

ZAPYTANIE OFERTOWE

nr 30 z dnia 20.02.2023 r.

dotyczące przygotowania szczegółowych koncepcji oraz realizacji działań
w ramach projektu p.n.:

„O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach”

I. ZAMAWIAJĄCY

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”

ul. Ostrzycka 1/3/133

04-035 Warszawa

KRS 0000000863

NIP 7122891133

REGON 432728827

<http://www.zzrojczyzna.com.pl/>

mar_gol1@op.pl

adres do korespondencji:

ul. Podwale 6/107

22-300 Krasnystaw

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:
 - przygotowanie kampanii promocyjnej;
 - przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań zaplanowanych w przygotowanej kampanii;
 - realizacja zadania „O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach”.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
3. Szacowana wartość całkowitego budżetu kampanii wynosi **479 500,00 zł brutto (słownie: czterysta siedemdziesiąt dziewięć tysięcy pięćset złotych 00/100)** w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań, wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię.
4. Budżet (koszt) oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym.

Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone.

III. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (tj.: Dz. U. z 2021 r., poz. 735, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tj.: Dz. U. z 2018 r. poz. 1025, ze zm.), w szczególności art. 701 – 705,
- rozporządzeniem 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 (Dz.U. z 2020 r., poz. 2244, ze zm.), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 06/2022/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 20.01.2022 r.

IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Termin realizacji zamówienia - zadania: od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023 r.

V. TRYB PRZEPROWADZANEGO POSTĘPOWANIA

1. Postępowanie przeprowadzane jest w trybie jednoetapowego procesu obejmującego:
 - a) publikację Zapytania Ofertowego;
 - b) komisyjne otwarcie ofert;
 - c) weryfikację spełnienia wymogów formalno – prawnych i ocenę złożonych ofert,
 - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
2. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, wyłącznie w języku polskim.
3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych. Za ofertę wariantową zostanie m.in. uznana oferta, w której Wykonawca przedstawi więcej niż jedną kreację dla planowanego do zrealizowania przedsięwzięcia, działania w ramach przedmiotu zamówienia.
5. Zamawiający dopuszcza by kilka podmiotów wspólnie ubiegało się o udzielenie zamówienia. W takim przypadku te podmioty zobowiązane są do ustanowienia Lidera w celu reprezentowania ich w postępowaniu i w zawarciu umowy w przypadku wyboru takiego Wykonawcy przez Zamawiającego.
6. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia oferty, pokrywa Wykonawca.

VI. ZASADY ZMIAN ZAPYTANIA OFERTOWEGO. UDZIELANIE WYJAŚNIEŃ.

1. Zamawiający jest uprawniony do zmian Zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku zmiany treści Zapytania Ofertowego, Zamawiający może wskazać nowy termin składania ofert, dłuższy od pierwotnego terminu o czas niezbędny do wprowadzenia zmian w ofertach, o ile przedłużenie tego terminu jest konieczne z uwagi na istotną zmianę Zapytania ofertowego.

3. Informacja o zmianie Zapytania ofertowego oraz o ewentualnym przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich Wykonawców do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej ZZRO <http://www.zzrojczyzna.com.pl/>.
4. Wykonawca może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego na piśmie o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 3 dni przed terminem otwarcia ofert.
Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: mar_gol1@op.pl
5. Zamawiający udzieli wyjaśnień Wykonawcy niezwłocznie. Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi drogą mailową.
6. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację Wykonawcy wraz z odpowiedziami będzie: przesyłana do wszystkich Wykonawców, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego <http://www.zzrojczyzna.com.pl/> .
7. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

VII. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:
 - 1) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 1292, ze zm.),
 - 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotowym Zapytaniem ofertowym oraz dysponują potencjałem ludzkim i potencjałem technicznym, zapewniającymi prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania,
 - 3) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu niniejszego zamówienia,
 - 4) nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości;
 - 5) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII.
 - 6) wniosą wadium w wysokości i zasadach określonych w rozdziale IX. WADIUM.

Na potwierdzenie spełniania w/w wymogów określonych w pkt 1- 4 Wykonawcy składają Oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym - załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego.

2. Wymogi formalne – jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego Lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum oraz pełnomocnictwo dla Lidera, upoważniające Lidera do składania oferty w przedmiotowym postępowaniu.

3. Zamawiający weryfikuje czy Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów, metodą spełnia/nie spełnia.
4. Zamawiający i Wykonawca nie mogą prowadzić negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywać jakichkolwiek zmiany w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.

VIII. ODRZUCENIE OFERTY

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

- 1) jej treść nie odpowiada treści Zapytania ofertowego,
- 2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
- 3) jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w niniejszym Zapytaniu ofertowym.

IX. WADIUM

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: **10 000,00 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych 00/100)**.
2. Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, tj.: **do dnia 28 lutego 2023 r. do godz. 11:30.**
3. Wykonawca może wnieść wadium w pieniądzu, poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym, gwarancjach bankowych, gwarancjach ubezpieczeniowych, poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6 b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (t.j. Dz. U. z 2014, poz. 1804 ze zm.).
Wadium wnoszone w pieniądzu wpłaca się przelewem na rachunek bankowy: **Nr 79 7061 0006 0610 4262 8804 0001 - KSKOK - SKOK im. Zygmunta Chmielewskiego** z adnotacją: **„Wadium Zapytanie ofertowe – „O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach”**.
4. Wadium wniesione w pieniądzu Zamawiający przechowuje na rachunku bankowym.
5. W przypadku wadium wnoszonego w pieniądzu, jako termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku Zamawiającego. Potwierdzoną za zgodność kserokopię dowodu zapłaty wadium należy dołączyć do oferty.
6. Wadium wniesione w pieniądzu, zostanie zwrócone na rachunek bankowy wskazany przez Wykonawcę.
7. Wadium musi być zabezpieczone na okres 3 miesięcy, licząc od daty składania ofert – termin związania ofertą.
8. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium wszystkim wykonawcom po wyborze najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania.
9. Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu umowy.

10. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
11. Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana:
 - a) odmówił podpisania umowy w sprawie przedmiotu zamówienia na warunkach określonych w ofercie, lub
 - b) zawarcie umowy z sprawie realizacji przedmiotu zamówienia stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.

X. PRZYGOTOWANIE OFERTY

1. Oferta Wykonawcy musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym oraz opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
2. Na ofertę składają się w szczególności:
 - 1) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego oraz podanie deklaracji/zobowiązania w zakresie:
 - a) koncepcja kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej,
 - b) projekt scenariusza spotu reklamowego;
 - 2) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia przygotowany przez Wykonawcę w oparciu o Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
 - 3) Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
 - 4) dowód wniesienia wadium.
3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Wykonawcę.
4. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszym Zapytaniu Ofertowym muszą spełniać następujące wymogi:
 - 1) Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej; pierwsza strona oferty powinna być sporządzona na papierze firmowym Wykonawcy lub być opatrzona pieczęcią firmową Wykonawcę. Oferta, Formularz ofertowy zgodny z zał. nr 2 oraz Oświadczenie Wykonawcy zgodne z wzorem stanowiącym zał. nr 3 do niniejszego Zapytania ofertowego, muszą być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy (oryginał podpisu), wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Wykonawcy na podstawie odrębnego pełnomocnictwa. Ponadto każda strona oferty musi być parafowana przez Wykonawcę. Wszystkie miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy.

- 2) w przypadku, gdy Wykonawcę reprezentuje Pełnomocnik do oferty musi być załączone pełnomocnictwo, w oryginale lub w kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy;
- 3) pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę lub Pełnomocnika lub poświadczonych notarialnie;
- 4) wszystkie miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy;
- 5) dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego;
- 6) dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane oraz być połączone w sposób trwały;
- 7) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści: nazwa firmy, adres, NIP lub czytelny podpis w przypadku braku pieczęci imiennej.

XI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

Wykonawca pozostaje związany złożoną ofertą przez 3 miesiące. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XII. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie) z dopiskiem „**Zapytanie ofertowe nie otwierać do dnia 28 lutego 2023 r., do godziny 11:40**”, uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty.
2. Opakowanie powinno być dodatkowo oznakowane jako „**ZAPYTANIE OFERTOWE – „O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach**” oraz opatrzone co najmniej nazwą i adresem Wykonawcy.
3. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo – finansowym realizacji działań, powinny być załączone do oferty w formie papierowej.
4. Termin składania ofert - Ofertę należy złożyć lub wysłać na adres:
Związek Zawodowy Rolników OJCZYŻNA
ul. Podwale 6/107,
22-300 Krasnystaw.
w terminie: **do dnia 28 lutego 2023 r. do godz. 11:30.**
Dla ofert przesłanych pocztą/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty pod wskazany adres.
5. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu.
6. Wykonawca może wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.
7. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.

8. Po wycofaniu oferty Wykonawca może złożyć nową ofertę przed upływem terminu składania ofert.
9. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 28 lutego 2023 r. o godzinie 11:40 pod adresem: Związek Zawodowy Rolników OJCZYŻNA, ul. Podwale 6/107, 22-300 Krasnystaw.**

XIII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	Kryterium	waga %
K ₁	Cena (brutto)	40 %
K ₂	Kreacja – koncepcja kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej	35 %
K ₃	Kreacja - projekt scenariusza spotu reklamowego	25 %

1. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.
2. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru: $W = K_1 + K_2 + K_3$
3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami:

1) Kryterium K₁ - Cena (brutto) – waga 40%

Cena **brutto** przedmiotu zamówienia – maksymalna ilość punktów wynosi - **40 punktów**.

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_1 = \frac{\text{cena oferty najtańszej (brutto w PLN)}}{\text{cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN)}} \times 100 \times \text{waga } 0,40 = \text{max. } 40 \text{ pkt}$$

Wartość ofert podana w walucie obcej zostanie przeliczona na PLN wg kursu sprzedaży Narodowego Banku Polskiego z dnia wystawienia (podpisania) oferty.

2) Kryterium K₂ - koncepcja kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej – waga 35%

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o zawarte w ofercie: koncepcję kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **35 punktów**, gdzie ocenie zostaną poddane następujące podkryteria:

a) Podkryterium: Koncepcja kampanii - przewodnie, strategiczne założenia kampanii.
Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **20 punktów**.

Podstawą kampanii powinna stać się precyzyjnie sformułowana i przemyślana koncepcja, która musi w sposób spójny obejmować i być realizowana, przez przedsięwzięcia w ramach Kampanii – zadania/projektu którego realizacja jest przedmiotem niniejszego *Zapytania ofertowego*.

Przy ocenie tego podkryterium będzie miało znaczenie m.in. spójność zaproponowanej koncepcji z przedsięwzięciami zawartymi w opisie przedmiotu zamówienia – załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego, wysoka jakość zaproponowanych rozwiązań, nowatorstwo otwierające możliwości dla oryginalnej, zapamiętywanej kreacji:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia: **14 - 20 pkt**,
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z założeniami i innymi działaniami zawartymi w Opisie przedmiotu zamówienia, koncepcja przewodnia kampanii wymagająca dopracowania: **7 - 13 pkt**.
- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające w/w założenia: **0- 6 pkt**.

b) Podkryterium: Projekt graficzny logotypu

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **5 punktów**.

Projekt graficzny logotypu powinien stanowić graficzne nawiązanie do koncepcji Kampanii. Przy ocenie tego podkryterium będzie miało znaczenie adekwatność, zaproponowanego projektu graficznego logotypu z założeniami merytorycznymi opisu przedmiotu zamówienia oraz z założeniami strategii: oryginalność, zapamiętywalność, estetyka graficzna powinna ułatwiać kodowanie obrazu w świadomości odbiorców:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia, rozwiązania kreatywne; intrygujące/wyróżniające się; oryginalne, o wysokiej estetyce graficznej ułatwiające kodowanie obrazu w świadomości odbiorców: **4-5 pkt**;
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia: **2-3 pkt**;
- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają założenia: **0-1 pkt**.

c) Podkryterium: Projekt hasła/sloganu kampanii promocyjnej.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **10 punktów**.

Hasło/slogan kampanii promocyjnej powinno stanowić podsumowanie, syntetyczne ujęcie koncepcji Kampanii:

Przy ocenie tego podkryterium będzie miała znaczenie spójność i adekwatność, zaproponowanego hasła/sloganu z założeniami merytorycznymi opisu przedmiotu zamówienia oraz z założeniami strategii; zapamiętywalność – warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa hasła/sloganu powinna ułatwiać kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia, tj. w sposób kompleksowy zbieżne z koncepcją kampanii, rozwiązania kreatywne; intrygujące/wyróżniające się; niesztampowe; warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu ułatwia kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców: **6-10 pkt**;

- rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia: **3-5 pkt**;
- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają założenia: **0 - 2 pkt**.

Liczba punktów w tym kryterium K₂ zostanie obliczona jako suma punktów przyznanych danej ofercie w ramach w/w 3 (trzech) podkryteriów.

$$K_2 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 0,35 = \text{max 35 pkt}$$

3) Kryterium K₃ – projekt scenariusza spotu reklamowego - waga 25%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty scenariusza spotu reklamowego.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **25 punktów**, gdzie ocenie zostaną poddane następujące podkryteria:

a) Podkryterium: oryginalność scenariusza spotu reklamowego poprzez indywidualność i nowatorskie nawiązanie do koncepcji kampanii.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **15 punktów**:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii: **10 –15 pkt**

- rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, posty wymagające dopracowania: **4 - 9 pkt**,

- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające kryterium: **0 - 3pkt**.

b) Podkryterium: wpływ zaproponowanych rozwiązań i form zastosowanych w projekcie scenariusza spotu reklamowego na zauważalność i zapamiętywalność przekazu;

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **10 punktów**:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w przedstawionych projektach są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu: **7 -10 pkt**,

- rozwiązania w średnim stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w przedstawionych projektach są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywalny: **3 - 6 pkt**,

- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające kryterium: **0 - 2 pkt**.

Liczba punktów w tym kryterium K₃ zostanie obliczona jako suma punktów przyznanych danej ofercie w ramach w/w 2 (dwóch) podkryteriów.

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 0,25 = \text{max 25 pkt}$$

XIV. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym Zapytaniu Ofertowym.
2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów. Jeżeli dwie lub więcej ofert przedstawiają taki sam bilans ceny i innych kryteriów określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym za najkorzystniejszą ofertę spośród takich ofert uznaje się ofertę z najniższą ceną.

3. Informację o wyniku postępowania Zamawiający prześle do wszystkich Wykonawców, do których zostało skierowane Zapytanie Ofertowe, zamieści w siedzibie Zamawiającego oraz na stronie internetowej Zamawiającego.
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwołalne.

XV. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ ZADANIA/PROJEKTU.

1. Zamawiający, w terminie do 7 dni od powiadomienia wszystkich uczestników postępowania o jego rozstrzygnięciu, zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, umowę której istotne postanowienia zawarte są w Załączniku Nr 4 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
2. W przypadku gdy Wykonawca wybrany w wyniku przeprowadzenia konkurencyjnej procedury wyboru uchyla się od zawarcia umowy, Zamawiający może wybrać Wykonawcę, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert, bez przeprowadzania ponownego postępowania w sprawie wyboru wykonawcy.

XVI. INNE POSTANOWIENIA

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia względem Zamawiającego w przypadku skorzystania przez niego z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego Zapytania ofertowego wyboru wykonawcy przedmiotu zamówienia. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne. W powyższym przypadku Wykonawcy nie przysługuje od Zamawiającego żadne dodatkowe wynagrodzenie lub jakakolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.
4. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
 - 1) tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego lub
 - 2) danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
5. Zmiany umowy z Wykonawcą dopuszczalne są także w następującym zakresie:

- 1) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- 2) w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
- 3) inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy, w tym w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego zadania/Projektu.

XVII. ZAŁĄCZNIKI

1. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
2. Formularz Ofertowy Wykonawcy (wzór).
3. Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty.
4. Wzór umowy.

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym

Tytuł zadania (projektu - Kampanii)

„O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach”

1.1 Produkty, których dotyczy zadanie

Polskie produkty zbożowe

1.2 Miejsca realizacji zadania

RZECZPOSPOLITA POLSKA

1.3 Terminy realizacji zadania – projektu:

- Cały projekt realizowany będzie w terminie od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023 r.
- Realizacji zadania jest podzielona na 2 etapy

Nr etapu	Data rozpoczęcia realizacji etapu	Data zakończenia realizacji etapu
I	01.03.2023	01.07.2023
II	02.08.2023	31.12.2023

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

1.4 Beneficjenci działania:

Prawidłowe określenie grupy docelowej projektu powinno być rozpatrywane na dwóch poziomach. Pierwszy z nich to analiza danych statystycznych zawartych w Strategii Funduszu oraz ogólnodostępnych danych statystycznych. Spadek spożycia produktów zbożowych, a przede wszystkim pieczywa, jest spowodowany przekonaniem konsumentów co do jego złego wpływu na dietę i zdrowie. Wynika to z powielania obiegowych opinii, nie potwierdzonych naukowymi faktami, które pojawiają się we wszystkich typach mediów. Z drugiej strony polscy konsumenci coraz częściej zwracają uwagę na zdrowy tryb życia i zdrową dietę. Oba rodzaje informacji poszukiwane są przede wszystkim w Internecie. To właśnie miejsce poszukiwania informacji oraz zwrot w kierunku zdrowego trybu życia, pozwala na stwierdzenie, że fakty te dotyczą przede wszystkim osób młodych i w średnim wieku. Osoby starsze są mniej wrażliwe na tego typu informacje i co ważniejsze są bardziej przywiązane do tradycyjnych polskich produktów, wśród których pieczywo zajmuje bardzo istotne miejsce. Dlatego też podstawową grupą docelową projektu to: • Dzieci (w wieku przedszkolnym i szkolnym) oraz młodzież • Osoby od 25 do 50 roku życia. Pod względem miejsca zamieszkania, projekt skupia się przede wszystkim na średnich i dużych miastach. To właśnie ich mieszkańcy są typowymi przedstawicielami grupy poszukującej wiedzy i informacji dotyczącej zdrowego trybu życia i zdrowej diety. W zdecydowanie mniejszym stopniu działania projektu będą skierowane do osób starszych, które spożywanie pieczywa traktują jako polską tradycję i są mniej wrażliwi na przekaz dietetyków oraz influencerów promujących np. dietę bezglutenową. Wybór dzieci i

młodzieży jak ważnej części grupy docelowej jest podyktowany tym, że im wcześniej rozpocznie się proces właściwej i rzetelnej edukacji na temat produktów zbożowych, tym większa szansa, że w przyszłości staną się oni bardziej świadomymi konsumentami, wyposażonymi w rzeczywista wiedzę i nie będą w tak dużym stopniu ulegać modom i niesprawdzonym informacjom. Potrzeby wszystkich przedstawicieli grupy docelowej to przede wszystkim wiarygodna informacja odnośnie produktów zbożowych, ich roli w diecie, ich wpływu na nasze zdrowie a także umiejętność wyboru i rozpoznawania wysokiej jakości produktów zbożowych. Tylko tak „wyedukowany” konsument będzie w stanie skutecznie oprzeć się dużej ilości sprzecznych ze sobą informacji wyrażających mity na temat zdrowego stylu odżywiania. Jednocześnie każdy z przedstawicieli grupy docelowej oczekuje prostych, jasnych, pozbawionych naukowego „zadęcia” informacji, które będzie mógł natychmiast wykorzystać w codziennej diecie. Konsument oczekują, że prawdziwa i sprawdzona przez naukowców, będzie poddana w łatwy do przyswojenia i atrakcyjny sposób.

1.5 Opis działań:

Działania projektu: 1. Emisja spotów reklamowych i promocja na portalu Facebook
Opis działania: W ramach działania przeprowadzona zostanie emisja spotu wideo w sieci społecznościowej Facebook i promocja profilu projektu, na którym zamieszczane będą zdjęcia oraz przygotowane infografiki. Reklama w sieci społecznościowej Facebook będzie zrealizowana przy użyciu nowoczesnych narzędzi umożliwiających geotargetowanie i targetowanie, dzięki temu przekaz projektu będzie mógł dotrzeć do wszystkich przedstawicieli grupy docelowej pod względem miejsca zamieszkania, płci, wieku oraz zainteresowań dietetycznych i kulinarnych.

Termin działania: 03.2023-12.2023

Rezultaty działania:

- Przeprowadzenie kampanii promocyjnej w sieci Facebook i dotarcie do 1 mln odbiorców z grupy docelowej
- Promocja profilu i zamieszczanych na nim treści (zdjęcia i infografiki)
- Obsługa kampanii reklamowej
- Obsługa profili (emisja spotów reklamowych 10 szt. – 1 w miesiącu, zamieszczenie 40 postów /4 posty w miesiącu, wraz z materiałami graficznymi i tekstami)

2. Emisja spotów reklamowych w komunikacji miejskiej

Opis działania:

Wybór komunikacji miejskiej jako miejsca emisji spotów został podyktowany faktem, że jest to jeden z bardziej efektywnych sposobów dotarcia do potencjalnych odbiorców. Emisja będzie miała miejsce w Warszawie, Krakowie i Poznaniu. Emisja spotów i materiałów graficznych będzie odbywać na ekranach LCD umieszczonych w pojazdach komunikacji miejskiej. Dodatkowo projekt zakłada emisję spotów na ekranach umieszczonych w pociągach Kolei Mazowieckich. Całość kampanii potrwa miesiąc.

Termin działania: 09.2023

Rezultaty działania:

- Emisja spotów i grafik w komunikacji miejskiej w Warszawie, Krakowie i Poznaniu
- Emisja spotów i grafik na ekranach LCD w pociągach Kolei Mazowieckich
- Ogólny czas trwania kampanii 1 miesiąc
- Łączna liczba emisji minimum 100 000

3. Emisja spotów radiowych

Opis działania:

Reklama radiowa ma za zadanie uzupełnienie pozostałych form promocji. Planowana jest emisja 100, 30 sekundowych spotów w rozgłośniach radiowych na terenie całego kraju. Kampania będzie emitowana równolegle z kampanią w komunikacji miejskiej oraz kampanią outdoor oraz billboard. Dzięki temu projekt zyska zdecydowanie większą rozpoznawalność i zasięg co pozwoli na wzmocnienie jego efektu i osiągnięcie zakładanych celów.

Termin działania: 03.2023

Rezultaty działania:

- Emisja 100 spotów radiowych na terenie całego kraju

4. Emisja reklamy citylight oraz billboard

Opis działania:

Emisja reklamy outdoor na nośnikach citylight oraz billboard będzie połączona z emisją reklam w komunikacji miejskiej i kampanią reklamową w radio. W szczególności w przypadku emisji na nośnikach citylight, która w dużej części są zlokalizowane na przystankach komunikacji miejskiej.

Emisja reklamy planowana jest w 3 miastach Warszawie, Krakowie i Poznaniu. Łączny czas trwania kampanii będzie wynosił 1 miesiąc.

Termin działania: 09.2023

Rezultaty działania:

- Emisja reklamy citylight i billboard w 30 lokalizacjach w 3 miastach
- Przygotowanie grafiki reklamowej

5. Przygotowanie i druk książeczki dla dzieci

Opis działania:

Powodem konieczności realizacji działania jest fakt, że jednym z przedstawicieli grupy docelowej są dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym projekt powinien zaoferować im źródło łatwo przyswajalnej, atrakcyjnej wiedzy dotyczącej zbóż i produktów zbożowych, a także ciekawostek związanych ze zbożami. Fabularna książeczka dla dzieci z udziałem bohaterów, z którymi mogą się utożsamić pozwoli na edukację dzieci i przekazanie im sprawdzonej wiedzy na temat zbóż, ich roli w diecie i właściwości zdrowotnych. Książeczkę uzupełni seria przepisów, które dzieci będą mogły wykonać samodzielnie, bądź angażując w to rodziców, co jeszcze wzmocni efekt działania.

Termin działania: 03.2023

Rezultaty działania:

- Przygotowanie 40 stronicowej książeczki dla dzieci wraz z ilustracjami
- Wydruk 3000 egzemplarzy książeczki
- Dystrybucja książeczki w wybranych przedszkolach i szkołach podstawowych jak upominki na zakończenie roku szkolnego

6. Produkcja i postprodukcja spotu reklamowego (video)

Opis działania:

Produkcja spotu wideo jest integralną częścią projektu. Spot będzie wykorzystywany do działań promocyjnych (emisji) zarówno w Internecie jak i komunikacji miejskiej. Spot przygotowany w ramach działania będzie trwał 30 sekund. Tematyka spotu, oprócz prezentacji wartości dietetycznych i zdrowotnych zboża i produktów zbożowych, będzie prezentował również ideę strategii od pola do stołu. Całość powinna być utrzymana w lekkim, atrakcyjnym charakterze, tak aby wywołać emocje wśród przedstawicieli grupy docelowej.

Termin działania: 04.2023

Rezultaty działania:

- Przygotowanie scenariusza spotu
 - Produkcja i postprodukcja 30" spotu wideo
7. Produkcja i postprodukcja spotu reklamowego (radio)

Opis działania:

W ramach działania powstanie 30" spot radiowy, który swą stylistyką będzie nawiązywał do spotu wideo. Spot zostanie wykorzystany podczas emisji w ogólnopolskich lub regionalnych stacji radiowych.

Termin działania: 03.2023

Rezultaty działania:

- Produkcja i postprodukcja 30" spotu radiowego

8. Udział w eventach i wydarzeniach

Opis działania:

W ciągu realizacji projektu uwzględniono udział w dwóch wydarzeniach/eventach o charakterze lifestylowym lub kulinarnym. W obu przypadkach wykupiona zostanie powierzchnia wystawiennicza, przygotowane stoisko wraz z dekoracjami. Głównym punktem każdego z eventów będzie pokaz kulinarny wraz z degustacją. W czasie pokazu obecny będzie również dietetyk, który w czasie gotowania na żywo będzie udzielał porad i informacji odnośnie zboża i produktów zbożowych i ich roli w codziennej diecie. Dodatkowo podczas każdego z wydarzeń rozdawane będą ulotki i broszury informacyjne.

Termin działania: pomiędzy 04.2023 a 09.2023

Rezultaty działania:

- Udział w dwóch wydarzeniach lub eventach
- Organizacja dwóch pokazów kulinarnych wraz z udziałem dietetyka
- druk i przygotowanie 2 000 sztuk materiałów informacyjnych (ulotki i broszury)

9. Przygotowanie i produkcja grafik, infografik oraz realizacja sesji zdjęciowej

Opis działania:

Działanie dotyczy realizacji i produkcji sesji zdjęciowej obejmujące 20 zdjęć oraz przygotowania 20 infografik i grafik, które bazować będą w części na wcześniej przygotowanych zdjęciach. Sesja zdjęciowa odbędzie się przy udziale fotografa wraz z profesjonalnym oświetleniem, scenografią i stylizacją (potraw i osób biorących udział w sesji)

Termin działania: 04.2023

Rezultaty działania:

- Produkcja i postprodukcja 20 zdjęć
- Produkcja 20 grafik i infografik

10. Obsługa PR

Opis działania:

Działanie zostało włączone do projektu w celu realizacji jednego z celów szczegółowych Funduszu Promocji, którym, jest Walka ze złym PR-em i obalenie mitów na temat „szkodliwości” pieczywa (gluten, przyczyna otyłości) i produktów zbożowych (GMO, zawartość mykotoksyn). W ramach działania zorganizowane zostaną wywiady wideo i telewizyjne z ekspertami, którzy przybliżą branże i będą starać się przekonać do poszukiwania sprawdzonych informacji na temat produktów zbożowych. Ponadto w ramach działania przygotowane zostaną informacje prasowe, które przybliżą tematykę wykorzystania produktów zbożowych w zdrowej diecie, będą miały charakter poradnikowy i opinio twórczy. Ostatnim elementem będzie przygotowanie i zamieszczenie 5 artykułów sponsorowanych w popularnych portalach poradnikowych i o tematyce kobiecej oraz lifestylowej.

Termin działania: 03.2023 – 12.2023

Rezultaty działania:

- Organizacja i emisja 5 wywiadów TV (dotarcie do 250 tysięcy odbiorców)
- Przygotowanie i dystrybucja 15 informacji prasowych (dotarcie do 150 tysięcy odbiorców)
- Przygotowanie i zamieszczenie 5 artykułów sponsorowanych (dotarcie do 200 tysięcy odbiorców)

11. Współpraca z influencerami i liderami opinii

Opis działania:

Działanie nawiązuje do jednego z głównych celów Strategii Funduszu Promocji, którym jest „Promocja przetworów zbożowych w ramach dużych kampanii oraz podczas wydarzeń, z wykorzystaniem znanych postaci/ekspertów”. W projekcie zakładane jest podjęcie współpracy z influencerami, którzy poprzez swoje profile w mediach społecznościowych będą promować produktu zbożowe oraz przeciwdziałać złemu PR branży dotyczącemu między innymi glutenu.

Wybór influencerów – znanych powszechnie osób (aktorów, trenerów personalnych, muzyków, osobistości telewizyjnych), nastąpi w oparciu o zasięgi i liczbę odbiorców ich profili w mediach społecznościowych. Działanie to dzięki wyborowi odpowiednich influencerów może będzie dedykowane młodszym przedstawicielom grupy docelowej – młodzieży i osobom do 30 roku życia, które w zdecydowanej większości traktują influencerów jako źródło wiedzy i opinii na temat zdrowego trybu życia lub diety. Utożsamiają ich również z atrakcyjnym, modnym stylem życia.

Termin działania: 05.2023

Rezultaty działania:

- Podjęcie współpracy z 2 influencerami
- Zamieszczenie przez influencerów 2 postów i 2 instastory na profilach w mediach społecznościowych przez okres 10 miesięcy
- Dotarcie do minimum 150 000 tysięcy odbiorców

Wszystkie materiały wytworzone w projekcie muszą posiadać informację o sfinansowaniu z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych jak również powinny być opatrzone logo Zamawiającego.

1.6 Uzasadnienie realizacji zadania

Spożycie produktów zbożowych w Polsce, a przede wszystkim pieczywa, systematycznie spada. Jeśli weźmiemy pod uwagę dane GUS z ostatnich 40 lat, to wartość spożycia spadała o ponad połowę. W 1981 roku statystyczny Polak zjadał 100 kg pieczywa rocznie, a w 2016 roku poziom ten spadł do 45 kg na rok. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Bank Santander „W relacji do 2010 r. spożycie pieczywa było niższe aż o 36%. Jednocześnie rośnie spożycie pozostałych wyrobów piekarskich. Jest to związane z coraz większym zainteresowaniem konsumentów takim wyrobami, jak m.in. wyroby cukiernicze. W 2019 r. konsumpcja tego asortymentu była wyższa o 4% w relacji rocznej oraz o 51% w porównaniu do 2010 r.” Badanie wskazuje również, że wydatki gospodarstw domowych na zakup pieczywa systematycznie spadają. Może wskazywać to na fakt, że Polacy, wydając mniej na pieczywo, nie zastępują go, produktami nieco droższymi o wysokiej jakości i wartościach odżywczych. Generalną przyczyną zaistniałej sytuacji jest powszechne przekonanie o tym, że praktycznie każdy rodzaj pieczywa jest niezdrowy, powoduje przybieranie na wadze i nie jest „zgodny” z panującą obecnie modą a zdrowe żywienie. Jako główny wróg wskazywany jest przede wszystkim gluten. Ta błędna opinia

jest bardzo często powielana przez „domorośłych” dietetyków i niestety znajduje podatny grunt w mediach głównego nurtu. Przyczynia się to znaczącego obniżenia wizerunku produktów zbożowych jako części zbilansowanej diety. Temu zjawisku przeczą fakty naukowe. Przekonują o tym naukowcy o eksperci Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej (NCEŻ). Nisko przetworzone produkty zbożowe, właśnie takie jak pieczywo mogą być i są wartościowym źródłem błonnika. Jak przekonuje NCEŻ nie ma naukowych dowodów na to, że popularna dieta bezglutenowa działają odchudzająco. Należy uznać, że prezentowane powyżej tendencje będą się utrzymywać. Do spadku spożycia pieczywa przyczynia się też jego niska jakość, którą możemy zaobserwować w piekarniach popularnych sieci handlowych. Fakt ten jest wymieniany zarówno przez ekspertów branży piekarniczej, jak również wskazany jest jako jedno z zagrożeń w Strategii Funduszu. Podstawowym problemem jest niska świadomość społeczna dotycząca prawdziwych wartości odżywczych i zdrowotnych produktów zbożowych. Generalnie opinie konsumentów bazują, na modach, a nie faktach. Stwierdzenie to potwierdza fakt, że od kilku lat możemy zaobserwować zwiększające się zainteresowanie pieczywem z tzw. zbóż tradycyjnych orkisz, samopsza, płaskurka. Choć jest to pocieszające, należy znów rozpatrywać to jako modę, ponieważ właśnie te zboża mają dobry wizerunek i są prezentowane jako zdrowe i będące wartościowym elementem zdrowej diety. Paradoksalnie, zwiększenie zainteresowanie zdrowym trybem życia i zdrowym odżywianiem wśród dużej grupy polskich konsumentów, przyczynia się „wylania dziecka z kąpielą”. Niestety proces ten zachodzi w zdecydowanej większości przypadków bezkrytycznie, przy zastosowaniu najprostszych rozwiązań, które prowadzą konsumentów do wniosku, że każdy rodzaj pieczywa jest po prostu niezdrowy. Znów przyczyną jest wytworzenie mody, a nie rzeczywiste i naukowo potwierdzone fakty. Skutki tych zjawisk to spadające spożycie pieczywa, odwrót w stronę produktów bezglutenowych. Projekt bezpośrednio odpowiada na wszystkie wymienione problemy i przyczyni się do ich znacznego złagodzenia. Aby to osiągnąć wszystkie działania projektu będą skupiać się na przekazywaniu, w atrakcyjnej i nowoczesnej formie.

1.7 Planowane rezultaty zadania

Projekt nawiązuje bezpośrednio do dwóch celów Strategii Funduszu: - Edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych. Jednym z celów głównych strategii Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych jest edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych. Realizuje się go poprzez propagowanie zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe i uświadamianie konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku. Środowisko związane z przemysłem piekarskim od lat walczy ze szkodliwymi opiniami nt. spożywania pieczywa oraz odkłamuje informacje na temat wyolbrzymianej szkodliwości glutenu. Zauważalny spadek spożycia pieczywa oraz szerzona przez media społecznościowe propaganda antywęglowodanowa i antyglutenowa powodują konieczność reagowania na te opinie. Budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania wysokojakościowych przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku, Cel wynikający z Strategii Funduszu oraz cele szczegółowe pozwolą na znaczne podniesienie poziomu wiedzy konsumentów odnośnie roli zbóż i produktów zbożowych w codziennej diecie. Aby to osiągnąć konsumenci muszą poznać jakość, właściwości zdrowotne i dietetyczne produktów zbożowych. Jednocześnie projekt będzie aktywnie przeciwdziałał czarnemu PR i nieprawdziwym informacjom dotyczącym spożywania pieczywa i produktów zbożowych.

1.8 Monitoring i ewaluacja:

Miesięczne raporty - statystyki publikacji, szczegółowa informacja o zasięgu każdego postu/video/audio oraz zaangażowaniu odbiorców. Raport końcowy podsumowujący 12 miesięcy kampanii. Statystyki będą tworzone za pomocą natywnych narzędzi analitycznych każdej z platform, na których będzie odbywała się promocja oraz za pomocą narzędzia Google Analytics lub innego równorzędnego w kanałach influencerów. Raporty przygotowują podmioty realizujące kampanię wyłonione w postępowaniu ofertowym. Badanie ewaluacyjne zostanie przeprowadzone na za pomocą ankiety rozdawanej podczas degustacji produktów zbożowych podczas eventów. Celem badania będzie sprawdzenie efektywności kampanii w zakresie: • Odsetka osób z grupy docelowej, które widziały/słyszały kampanię, • Subiektywnej oceny jakości kreacji i kampanii (jakość kreacji, klarowność i zrozumiałość przekazu) wśród osób, które widziały kampanię

1.9 Szczegółowy budżet zadania w podziale na rodzaje promowanych produktów.

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia wynosi **479 500,00 zł brutto (słownie: czterysta siedemdziesiąt dziewięć tysięcy pięćset złotych 00/100)** i obejmuje następujące pozycje kosztowe:

Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
	ilość	cena jednostkowa	łącznie
Emisja spotów reklamowych (10 szt. – 1 w miesiącu) i promocja na portalu Facebook (40 postów – 4 w miesiącu)	10 miesięcy	3 500,00	35 000,00
Emisja spotów reklamowych (100 tys. emisji) i grafik w komunikacji miejskiej	1 miesiąc	60 000,00	60 000,00
Emisja spotów radiowych	100 szt.	250,00	25 000,00
Przygotowanie i zamieszczenie 5 artykułów sponsorowanych	5 szt.	2 500,00	12 500,00
Emisja reklamy citylight oraz billboard	30 szt.	2 500,00	75 000,00
Przygotowanie książeczki dla dzieci (40 stron, wraz z ilustracjami)	1 szt.	20 000,00	20 000,00
Druk książeczki dla dzieci (kolor, format A5)	3 000 szt.	15,00	45 000,00
Koszt udział w eventach i wydarzeniach (koszt powierzchni oraz przygotowanie stoiska)	2 szt.	10 000,00	20 000,00
Druk i przygotowanie 2 000 sztuk materiałów informacyjnych (ulotki i broszury)	2 000 szt.	10,00	20 000,00
Produkcja i post produkcja spotu reklamowego (video)	1 szt.	40 000,00	40 000,00
Produkcja i post produkcja spotu reklamowego (radio)	1 szt.	3 000,00	3 000,00
Organizacja pokazów kulinarnych wraz z udziałem dietetyka (wynagrodzenie kucharza, dietetyka, zakup produktów, wynajem sprzętu)	2 szt.	7 000,00	14 000,00
Przygotowanie i produkcja grafik, infografik (20 sztuk) oraz realizacja sesji zdjęciowej (20 zdjęć)	1 szt.	30 000,00	30 000,00
Obsługa PR: Organizacja i emisja 5 wywiadów TV, przygotowanie i dystrybucja 15 informacji prasowych	10 szt.	3 000,00	30 000,00
Współpraca z influencerami i liderami opinii (2 posty i 2 instastory w każdym miesiącu)	10 m cy	2 000,00	20 000,00
Wynagrodzenie koordynatora projektu	10 m cy	3 000,00	30 000,00

FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa:

Siedziba:

Nr telefonu/faks:

adres-mail:

nr NIP:

nr REGON:

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Dane dotyczące Zamawiającego:**Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”**

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na „Przygotowanie i realizację zadania/projektu „*O mały kłós*”, czyli *czego nie wiesz o zbożach*” składamy niniejszą ofertę oświadczając, że akceptujemy w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jego załącznikami.

- Oferujemy wykonanie całego przedmiotu zamówienia zgodnie z postanowieniami Zapytania Ofertowego przedmiotowego postępowania za cenę brutto:

CENA brutto	_____	_____	PLN
	słownie złotych:	.	
.....			
.....			
stawka podatku VAT:%			

- Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań stanowi załącznik do niniejszej oferty.
- Oświadczam/y, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty, jakie ponosi Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
- Oświadczam/y, że wykonam/y całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w Zapytaniu Ofertowym.
- Jednocześnie oświadczam/y, że:
 - posiadam/y status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. z 2019r., poz. 1292, ze zm.),

- b) posiadam/y niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotowym Zapytaniem ofertowym oraz dysponuję/my potencjałem ludzkim i potencjałem technicznym, zapewniającymi prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania,
 - c) znajduję/my się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu niniejszego zamówienia,
 - d) nie znajduję/my się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości.
6. Oświadczam/y, że niniejsza oferta jest wiążąca przez okres 3 miesięcy, liczony od daty upływu terminu na składanie ofert.
7. Oświadczam (-my), że przedmiot zamówienia wykonam(-my) osobiście/z udziałem podwykonawców*.

Osoba do kontaktów z Zamawiającym:

..... tel. kontaktowy, faks:

zakres odpowiedzialności:

.....

Załączniki do Formularza Ofertowego:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.

....., dn. __ . __ . ____ r.

.....
 Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
 w imieniu Wykonawcy

*) niepotrzebne skreślić

pieczęć Wykonawcy

**Oświadczenie
o braku podstaw do odrzucenia oferty**

Składając ofertę w postępowaniu na podstawie Zapytania ofertowego na „Przygotowanie i realizację zadania **„O mały kłós”, czyli czego nie wiesz o zbożach**” oświadczam (-y), że nie ma podstaw do odrzucenia niniejszej oferty z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdziale VIII „Odrzucenie oferty” Zapytania Ofertowego .

....., dn. __ . __ . ____ r.

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu Wykonawcy

UMOWA NR(wzór)
z dnia

pomiędzy:

▪
reprezentowanym przez:..... -,

zwanym dalej **Zamawiającym**,

a

- wpisanym do Krajowego Rejestru Sadowego
prowadzonego przez w pod numerem
KRS:, NIP:

reprezentowanym przez:..... -,

zwaną/ym dalej **Wykonawcą**,

uwzględniając przepisy:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (tj.: Dz. U. z 2021 r., poz. 735, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tj.: Dz. U. z 2018 r. poz. 1025, ze zm.), w szczególności art. 701 – 705,
- rozporządzeniem 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 (Dz.U. z 2020 r., poz. 2244, ze zm.), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 06/2022/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 20.01.2022 r.

Strony uzgodniły, co następuje:

§ 1. Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji zadania/projektu „**O mały kłós**”, **czyli czego nie wiesz o zbożach**”, w zakresie określonym w załączniku 1 do niniejszej umowy, zwanego dalej „Kampanią” lub „Zadaniem”.
2. Wykonawca ma prawo posługiwać się podwykonawcami w celu należytego wykonania Umowy. W żadnym wypadku Zamawiający nie będzie ponosić konsekwencji potencjalnych sporów powstałych pomiędzy Wykonawcą a jego potencjalnymi podwykonawcami, w szczególności dotyczących zapłaty na ich rzecz wynagrodzenia z tytułu realizacji przez danego podwykonawcę powierzonych mu przez Wykonawcę działań wchodzących w zakres wykonania Umowy przez Wykonawcę. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność zarówno wobec podwykonawców jak również wobec Zamawiającego za rezultat działań podjętych celem realizacji niniejszej Umowy. Dotyczy to również odpowiedzialności finansowej i odszkodowawczej, która to odpowiedzialność Zamawiającego jest całkowicie wyłączona w przypadku działań Wykonawcy, który ponosi pełną odpowiedzialność w tym zakresie. Do zakresu odpowiedzialności Wykonawcy nie stosuje się ograniczenia odpowiedzialności wynikającej z art. 429 kodeksu cywilnego.

3. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za swoje działania wynikające z realizacji niniejszej umowy wobec osób trzecich, w tym w szczególności wynikające ze spraw związanych z prawami autorskimi.

§ 2. Czas trwania

1. Niniejsza umowa wchodzi w życie z dniem jej podpisania.
2. Przewidywany termin realizacji kampanii: od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023 r.
3. Zamawiający ma prawo do czasowego zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy w przypadku gdy wymagane na jej wykonanie środki nie są dostępne w budżecie przedsięwzięcia. W takim przypadku Zamawiający zobowiązany jest do rozliczenia ze Wykonawcą w terminie 14 dni od dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania Umowy, z wyłączeniem sytuacji rozwiązania Umowy, o których mowa w § 10 Umowy, udokumentowanych i zaakceptowanych uprzednio przez Zamawiającego kosztów kwalifikowanych, poniesionych do dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy oraz zapłaty należnego wynagrodzenia.
4. Umowa wygasa po dokonaniu rozliczenia końcowego kampanii przez zamawiającego wobec KOWR i Funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.

§ 3. Budżet kampanii

1. Strony ustalają, że budżet przedmiotowej kampanii wynosi**PLN brutto**, (słownie:**PLN**),.
2. Kwota o której mowa w ust.1 uwzględnia wszelkie zobowiązania Zamawiającego wobec Wykonawcy za realizację przedmiotu o którym mowa w § 1 ust.1.
3. Budżet kampanii, nie może w żadnym wypadku ulec zwiększeniu, nawet jeżeli rzeczywisty koszt działań poniesionych przez Wykonawcę w związku z przeprowadzeniem kampanii przekracza koszt wskazany w załączniku 1. Wykonawca ponosi wyłączne ryzyko przekroczenia kosztów.

§ 4. Realizacja działań

1. Wykonawca ponosi wyłączną odpowiedzialność techniczną, finansową i odszkodowawczą za realizację działań określonych w załączniku 1, w tym za ich zgodność z obowiązującymi przepisami krajowymi, wspólnotowymi oraz zasadami konkurencji mającymi zastosowanie w danej dziedzinie.
2. Zamawiający przydziela personel niezbędny do monitorowania i nadzoru realizacji działań przewidzianych w harmonogramie.
3. Wykonawca zobowiązuje się do: wyraźnego i czytelnego oznakowania materiałów informacyjnych i promocyjnych (w tym przekazów audiowizualnych, strojów) związanych z realizowanym zadaniem (kampanią), zgodnie z przepisami obowiązującymi w trakcie realizacji Kampanii, w terminie od dnia zawarcia umowy.
4. Wykonawca powiadamia Zamawiającego niezwłocznie na adres e-mail:, o wszelkich zdarzeniach, mogących zaszkodzić należytemu wykonaniu niniejszej Umowy w przewidzianym terminie z podaniem wszelkich niezbędnych szczegółów.
5. Wszystkie projekty materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzone w ramach operacji muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
6. W celu realizacji postanowień ust. 5 Wykonawca zobowiązuje się do przedkładania do akceptacji Zamawiającemu wszelkich projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzonych w ramach kampanii, w terminie nie później niż 14 dni, przed ich realizacją lub produkcją. W przypadku niedotrzymania niniejszego terminu Wykonawca ponosi

- ryzyko, że Zamawiający nie dokona akceptacji przekazanych projektów materiałów w terminie pozwalającym Wykonawcy na ich realizację lub produkcję.
7. Akceptacja materiałów, o których mowa wyżej, dokonywana jest na podstawie ostatecznych projektów przedprodukcyjnych wykonanych w technice dostosowanej do planowanej produkcji (np. nośnik, nakład, format), uwzględniając standardy branżowe (np. wydruki próbne, cromalin, matchprint, animacje, filmy, zrzuty ekranowe itp.).
 8. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do wskazanych w pkt 6 i 7 projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które muszą zostać uwzględnione przez Wykonawcę niezwłocznie, nie później niż w ciągu 5 dni roboczych. Wykonawca jest zobowiązany przesłać Zamawiającemu wskazane w zdaniu poprzednim projekty z uwzględnionymi uwagami Zamawiającego niezwłocznie po ich wprowadzeniu.
 9. Zamawiający zobowiązuje się przekazywać Wykonawcy wszelkie informacje niezbędne do właściwego wykonywania Umowy przez Wykonawcę.
 10. W przypadku nieprzekazania kompletnej informacji lub dokumentów bądź też przekazania nieprawdziwych informacji przez Zamawiającego – Wykonawca nie będzie ponosił odpowiedzialności za skutki z tego wynikające jednak jest zobowiązany do niezwłocznego zawiadomienia Zamawiającego o wykrytych nieprawidłowościach w celu przeprowadzenia kampanii zgodnie z Umową.
 11. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją kampanii zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.
 12. W przypadku udostępniania przez Zamawiającego Wykonawcy w ramach realizacji niniejszej umowy danych osobowych, Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania w zakresie przetwarzania i ochrony tych danych osobowych postanowień rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 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, s. 1) – zwane dalej „RODO” oraz stosownych przepisów prawa polskiego obowiązującego w przedmiotowym zakresie.
 13. Osobami odpowiedzialnymi za kontakt pomiędzy Stronami i upoważnionymi do podejmowania decyzji związanych z wykonaniem kampanii, w tym w szczególności do akceptacji projektów materiałów przesłanych przez Wykonawcę, będą:
 - a) ze strony Zamawiającego: (dalej: „Szef Projektu”),
adres e-mail, nr telefonu
 - b) ze strony Wykonawcy:, adres e-mail, nr
telefonu

§ 5. Zasady płatności

1. Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Zamawiającemu faktur za działania wymagające zapłaty przed ich wykonaniem nie później niż 7 dni przed ich wykonaniem.
2. Zamawiający zobowiązuje się do regulowania wydatków związanych z realizacją działań w ramach kampanii w terminie **14 dni** od dnia otrzymania prawidłowo wystawionych i doręczonych przez Wykonawcę faktur, chyba że krótszy termin płatności wynika z przyjętych przez Wykonawcę za uprzednią zgodą Zamawiającego zobowiązań wobec osób trzecich.
3. W przypadku nie uznania przez KOWR kosztów kampanii z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, jest on zobowiązany do zwrotu na rzecz Zamawiającego wszystkich niezakwalifikowanych przez KOWR kosztów w terminie 14 dni od momentu pisemnego powiadomienia Wykonawcy o tym fakcie.

§ 6. Rozliczanie umowy

1. Rozliczanie umowy odbywa się zgodnie z przepisami mającymi zastosowanie do środków finansowych z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przedkładania dokumentów dowodowych potwierdzających poniesione wydatki oraz wszelkich, statystyk oraz materiałów dowodowych w postaci m.in.: fotografii, nagrań, tytułów prasowych zawierających przedmiotową reklamę, filmów wykonanych w ramach kampanii. Faktury oraz dokumenty towarzyszące wystawione w języku obcym muszą być przetłumaczone na język polski. W przypadku, gdy Wykonawca zlecił wykonanie części działań objętych niniejszą umową podwykonawcy, Wykonawca dodatkowo zobowiązuje się na żądanie Zamawiającego przedstawiać kopie faktur/rachunków przez podwykonawcę na Wykonawcę z tytułu realizacji ww. działań.

§ 7. Kontrole

1. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i akceptuje, że Zamawiający oraz KOWR mogą w każdej chwili przeprowadzić kontrole techniczne postępu prac i realizacji działań w ramach umowy.

§ 8. Prawa własności intelektualnej

1. Wykonawca zobowiązuje się do ochrony lub zapewnienia ochrony wyników działań, które mogą być objęte prawami własności intelektualnej, uzyskanych w ramach wykonywania niniejszej umowy.
2. O ile strony nie ustalą inaczej na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia określonego w Umowie, Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego bezwarunkowo i nieodwołalnie autorskie prawa majątkowe, na czas realizacji kampanii wraz z ograniczeniem terytorialnym wynikającym z zaplanowanych działań w kampanii, do wszelkich materiałów, łącznie z opracowaniami graficznymi, wizualnymi i audiowizualnymi, jak również stronami internetowymi, będących wynikiem realizacji działań przewidzianych w Umowie w przypadku, gdy w całości, jak i w części spełniały cechy utworów stosownie do art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1231 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą” i jako takie będą podlegały ochronie wynikającej z przepisów ustawy (dalej „Utwory”) na wszystkich znanych polach eksploatacji w szczególności na następujących polach eksploatacji:
 - a) wszelkie utrwalania i zwielokrotnienia Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechaniczną, optyczną, elektroniczną lub inną techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formacie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, wizyjnych i fonicznych, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywania kopii tych utrważeń, itp.;
 - b) wszelki obrót oryginałem lub egzemplarzami, na których Utwory utrwalono – wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału lub egzemplarzy, w tym wymianę egzemplarzy;
 - c) wszelkie inne rozpowszechnianie Utworów, w tym publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie Utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym prasa, radio, telewizja, Internecie oraz na platformach cyfrowych, w nieograniczonej ilości odtworzeń, wyświetleń, wykonania, wystawień i nadań i reemisji.

3. Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do Utworów z chwilą ich przekazania Zamawiającemu po dokonaniu zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Wykonawcy. Wykonawca będzie mógł wykorzystywać przygotowane materiały/produkty wyłącznie we własnych celach marketingowych, bez dodatkowej zgody Zamawiającego.
4. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych do Utworów, Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego, wyłączne prawo do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich na polach eksploatacji wskazanych w ust. 1 powyżej.
5. Wykonawca gwarantuje, że osoby uprawnione z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów nie będą wykonywać takich praw w stosunku do Zamawiającego, jego następców prawnych ani innych podmiotów, którym Zamawiający przekaże Utwory.
6. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworów bezwarunkowo i nieodwołalnie, bez ograniczeń terytorialnych i czasowych:
 - a) zobowiązuje się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa Utworów; jednocześnie Wykonawca upoważnia Zamawiającego i osoby, którym Zamawiający to prawo przekaże, do wykonywania i zezwalania na rozpowszechnianie i korzystanie z opracowań Utworów, w tym m.in. tłumaczeń na inne języki, zmiany czcionki lub koloru oraz wykonywanie pozostałych praw zależnych;
 - b) udziela w imieniu własnym oraz osób uprawnionych z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów Zamawiającemu lub podmiotom wskazanym przez Zamawiającego zgody na wykonywanie w imieniu Wykonawcy oraz ww. osób autorskich praw osobistych do Utworów i z tego tytułu Zamawiający jest uprawniony w szczególności do: nadzorowania postępu realizacji Utworów, przeglądania materiałów roboczych, przekazywania materiałów roboczych do oceny osób trzecich, wnoszenia zmian i poprawek;
 - c) wyraża zgodę na włączenie Utworów w całości lub w części do innego utworu lub też do połączenia z innym utworem.
7. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworów, przenosi na Zamawiającego prawo do uzyskania: patentu na wynalazek, prawa ochronnego na wzór użytkowy, prawa z rejestracji wzoru przemysłowego lub prawa ochronnego na znak towarowy, o ile Utwory lub ich części będą podlegać ochronie wynikającej ze stosownych przepisów ustawy – Prawo własności przemysłowej.
8. W przypadku wynalezienia nowego, nieznanego w momencie podpisania Umowy, pola eksploatacji, Wykonawca zobowiązuje się:
 - a) przenieść na Zamawiającego bez jakichkolwiek ograniczeń terytorialnych i czasowych autorskie prawa majątkowe do Utworów na nowym polu eksploatacji;
 - b) przenieść na Zamawiającego wyłączne prawo zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich na nowym polu eksploatacji;
 - c) udzielić zgód i upoważnień w zakresie określonym w ust. 6 Umowy i zobowiązać się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa utworów;
 - d) przenieść na Zamawiającego prawa określone w § 8 ust. 7 Umowy za cenę nie wyższą niż 200 netto (słownie: dwieście złotych) za każde nowo wynalezione pole eksploatacji.
9. Niezależnie od przeniesienia na Zamawiającego praw, o których mowa w niniejszym paragrafie, Wykonawca w ramach wynagrodzenia za przeprowadzenie Kampanii, w zakresie określonym ust. 6-8 powyżej, upoważnia Zamawiającego do korzystania z know-how zawartego w Utworach.
10. Wykonawca wyraża niniejszym zgodę, aby KOWR miał prawo informować lub publikować informacje dotyczące w szczególności działań przewidzianych w Umowie, końcowej oceny tychże działań, jak również podmiotów, które uczestniczyły w ich realizacji razem z Wykonawcą.

§ 9. Poufność i zakaz konkurencji

1. Wykonawca zobowiązuje się zachować w tajemnicy wszelkie informacje, przekazane przez Zamawiającego, jak też informacje do których Wykonawca uzyska dostęp po podpisaniu Umowy, w szczególności wszelkie informacje handlowe, techniczne i technologiczne Zamawiającego poznane w wyniku przeprowadzania Kampanii, bez względu na to czy zostały oznaczone, jako poufne czy nie zostały oznaczone żadnym równoznacznym określeniem i niezależnie czy były uzyskane przez Wykonawcę w formie pisemnej, ustnej, czy w jakiegokolwiek innej formie.
2. W sytuacji uzyskania dostępu przez Wykonawcę do tajemnic Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do:
 - a) niewykorzystywania ich wbrew jakimkolwiek interesom Zamawiającego;
 - b) nie ujawnia, bezpośrednio lub pośrednio, danych i informacji stanowiących tajemnicę Zamawiającego w sposób inny niż zgodnie z postanowieniami Umowy;
 - c) zrekompensowania Zamawiającemu wszelkich szkód, które Zamawiający może ponieść w wyniku naruszenia tajemnicy Zamawiającego przez Wykonawcę przy czym odpowiedzialność Wykonawcy w żaden sposób nie jest ograniczona.
3. Wykonawca może ujawnić tajemnicę Zamawiającego wyłącznie organom administracji publicznej w zakresie wymaganym przez prawo.
4. Zobowiązania Wykonawcy wynikające z niniejszego paragrafu będą wiążące również po rozwiązaniu umowy przez okres 5 lat od zakończenia współpracy Stron.

§ 10. Rozwiązanie umowy

Umowa może zostać rozwiązana bez zachowania okresu wypowiedzenia przez Zamawiającego w następujących przypadkach:

- a) jeśli Wykonawca nie może uzyskać z własnej winy jednego z pozwoleń lub zezwoleń niezbędnych do realizacji umowy;
- b) jeśli Wykonawca nie wykona jednego ze zobowiązań umownych pomimo otrzymania od Zamawiającego wezwania do jego wykonania w terminie 5 dni roboczych od dnia odebrania wezwania wysłanego listem poleconym za potwierdzeniem odbioru;
- c) jeśli Wykonawca rażąco narusza postanowienia niniejszej Umowy.

§ 11. Spory pomiędzy Wykonawcą a osobami trzecimi

Wykonawca powiadamia pisemnie Zamawiającego o wszelkich postępowaniach administracyjnych lub sądowych wszczętych przeciwko niemu wynikających z wykonania niniejszej umowy. Strony decydują w drodze porozumienia o czynnościach, które należy podjąć.

§ 12. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy

1. Strony ustalają zabezpieczenie w postaci kaucji gwarancyjnej należytego wykonania umowy w wysokości 20 % wartości brutto przedmiotu umowy.
2. Wykonawca wniesie kaucję gwarancyjną po wypłacie przez Zamawiającego na rachunek bankowy Wykonawcy kwoty nie mniejszej niż 75% wartości zamówienia (brutto) za wystawione przez Wykonawcę w trakcie realizacji zadania faktury.
3. Kaucja gwarancyjna zostanie wpłacona w formie przelewu gotówkowego na konto Zamawiającego nr **79 7061 0006 0610 4262 8804 0001 - KSKOK - SKOK im. Zygmunta Chmielewskiego**
4. Zabezpieczenie służy zaspokojeniu wszelkich roszczeń Zamawiającego z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez Wykonawcę.

5. Całość zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostanie zwrócona Wykonawcy w ciągu 7 dni od dnia otrzymania dofinansowania przez Zamawiającego z KOWR z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych.
6. Za brak zwrotu zabezpieczenia w wymaganym terminie Zamawiający zostanie obciążony karą w wysokości odsetek maksymalnych, liczonymi od dnia wymagalności do dnia zapłaty.

§ 13. Postanowienia końcowe

1. Zmiany Umowy wymagają formy pisemnej w postaci aneksu pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych Umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
3. Gdyby okazało się, że niektóre ustalenia tej umowy są nieważne, albo gdyby wystąpiła luka w niniejszej umowie, ważność pozostałych ustaleń nie jest przez to naruszona. Zastąpione one zostaną takimi ważnymi, skutecznymi postanowieniami, które w zakresie skutków gospodarczych i finansowych oraz intencji Stron będą maksymalnie zbliżone do postanowień dotkniętych nieważnością.
4. Spory mogące powstać na tle stosowania Umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
5. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach – po jednym dla każdej ze Stron.
6. Następujące załączniki stanowią integralną część Umowy:
 - 1) Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań (zał. nr 1 do Zapytania ofertowego - Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
 - 2) Oferta Wykonawcy.

WYKONAWCA

.....

ZAMAWIAJĄCY

.....