAPLANOWANIE, PRZEPROWADZENIE I EWALUACJĘ KAMPAII REKLAMOWYCH
PROMUJĄCYCH NCBR W INTERNECIE.**

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR), z siedzibą w Warszawie (00-695) przy ul. Nowogrodzkiej 47a (NIP: 701-007-37-77, REGON: 141032404) planuje wszczęcie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem będzie świadczenie usługi przygotowania, zaplanowania, przeprowadzania i ewaluacji kampanii reklamowych promujących NCBR w Internecie. W związku z powyższym, w celu oszacowania wartości zamówienia Zamawiający zwraca się z prośbą o udzielenie informacji na temat warunków, ceny netto oraz ceny brutto całkowitego kosztu realizacji usługi.

I. Przedmiot zamówienia:

Przedmiot zamówienia obejmuje usługi przygotowania, zaplanowania, przeprowadzania i ewaluacji kampanii reklamowych promujących NCBR w Internecie, z wykorzystaniem narzędzi SEM oraz kanałów Social Media.

1.1 Cel zamówienia

Celem realizacji zamówienia jest: zwiększenie rozpoznawalności Narodowego Centrum Badań i Rozwoju w przedstawionych grupach docelowych, dotarcie do potencjalnych przyszłych beneficjentów programów i konkursów NCBR, a w szczególności zwiększenie liczby wniosków o dofinansowanie składanych do Narodowego Centrum Badań i Rozwoju przez mikro-, małych i średnich przedsiębiorców oraz przedstawicieli uczelni wyższych i jednostek naukowych. **Promocja efektów projektów prowadzonych przez Beneficjentów przy wsparciu NCBR.**

1.2 Kod CPV:

72400000-4 – Usługi internetowe
79341000-6 – Usługi reklamowe
79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe
79342000-3 – Usługi marketingowe
79341400-0 – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

1.3 Opis przedmiotu zamówienia:

W ramach zamówienia podstawowego Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

1. Przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzenie (w tym ew. optymalizacja) i ewaluację kampanii SEM (Search Engine Marketing – marketing w wyszukiwarkach), z wykorzystaniem:

Narzędzie Google Ads, w tym:

- Reklama w wyszukiwarce Google,
- Reklama w sieci partnerskiej Googla,



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



- Reklama w Gmail (mailing),
- Remarketing,
- Reklama YouTube,
- Inne rekomendowane do uzyskania wyznaczonych celów reklamowych.

Wykorzystanie danego mechanizmu w ramach Google AdWords umożliwiające najlepszą realizację przedstawionych celów, uzależnione będzie od rekomendacji Wykonawcy i ustaleń pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym.

Dokładna forma każdej z kampanii będzie uzależniona od ustaleń pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym, tak aby umożliwić realizację wskazanych celów reklamowych.

2. Przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzenie (w tym ew. optymalizacja) i ewaluacja kampanii reklamowych, z wykorzystaniem social media, w tym:

- Facebook,
- Twitter,
- LinkedIn.

Dokładna forma każdej z kampanii będzie uzależniona od ustaleń pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym, tak aby umożliwić realizację wskazanych celów reklamowych.

Wykonawca będzie odpowiadał jedynie za przygotowanie, przeprowadzenie, rozliczenie i ewaluację kampanii reklamowej, a nie za kompleksowe prowadzenie stron Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na każdym z portali mediów społecznościowych.

Cel działań reklamowych:

Celem prowadzonych działań reklamowych jest zwiększenie świadomości marki Narodowego Centrum Badań i Rozwoju wśród potencjalnych zainteresowanych ofertą NCBR, a także promocja efektów projektów prowadzonych przez Beneficjentów Centrum w ramach poszczególnych programów i przedsięwzięć Centrum w szczególności:

- zwiększenie liczby wizyt na swojej stronie internetowej ncbr.gov.pl;
- zwiększenie liczby osób obserwujących konta NCBR w mediach społecznościowych i zwiększenie ich zaangażowania;
- zwiększenie liczby kontaktów z NCBR podejmowanych przez osoby zainteresowane ofertą Centrum.

W ramach każdej z prowadzonych kampanii Wykonawca zobowiązuje się do ustalenia szczegółowych celów reklamowych z Zamawiającym, w celu zapewnienia najlepszych efektów prowadzonych działań.

Targetowanie:

Działania targetowane będą do odbiorców według następujących kryteriów:

- osoby w wieku 18 - 55 lat, z całej Polski, zainteresowane tematami takimi jak: innowacje, nowe technologie, własna firma, działalność MŚP, startupy, fundusze VC i anioły biznesu, dotacje dla firm, granty na badania, projekty badawczo-rozwojowe, finansowanie dla uczelni na prace badawczo-rozwojowe, granty dla naukowców oraz uczelni.

W ramach każdej z prowadzonych kampanii Wykonawca zobowiązuje się do ustalenia szczegółowych kryteriów targetowania z Zamawiającym, w celu zapewnienia najlepszych efektów prowadzonych działań.



Sposób przeprowadzenia kampanii:

1. Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia:
 - o Trwających 12 miesięcy od daty podpisania umowy działań reklamowych z wykorzystaniem narzędzi Google AdWords, w tym min.:
 - 3 kampanii z wykorzystaniem reklamy w Gmail (mailing),
 - 3 kampanii z wykorzystaniem filmów/animacji na YouTube,
 - 10 kampanii bannerowych w sieci partnerskiej Google,
 - pozostałe reklamy mogą mieć formę standardowej reklamy tekstowej w wyszukiwarce Google.

W ramach każdej z prowadzonych kampanii Wykonawca zobowiązuje się do ustalenia z Zamawiającym, czy działania prowadzone będą równoległe na urządzenia stacjonarne i mobile, czy tylko na jeden typ urządzeń.

2. Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania:
 - o Trwających 12 miesięcy od daty podpisania umowy działań reklamowych z wykorzystaniem narzędzi reklamowych dostępnych na portalach w mediach społecznościowych, takich jak:
 - Facebook,
 - Twitter,
 - LinkedIn.

Z zastrzeżeniem, że działania reklamowe na portalu Facebook oraz LinkedIn powinny trwać przez cały okres trwania umowy, a na portalu Twitter mogą mieć one charakter działań doraźnych (nie więcej niż 3 kampanie, których łączny czas trwania nie przekroczy 3 miesięcy).

3. Przygotowanie wszystkich niezbędnych elementów do prowadzonych działań: tekstów, grafik, animacji, będzie leżało po stronie Wykonawcy.
4. Przygotowane materiały graficzne, animacje oraz inne materiały audio-wideo, wykorzystywane do prowadzenia działań reklamowych, powinny być dostępne dla osób niepełnosprawnych, tj. posiadać teksty alternatywne lub napisy zgodnie z wytycznymi „Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”, które są dostępne na Portalu Funduszy Europejskich <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/>, w szczególności określonymi w Załączniku nr 2 „Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020” https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/55001/Zalacznik_nr_2_do_Wytycznych_w_zakresie_rownosci_zatwiedzone_050418.pdf Przygotowane materiały graficzne, animacje oraz inne materiały audio-wideo, wykorzystywane do prowadzenia działań reklamowych, powinny być zgodnie z zasadami przygotowania materiałów reklamowych dla poszczególnych portali społecznościowych.
5. Wszystkie materiały reklamowe przed publikacją muszą uzyskać akceptację oddelegowanego/oddelegowanych do nadzorowania wykonania zamówienia pracowników NCBR.
6. W okresie pierwszych 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu rekomendacji i zapewnienia wsparcia technicznego w zakresie narzędzi analitycznych dla strony www.ncbr.gov.pl oraz profili NCBR w mediach społecznościowych, w celu późniejszego przygotowania raportów i oceny efektywności prowadzonych działań.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



7. Wykonawca zobowiązuje się do bieżącej obsługi kampanii reklamowych wymienionych w pkt. 1.3 niniejszego Zapytania, w tym również w zakresie pośredniczenia w rozliczeniach z podmiotami zewnętrznymi.
8. Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu koncepcji każdej nowej kampanii w terminie nie krótszym niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem jej rozpoczęcia oraz przedstawienia gotowych materiałów do akceptacji minimum 2 dni przed ich planowanym wykorzystaniem.
9. Wykonawca zobowiązuje się do optymalizacji kampanii w czasie ich trwania: optymalizacje powinny mieć miejsce co ok. 5 dni roboczych trwania danej kampanii (w zależności od jej efektywności) i odbywać się w porozumieniu z Zamawiającym.
10. Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia raportu miesięcznego z prowadzonych w danym miesiącu kalendarzowym działań promocyjnych. Raport zawierać powinien w szczególności:
 - a. Łączną liczbę wejść na stronę www, po kliknięciu w reklamę;
 - b. Łączną liczbę wyświetleń reklamy (PV) dla kampanii wymienionych w pkt 1.3 ppkt. 1 i 2 niniejszego Zapytania.
 - c. Wskazanie CPC i liczbę kliknięć na poszczególnych kampanii reklamowych;
 - d. Wskazanie CTR dla poszczególnych kampanii reklamowych;
 - e. Współczynnik konwersji dla poszczególnych kampanii reklamowych;
 - f. Rekomendację dalszych działań.

Efekty kampanii - opis kluczowych wskaźników efektywności w ujęciu miesięcznym (KPI):

Dla kampanii określonych w pkt. 1.3. ppkt. 1:

- Liczba pozyskanych użytkowników na stronie www.ncbr.gov.pl w przedziale: **6000-7500**.
 - Współczynnik konwersji rozumianej, jako działanie użytkownika, który wszedł na stronę www.ncbr.gov.pl, a następnie przeszedł na jedną z zakładek: „Finansowanie” lub „Wiedza” lub „Kontakt” na poziomie: **min. 5%**.

Dla kampanii określonych w pkt. 1.3. ppkt. 2 miesięcznie:

- Liczba pozyskanych użytkowników na stronie www.ncbr.gov.pl w przedziale: **1400-1500**.
- Zwiększenie **liczby fanów** profilu Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na portalu Facebook w przedziale **400-450 nowych fanów**.
- Zwiększenie liczby użytkowników, którzy obserwują profil Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na portalu LinkedIn w przedziale **500-600 nowych obserwujących**.
- Dla kampanii określonych w pkt. 1.3. ppkt. 2 dla 1 kampanii (tylko w okresie realizowanych działań):
 - Zwiększenie liczby użytkowników, którzy obserwują profil Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na portalu Twitter w przedziale **300-400 nowych obserwujących**.

Wszystkie podane wartości dotyczą efektów działań płatnych (nie będzie wliczany w to wzrost organiczny) i będą weryfikowane w oparciu o statystyki udostępniane przez portale: Facebook, Twitter, LinkedIn oraz narzędzia Google Analytics i ew. inne narzędzia wykorzystane w raportach przedstawionych przez Wykonawcę.



Sposób rozliczania:

Rozliczenie za poszczególne usługi następować będzie po każdym miesiącu współpracy, na podstawie faktury, która uwzględniać będzie: stałe wynagrodzenie miesięczne oraz koszty faktycznie poniesione przez Wykonawcę w ramach działań promocyjnych przeprowadzonych podczas kampanii.

II. Termin obowiązywania umowy

Zamawiający planuje realizację zamówienia od listopada 2020 r., jednakże nie wyklucza przesunięcia terminu, tj. rozpoczęcia realizacji przedmiotu zamówienia od stycznia 2021 r.

Działania będą prowadzone przez 12 miesięcy lub do wyczerpania kwoty, jaką Zamawiający przeznaczy na realizację zamówienia.

Zamawiający przewiduje możliwość skorzystania z prawa opcji po upływie 12 miesięcy lub po wyczerpaniu kwoty, jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zamówienia podstawowego, polegającego na przedłużeniu umowy o kolejne 12 miesięcy i dalszą realizację zamówienia o takim samym zakresie przedmiotowym, jak w pierwszych 12 miesiącach trwania umowy.

Dodatkowo Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu realizacji zamówienia, poprzez jego wydłużenie oraz zwiększenia maksymalnie o 20% liczby realizowanych kampanii promocyjnych.

III. Warunki realizacji przyszłego zamówienia:

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, bez żadnych ograniczeń czasowych, terytorialnych oraz liczby egzemplarzy, w zakresie i na wszelkich polach eksploatacji znanych w chwili zawarcia Umowy, w tym określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a w szczególności w zakresie:

- 1) trwałego lub czasowego utrwalania lub zwielokrotniania w całości lub w części, jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie, niezależnie od formatu, systemu lub standardu, w tym techniką drukarską, techniką zapisu magnetycznego, techniką cyfrową lub przez wprowadzanie do pamięci komputera oraz trwałe lub czasowe utrwalanie lub zwielokrotnianie takich zapisów, włączając w to sporządzanie kopii oraz dowolne korzystanie i rozporządzanie tymi kopiami;
- 2) obrotu oryginałem lub egzemplarzami - wprowadzenie do obrotu, użyczenia, najem oryginału lub egzemplarzy Utworów;
- 3) tworzenie nowych wersji i aktualizacji Utworów;
- 4) wprowadzania do obrotu nośników zapisów wszelkiego rodzaju, w tym np. CD, DVD, Blue-ray, a także publikacji wydawniczych realizowanych na podstawie Utworów lub z ich wykorzystaniem;
- 5) wykorzystywanie w materiałach wydawniczych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio-wizualnych i komputerowych,
- 6) wszelkiego rozpowszechniania, w tym wprowadzania zapisów do pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych, w tym ogólnie dostępnych w rodzaju Internet i udostępniania ich użytkownikom takich sieci;
- 7) przekazywania lub przesyłania zapisów Utworów pomiędzy komputerami, serwerami i użytkownikami (korzystającymi), innymi odbiorcami, przy pomocy wszelkiego rodzaju środków i technik;
- 8) wykorzystanie Utworów lub ich dowolnych części do prezentacji;



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



- 9) korzystania z Utworów w całości lub z części oraz łączenia z innymi Utworami, opracowania przez dodanie różnych elementów, uaktualnienie, modyfikację, tłumaczenie na różne języki, zmianę barw, okładek, wielkości i treści całości lub ich części;
- 10) wykorzystania Utworów do celów marketingowych lub promocji, w tym reklamy, sponsoringu, promocji sprzedaży, a także do oznaczania lub identyfikacji produktów i usług oraz innych przejawów działalności, przedmiotów jego własności, a także dla celów edukacyjnych i szkoleniowych;
- 11) publicznego udostępniania, zarówno odpłatnie, jak i nieodpłatnie, w tym w trakcie prezentacji, seminariów i konferencji oraz w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym także w sieciach telekomunikacyjnych i komputerowych lub w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych, w tym również - z zastosowaniem w tym celu usług interaktywnych;
- 12) nieodpłatnego wypożyczenia lub udostępnienia zwielokrotnionych egzemplarzy, wprowadzanie w całości lub części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika łącznie z utrwalaniem w pamięci w oryginalnej (polskiej) wersji językowej i w tłumaczeniu na języki obce.

Inne istotne informacje:

W przyszłym zamówieniu Zamawiający zastrzega sobie prawo do:

- akceptacji lub modyfikacji przygotowywanych w ramach współpracy m.in. tekstów, grafik, animacji, filmów,
- wykorzystania własnych materiałów tj. tekstów, grafik, animacji, filmów itd.,
- wprowadzenia zmian w modelu rozliczania danej kampanii,
- zmiany terminu realizacji umowy i zwiększenia maksymalnie o 20% liczby realizowanych kampanii promocyjnych,
- skorzystania z prawa opcji.

IV. Istotne informacje dotyczące wyceny:

- Wycena powinna być wyrażona w złotych polskich z uwzględnieniem należnego podatku VAT.
- Wycenę należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (zł/gr).
- Wycena powinna obejmować pełny zakres prac określonych w zapytaniu oraz uwzględniać wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia.
- Wykonawca nie będzie mógł żądać podwyższenia wynagrodzenia, chociażby w czasie zawarcia umowy nie można było przewidzieć rozmiaru lub kosztów tych świadczeń.
- Za ustalenie świadczeń oraz sposób przeprowadzenia na tej podstawie kalkulacji szacunkowego wynagrodzenia odpowiada wyłącznie Wykonawca.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do prowadzenia korespondencji w celu wyjaśnienia/doprecyzowania treści otrzymanej wyceny.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do negocjacji warunków zamówienia z jednym lub wieloma wykonawcami.
- Złożenie zapytania o szacunkowy koszt, jak też otrzymanie w jego wyniku odpowiedzi, nie jest równoznaczne z udzieleniem zamówienia przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (nie rodzi skutków w postaci zawarcia umowy).
- Powyższe zapytanie nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego.
- W wyniku nieuwzględnienia okoliczności, które mogą wpłynąć na wycenę zamówienia Wykonawca ponosić będzie skutki błędów w ofercie. Od Wykonawcy wymagane jest szczegółowe zapoznanie się z przedmiotem zapytania, a także sprawdzenie warunków wykonania zamówienia oraz skalkulowania ceny oferty z należytą starannością.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



- Wykonawca odpowiada za wszelkie zobowiązania formalno-prawne wobec podmiotów z nim współpracujących przy lub na rzecz realizacji przyszłego zamówienia.
- Przy wycenie należy uwzględnić ww. informacje, jak również to, że w przyszłym zamówieniu, w przypadku nienależytego wykonania przedmiotu zamówienia lub jakiegokolwiek jego części, Zamawiający zastrzega sobie możliwość żądania od Wykonawcy zapłaty kar umownych za nieterminowe i nienależyte wykonanie umowy. W przyszłym zamówieniu umowa zostanie zawarta na wzorze Zamawiającego, w którym zostanie określona wysokość kar umownych.

V. Miejsce oraz termin przedłożenia informacji o koszcie usług:

drogą e-mailową na adresy monika.cislak@ncbr.gov.pl oraz monika.markiewicz@ncbr.gov.pl oraz sebastian.szczesniak@ncbr.gov.pl do dnia **23.09.2020 r. do godz. 23.59.**

VI. Wycena powinna być złożona na załączonym formularzu wyceny szacunkowej.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



FORMULARZ WYCENY SZACUNKOWEJ

PEŁNA NAZWA WYKONAWCY:

ADRES Z KODEM POCZTOWYM:

TELEFON:

ADRES E-MAIL:

NUMER NIP:.....

NUMER REGON:

Nawiązując do zapytania o szacunkowy koszt wykonania przedmiotu zamówienia wyceniamy wykonanie przedmiotu zamówienia, w pełnym rzeczowym zakresie ujętym w zapytaniu, za cenę*:

Roczny (12-miesięczny) całkowity koszt prowadzonych kampanii (w tym budżet reklamowy oraz wynagrodzenie Wykonawcy) - w ramach zamówienia podstawowego.

netto: zł

brutto: zł

w tym:

miesięczny koszt przeprowadzonych kampanii:

netto: zł

brutto: zł

miesięczny koszt wynagrodzenia Wykonawcy:

netto: zł

brutto: zł

Oświadczamy, że:

1. Nie wnosimy żadnych zastrzeżeń do zapytania o szacunkowy koszt.
2. Przyjmujemy do wiadomości, że:
 - 2.1. złożenie wyceny na zapytanie o szacunkowy koszt, jak też otrzymanie w jego wyniku odpowiedzi nie jest równoznaczne z udzieleniem zamówienia przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (nie rodzi skutków w postaci zawarcia umowy);
 - 2.2. powyższe zapytanie szacunkowe nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu Cywilnego;
 - 2.3. Zamawiający dopuszcza możliwość doprecyzowania lub skorygowania zapisów i warunków niniejszego zapytania;
 - 2.4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia zapytania szacunkowego.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



3. Oświadczam, że wypełniłem/-am obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO*) wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu złożenia wyceny w niniejszym postępowaniu**.

**rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1).*

*** W przypadku gdy wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawca nie składa (usunięcie treści oświadczenia np. przez jego wykreślenie).*

4. Oświadczam, że uzyskałem zgody osób biorących udział w przygotowaniu wyceny, a także wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju z siedzibą w Warszawie 00-695, Nowogrodzka 47a, i przyjmuję do wiadomości, że moje dane podane w wycenie będą przetwarzane w celu związanym z przygotowaniem postępowania.

.....
miejsowość, data

.....
podpis, imię i nazwisko
lub podpis na pieczęci imiennej