



## ZAPYTANIE OFERTOWE

dotyczące realizacji zadania – projektu p.n.:

### PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA ZADANIA

**„Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat  
wśród dietetyków”**

finansowane z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

#### I. ZAMAWIAJĄCY

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”

Ul. Ostrzycka 1/3/133

04-035 Warszawa

[www.zzrojczyzna.com.pl](http://www.zzrojczyzna.com.pl)

REGON: 432728827

NIP: 7122891133

#### II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:
  - przygotowanie kampanii promocyjnej;
  - przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań zaplanowanych w przygotowanej kampanii;
  - realizacja zadania - projektu **„Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków”**.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
3. Szacunkowa maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania Ofertowego wynosi **332.000,00 PLN** (słownie: trzysta trzydzieści dwa tysiące złotych 00/100) **brutto**.
4. Budżet oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia wskazana w pkt. 3 powyżej.
5. Szacunkowe maksymalne wartości dla poszczególnych zadań Kampanii wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
6. Wskazany w ofercie jednostkowy budżet dla każdego z poszczególnych zadań Kampanii nie może być większy, niż maksymalna wartość tego zadania, wskazana w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
7. Oferta winna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i kompleksową realizacją Przedmiotu Zamówienia.

**Oferty niespełniające powyższych kryteriów podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.**

### III. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2021 r., poz. 735 ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2022 r. poz. 1360, ze zm.), w szczególności art. 70<sup>1</sup> – 70<sup>5</sup>,
- 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

Kampania będzie realizowana w **2 (dwóch)** etapach. Termin realizacji kampanii: **04.12.2023-31.08.2024**. Szczegółowy zakres i terminy realizacji poszczególnych etapów wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania ofertowego.

Numer etapu	Data rozpoczęcia	Data zakończenia	Czas trwania etapu
I	04.12.2023	31.03.2024	4 miesiące
II	01.04.2024	31.08.2024	5 miesięcy

### 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 formalnoprawnych i ocenę złożonych ofert;
  - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
2. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, wyłącznie w języku polskim.
3. Każdy Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form promocji.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych. Za ofertę wariantową zostanie m.in. uznana oferta, w której Oferent przedstawi więcej niż jedną kreację dla planowanego do zrealizowania przedsięwzięcia lub działania w ramach przedmiotu zamówienia.
6. Zamawiający dopuszcza, by kilka podmiotów wspólnie ubiegało się o udzielenie zamówienia (konsorcjum). 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. W przypadku oferty składanej przez grupę podmiotów wymagane jest określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
7. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez uczestników konsorcjum. Z treści umowy konsorcjum winna jednoznacznie wynikać możliwość oferowania i wykonania zadań objętych niniejszym zapytaniem oraz zakres umocowania Lidera konsorcjum. W przypadku umocowania Lidera do złożenia oferty lub reprezentowania uczestników konsorcjum w Zapytaniu Ofertowym poza umową, do oferty należy dołączyć stosowne pełnomocnictwo lub jego kopię uwierzytelnioną przez uczestników konsorcjum lub notariusza.

8. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia i dostarczenia oferty, pokrywa Oferent. Zamawiający nie odpowiada za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.
9. Oferty niespełniające kryteriów wskazanych w pkt.3-8 podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.
10. W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.

## **VI. ZASADY MODYFIKACJI TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO, ZMIAN OFERT, UDZIELANIE WYJAŚNIEŃ.**

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku modyfikacji 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 modyfikacji zapytania ofertowego oraz o ewentualnym przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich potencjalnych Oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.zzrojczyzna.com.pl**
4. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 5 dni przed terminem otwarcia ofert.
5. Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: mar\_gol1@op.pl
6. Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi drogą mailową.
7. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację Oferenta wraz z odpowiedziami będzie przesyłana do wszystkich oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.zzrojczyzna.com.pl**
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień lub dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
9. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.
10. Wycofanie oferty przez Oferenta, prowadzące do jego odstąpienia od udziału w Zapytaniu, możliwe jest poprzez złożenie Zamawiającemu pisemnego oświadczenia w tym przedmiocie przez Oferenta lub osobę uprawnioną do jego reprezentacji. Oświadczenie tego rodzaju winno zostać złożone przed upływem terminu otwarcia ofert.

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

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Oferenci, 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, 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 na podstawie niniejszego Zapytania;
  - 3) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi Zapytania Ofertowego oraz nie podlegają wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnego wyroku sądu; 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) którzy nie są powiązani z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, przez co rozumie się wzajemne powiązania między beneficjentem lub osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu beneficjenta lub osobą wykonującą w imieniu beneficjenta czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem Zapytania Ofertowego a wykonawcą, polegające w szczególności na:
  - a) uczestniczeniem w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub osobowej;
  - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów w kapitale zakładowym lub akcji spółki;
  - c) pełnieniu funkcji członka zarządu, organu nadzorczego, prokurenta, pełnomocnika;
  - d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej; pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej, w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
  - e) pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku faktycznym lub prawnym, że może on budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności osób tym stosunkiem związanych.
- 7) wniosą wadium w wysokości i na zasadach określonych w rozdziale IX. WADIUM.
- 8) Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 1-5 Oferenci składają Oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym - załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego.
- 9) Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 6 Oferent składa Oświadczenie wg wzoru – Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania ofertowego.
- 10) Zamawiający weryfikuje, czy Oferent spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów metodą: spełnia/nie spełnia.
- 11) Zamawiający i Oferent nie mogą prowadzić negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywać jakichkolwiek zmian 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) wykonawcą zadania jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w Zapytaniu ofertowym,

## IX. WADIUM

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Oferent zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: 10.000,00 PLN (słownie: dziesięć tysięcy złotych).
2. Oferent zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 01.12.2023 r. do godz. 11:00.**

Wadium wnoszone jest przelewem na rachunek bankowy Zamawiającego o numerze: **79 7061 0006 0610 4262 8804 0001** z adnotacją: „wadium Zapytanie ofertowe - „Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków”.
3. Za termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku bankowym Zamawiającego.
4. Dowód wniesienia wadium należy załączyć do oferty.
5. Wadium zostanie zwrócone na rachunek bankowy wskazany przez Oferenta.
6. Wadium musi być zabezpieczone przez czas związania Oferenta ofertą.
7. Z zastrzeżeniem pkt. 11 i 13, zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.

8. W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim Oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
9. Oferentowi, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu z nim umowy.
10. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Oferenta, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
11. Zamawiający zatrzyma wadium wniesione przez Oferenta, którego oferta została wybrana, w przypadku, gdy
  - a) Oferent ten odmówił zawarcia umowy na warunkach określonych w ofercie, lub
  - b) zawarcie umowy stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie tego Oferenta.
12. Od wniesionego wadium Oferentowi nie należą się odsetki.

## **X. PRZYGOTOWANIE OFERTY**

1. Oferta winna 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. Oferta powinna zawierać przynajmniej:
  - a. Pełną nazwę i adres Oferenta oraz jego NIP, numer wpisu we właściwym dla niego rejestrze (np. KRS). Dane ujawnione w rejestrze winny potwierdzać, że osoba podpisująca ofertę jest uprawniona do reprezentacji Oferenta.
  - b. W przypadku gdy Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium RP – numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację Oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma on siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo – wydruk z tego rejestru, na podstawie którego można potwierdzić, że osoba podpisująca ofertę jest uprawniona do reprezentacji Oferenta.
  - c. Adres e-mail Oferenta – do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania.
  - d. Pełną nazwę i adres siedziby Zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym, jeśli jest inny, niż adres siedziby).
  - e. Nazwę projektu zgodnie z Zapytaniem Ofertowym,
  - f. Datę sporządzenia oferty.
  - g. Datę ważności oferty - wymagane 90 dni.
  - h. Wartość brutto przedmiotu zamówienia oraz wysokość obowiązującej stawki VAT, przy czym na wartość oferty składa się kompleksowa realizacja Kampanii.
  - i. Odrębną wycenę każdego z zadań Kampanii w wartości brutto i netto – poprzez wypełnienie przez Oferenta Załącznika nr do Zapytania Ofertowego.
3. **Na ofertę składają się w szczególności:**
  - 1) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania
  - 2) Koncepcja realizacji kampanii
  - 3) Projekt hasła przewodniego kampanii
  - 4) Projekt graficzny hasła kampanii
  - 5) Projekt graficzny 3 (trzech) postów na Facebook
  - 6) Projekt graficzny reklamy prasowej w prasie kobiecej
  - 7) Harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia uzupełniony przez Oferenta (Załącznik Nr 1 do Zapytania Ofertowego);
  - 8) Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
  - 9) Dowód wniesienia wadium.

- 10) Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,
  - 11) Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania – według Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
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 Oferenta lub być opatrzona jego pieczęcią firmową. Oferta, Formularz ofertowy zgodny z załącznikiem nr 2 oraz Oświadczenie Oferenta zgodne ze wzorem stanowiącym załącznik nr 3 niniejszego Zapytania ofertowego, muszą być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa. Ponadto każda zadrukowana strona oferty musi być parafowana przez Oferenta lub osobę umocowaną do jego reprezentowania. W przypadku oferty złożonej przy zadruku jednostronnym, parafować należy tylko zadrukowane strony. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do reprezentowania Oferenta;
  - 2) w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny, niż wskazany w Formularzu Ofertowym lub faktu udzielenia pełnomocnictwa nie sposób ustalić na podstawie danych ujawnionych we właściwym rejestrze (KRS, CEIDG), 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 Oferenta;
  - 3) pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie;
  - 4) wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta;
  - 5) dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta 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 pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba NIP lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

Oferty niespełniające wymogów opisanych w niniejszym rozdziale podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.

## **XI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ**

Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez 90 (dziewięćdziesiąt) dni. 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. w zamkniętej kopercie) z dopiskiem „ZAPYTANIE OFERTOWE „**Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków**”. NIE OTWIERAĆ DO DNIA 01.12.2023 r. DO GODZINY 11:10”, uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.

2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo – finansowym realizacji działań, powinny być załączone do oferty w formie papierowej.

– Opakowanie powinno być opatrzone co najmniej nazwą i adresem Oferenta oraz nazwą i adresem Zamawiającego.

3. **Termin i miejsce składania ofert** - Ofertę należy złożyć lub wysłać na adres:

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”  
Ul. Podwale 6/107  
22-300 Krasnystaw

**w nieprzekraczalnym terminie do dnia 01.12.2023 r. do godz. 11:00.**

W każdym przypadku liczy się data i godzina faktycznego dostarczenia oferty pod wskazany adres.

4. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu. Ofertę odrzuconą w warunkach opisanych w zdaniu poprzedzającym Zamawiający zwróci Oferentowi bez otwierania po upływie terminu otwarcia ofert.

5. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 01.12.2023 r. o godzinie 11.10** pod adresem:

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”  
Ul. Podwale 6/107  
22-300 Krasnystaw

### XIII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	<b>Kryterium</b>	<b>waga %</b>
K <sub>1</sub>	Cena (brutto)	30 %
K <sub>2</sub>	Kreacja – koncepcja kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej	20 %
K <sub>3</sub>	Kreacja - projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook	25 %
K <sub>4</sub>	Kreacja - projekt reklamy prasowej w prasie kobiecej	25 %

1. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.

2. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru:  $W = K_1 + K_2 + K_3 + K_4$

3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami.

#### **1. Kryterium Cena (K<sub>1</sub>) – 30%**

Cena **brutto** przedmiotu zamówienia – maksymalna ilość punktów wynosi **30 punktów**.

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

cena oferty najtańszej (brutto w PLN)

$K_1 = \frac{\text{cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN)}}{\text{cena oferty najtańszej (brutto w PLN)}} \times 100 \times \text{waga } 0,30 = \text{max } 30 \text{ pkt.}$

cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN).

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

**2. Kryterium - koncepcja kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej ( K<sub>2</sub> ) – 20%.**

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 **20 punktów**, gdzie ocenie zostaną poddane następujące podkryteria:

a) Podkryterium: **Koncepcja kampanii** - przewodnie, strategiczne założenia Kampanii maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów.

Podstawą kampanii powinna stać się precyzyjnie sformułowana i przemyślana koncepcja, która musi w sposób spójny obejmować i być realizowana, w ramach Kampanii stanowiącej przedmiot niniejszego Zapytania ofertowego.

Przy ocenie tego podkryterium będą miały znaczenie:

- 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
- zrozumienie istoty zamówienia i roli wykonawcy
- sposób osiągnięcia założonego celu Kampanii
- sposób monitorowania postępu prac, raportowania zagrożeń dla realizacji Kampanii

– maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - 10 punktów:

Koncepcja spełnia większość lub wszystkie ze wskazanych założeń	7-10 pkt.
Koncepcja spełnia w średnim stopniu wskazane założenia, tj. pozostaje nie w pełni zbieżna z założeniami i działaniami zawartymi w Opisie przedmiotu zamówienia, wymaga dopracowania	3-6 pkt.
Koncepcja nie spełnia wskazanych założeń albo spełnia je w znikomym stopniu	0-2 pkt.

b) Podkryterium: **Projekt graficzny logotypu** – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 5 punktów.

Projekt graficzny logotypu powinien stanowić graficzne nawiązanie do koncepcji Kampanii.

Przy ocenie tego podkryterium będą miały znaczenie:

- adekwatność, zaproponowanego projektu graficznego logotypu z założeniami merytorycznymi Opisu przedmiotu zamówienia oraz z założeniami strategii;
- oryginalność, zapamiętywalność logotypu;
- estetyka graficzna, która powinna ułatwiać kodowanie obrazu w świadomości odbiorców

– maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - 5 punktów

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, wymagające dopracowania stosownie do treści wskazanych założeń	2-3 pkt.



Rozwiązania niespełniające w/w założenia albo spełniające je w znikomym stopniu	0-1 pkt.
---	----------

c) Podkryterium: **Projekt hasła / sloganu kampanii promocyjnej** – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 5 punktów.

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

Przy ocenie tego podkryterium będą miały 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

– maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - 5 punktów:

Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia, tj. w sposób kompleksowy zbieżne z koncepcją kampanii, rozwiązania kreatywne; intrygujące/wyróżniające się; warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu ułatwia kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców	4-5 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia; wymagające dopracowania względem w/w założeń	2-3 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-1 pkt.

W ramach **tego kryterium** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród ocenianych ofert.

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

$$K_2 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,20 = \text{max } 20 \text{ pkt.}$$

### 3. Kryterium -projekt graficzny 3 postów na Facebook( K3 ) – 25%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty projekty graficzne 3 postów na Facebook.

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

a) Podkryterium: **koncepcja komunikacji postów Facebook**. Przy ocenie tego parametru będzie miała znaczenie spójność zaproponowanej koncepcji reklamy z ogólną koncepcją kampanii. Maksymalna liczb punktów jaką może uzyskać oferta w ramach tego podkryterium to – do 15 punktów:

rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii:	8-15 pkt.
---	-----------

rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, posty wymagające dopracowania:	4-7 pkt.
rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające kryterium	0-3 pkt.

- b) Podkryterium: **wpływ zaproponowanych technik i form zastosowanych w projektach postów na Facebook na zauważalność i zapamiętywalność przekazu**; maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów:

rozwiązania w największym stopniu spełniające w/w założenia, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w przedstawionych projektach postów są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu:	6-10 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniając w/w założenia, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w przedstawionych projektach postów na Facebook są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywalny	3-5 pkt.
rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają w/w założenia	0-2 pkt.

Do obliczenia liczby punktów w tym kryterium przyjmowana będzie suma punktów przyznana danej ofercie, w ramach oceny tego kryterium, w stosunku do sumy najwyższej ilości punktów uzyskanych spośród rozpatrywanych ofert - w ramach oceny tego kryterium. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

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

#### 4.Kryterium - projekt reklamy prasowej w prasie kobiecej - (K4) - 25%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty projekt graficzny reklamy prasowej w prasie kobiecej.

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

- a) Podkryterium: **oryginalność projektu reklamy prasowej w prasie kobiecej poprzez indywidualność i nowatorskie nawiązanie do koncepcji kampanii**. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 15 punktów:

rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii oraz oryginalne i nowatorskie	8-15 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenie tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, projekty wymagające dopracowania	4-7 pkt.
rozwiązania nie spełniające w pełni lub w małym stopniu spełniające w/w założenia:	0-3 pkt.

Podkryterium: **wpływ zaproponowanych form w projekcie reklamy prasowej w prasie kobiecej na zauważalność i zapamiętywalność przekazu**. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów:

rozwiązania w największym stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w projekcie graficznym są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu	6-10 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w projekcie graficznym są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywany:	3-5 pkt.
rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające w/w założenia:	0-2 pkt.

Do obliczenia liczby punktów w tym kryterium przyjmowana będzie suma punktów przyznana danej ofercie, w ramach oceny tego kryterium, w stosunku do sumy najwyższej ilości punktów uzyskanych spośród rozpatrywanych ofert - w ramach oceny tego kryterium. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$K_4 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,25 = \text{max. } 25 \text{ pkt.}$$

Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert

#### **XIV. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY**

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty 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 przedstawia taki sam bilans punktowy 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 Oferentów, do których zostało skierowane Zapytanie Ofertowe oraz zamieści na stronie internetowej Zamawiającego: [www.zzrojczyzna.com.pl](http://www.zzrojczyzna.com.pl).
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 Oferentem, 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 uchyli się od zawarcia umowy, Zamawiający może wybrać Oferenta, którego oferta była kolejną najkorzystniejszą spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert, bez przeprowadzania ponownego zapytania ofertowego w przedmiocie 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 uprawnienia wskazanego w zdaniu poprzednim.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego Zapytania ofertowego. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia (budżetu), z zastrzeżeniem pkt.3 i 4.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia (budżetu) 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 jakkolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.
4. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia (budżetu) 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) gdy zmiana ta wynika z innych, istotnych 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.
5. Oświadczenie w sprawie powiązań.

**Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia  
wraz z harmonogramem czasowym**

Tytuł zadania (projektu - Kampanii)

**„Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków”**

**1.1 Produkty, których dotyczy zadanie: – MIĘSO WIEPRZOWE.**

**1.2 Miejsca realizacji zadania –TERYTORIUM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

**1.3 Terminy realizacji zadania:**

1	Opracowanie logotypu i hasła kampanii	12.2023
2	Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych, ankiety i listu przewodniego do gabinetów i centrów dietetycznych	01/02.2024
3	Opracowanie graficzne i merytoryczne broszury	01/02.2024
4	Wykonanie materiałów promocyjnych	03.2024
5	Zakup bazy (do gabinetów i centrów dietetycznych)	03.2024
6	Druk broszury	04.2024
7	Wysyłka broszury i materiałów promocyjnych do gabinetów i centrów dietetycznych	06.2024
8	Emisja reklamy prasowej	05.2024
9	Budowa strony internetowej	01/02.2024
10	Opracowanie graficzne i merytoryczne interankiety i zamieszczenie jej na stronie projektu	02.2024
11	Publikacja postów na Facebooku	12.2023 – 08.2024
12	Monitoring mediów wraz z interakcją z użytkownikami	01. – 08.2024
13	Wykonanie raportu z efektywności kampanii przez niezależny podmiot	08/2024

**1.4 Beneficjenci zadania:**

**TG1 - dietetycy** – w trakcie kampanii należy skorzystać z ich autorytetu do przekazywania wiedzy konsumentom korzystających z ich usług. Ze względu na wzrost rozpoznawalności i popularności tego zawodu, z jego usług korzysta coraz więcej osób. Co dziesiąty Polak przyznaje, że w ciągu ostatnich dwóch lat korzystał z usług dietetyka lub poradni dietetycznej. Branża ta rozwija się bardzo dynamicznie, a opinie dietetyków mają realny wpływ na codzienne nawyki żywieniowe i co za tym idzie, decyzje zakupowe swoich pacjentów. Dietetycy potrzebują różnorodnych, ciekawych materiałów informacyjnych do poszerzania wiedzy swojej jak i pacjentów.

**TG2 - pacjenci gabinetów dietetycznych** - powołując się na wyniki badania Oferteo.pl - największego polskiego serwisu, który łączy poszukujących usług z ich dostawcami, po pomoc dietetyka zgłaszają się najczęściej osoby stosunkowo młode w przedziale od 20 do 30 roku życia (25%) oraz od 31 do 40 roku życia (25%). Są to najczęściej osoby odpowiedzialne za wydatki domowe na produkty żywnościowe, dbające o zdrowy styl życia i sylwetkę, zmagające się z chorobami m.in. odżywiania. Mocno sugerują się zaleceniami dietetyków i przekładają je na swoje decyzje zakupowe. Grupa ta potrzebuje rzetelnych informacji popartych faktami, od wykształconej grupy eksperckiej

## 1.5 Opis działań:

W trakcie kampanii główne cele i założenia kampanii należy zrealizować poprzez następujące działania: wysyłka broszur oraz materiałów promocyjnych do gabinetów i centrów dietetycznych, publikacja reklamy w prasie branżowej oraz w prasie kobiecej, promocja wieprzowiny w przestrzeni internetowej - kampania w social media (Facebook), monitoring mediów wraz z interakcją z użytkownikami, przeprowadzenie interankiety za pośrednictwem strony www projektu (za której wypełnienie respondenci otrzymają elegancki upominek-lunchbox), wykonanie kalendarzy trójdzielnych, plakatów informacyjnych, opracowanie i wysyłka listu przewodniego do gabinetów dietetycznych, wykonanie raportu efektywności kampanii przez niezależny podmiot.

## 1.6 Planowane rezultaty zadania

Głównym celem projektu są działania informacyjno-promocyjne wpływające na wzrost spożycia i sprzedaży polskiej wieprzowiny, poprzez zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska

## 1.7 Monitoring i ewaluacja

Monitoringiem projektu powinien zajmować się koordynator wskazany w projekcie. Jego zadaniem winno być monitorowanie oraz prowadzenie statystyk dotyczących:

- oglądalności i zasięgu postów opublikowanych na portalu Facebook.

## 1.8 Szczegółowy budżet zadania (Kampanii).

<i>Szczegółowy wykaz kosztów</i>	<i>Ilość</i>	<i>Szacowana maksymalna cena jednostkowa</i>	<i>Łącznie</i>
Reklama w portalach społecznościowych Facebook – 8 postów w miesiącu plus płatne reklamy o zasięgu około 20 000 odsłon każdego postu	9 m-cy	9 000,00 zł	81 000,00 zł
Emisja reklamy prasowej w czasopiśmie branżowym Współczesna Dietetyka lub równoważnym	1 wydanie	20 000,00 zł	20 000,00 zł
Emisja reklamy prasowej w prasie kobiecej	1 wydanie	27 000,00 zł	27 000,00 zł
Przygotowanie graficzne materiałów promocyjnych (kalendarze trójdzielne, plakaty, reklama prasowa)	1 szt.	1 500,00 zł	1 500,00 zł
Przygotowanie merytoryczne i graficzne broszury informacyjnej wraz z zakupem zdjęć	1 szt.	9 000,00 zł	9 000,00 zł
Przygotowanie graficzne i merytoryczne ankiety i listu przewodniego do gabinetów dietetycznych	1 szt.	1 230,00 zł	1 230,00 zł
Przygotowanie graficzne fanpage projektu	1 szt.	1 230,00 zł	1 230,00 zł
Gadżet Premium (lunchbox z oznakowaniem) za wypełnienie ankiety	100 szt.	40,00 zł	4 000,00 zł
Zakup pudełek do wysyłki materiałów do gabinetów dietetycznych	500 szt.	8,70 zł	4 350,00 zł

Budowa strony internetowej wraz z wkładem merytorycznym i wykupem domeny na 1 rok oraz zamieszczeniem ankiety	1 szt.	10 000,00 zł	10 000,00 zł
Skład i druk broszury informacyjnej	5.000 szt.	4,10 zł	20 500,00 zł
Druk i wykonanie kalendarzy trójdzielných	500 szt.	20,00 zł	10 000,00 zł
Druk plakatów informacyjnych	500 szt.	2,46 zł	1 230,00 zł
Druk listu przewodniego do dietetyków	500 szt.	1,23 zł	615,00 zł
Wysyłka gadżetu za wypełnienie ankiety	100 szt.	30,00 zł	3 000,00 zł
Wysyłka i konfekcjonowanie przesyłek do gabinetów dietetycznych z materiałami	500 szt.	35,00 zł	17 500,00 zł
Raport efektywności kampanii	1 szt.	10 000,00 zł	10 000,00 zł
Opracowanie strategii kampanii wraz z logotypem i hasłem	1 szt.	9 000,00 zł	9 000,00 zł
Zakup bazy danych gabinetów dietetycznych	500 szt.	3,69 zł	1 845,00 zł
Wynagrodzenie koordynatora projektu	9 m-cy	3 000,00 zł	27 000,00zł
Monitoring mediów wraz z interakcją z użytkownikami	8 m-cy	9 000,00 zł	72 000,00 zł
<b>Razem brutto</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>332.000,00 PLN</b>

## FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

## Dane Wykonawcy:

Nazwa:	
Siedziba	
Nr telefonu	
adres-mail	
NIP	
REGON	

Adres, na który Zamawiający powinien przysyłać ewentualną korespondencję (jeśli inny niż powyżej):

.....  
 .....

## Dane dotyczące Zamawiającego:

Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”  
 Ul. Podwale 6/107  
 22-300 Krasnystaw

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na „Przygotowanie i realizację zadania/projektu „**Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków**” składamy niniejszą ofertę oświadczając, że akceptujemy w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jego załącznikami.

1. Oferujemy wykonanie całego zamówienia zgodnie z postanowieniami Zapytania Ofertowego przedmiotowego postępowania za cenę brutto:

**CENA brutto** ..... **PLN**

słownie złotych:.....

stawki podatku VAT: .....%



2. Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań stanowi załącznik do niniejszej oferty.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty, jakie ponosi Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w Zapytaniu Ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
  - a) posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców;
  - b) posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotowym zapytaniem ofertowym oraz dysponujemy potencjałem ludzkim i potencjałem technicznym zapewniającymi prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania;
  - c) posiadamy uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zapytania ofertowego oraz nie podlegamy wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów ani prawomocnych wyroków sądów;
  - d) znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniające poprawną i terminową realizację przedmiotu niniejszego zamówienia;
  - e) nie znajdujemy się w stanie upadłości lub likwidacji, ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości.
6. Oświadczamy, że niniejsza oferta jest dla nas wiążąca przez okres 90 dni, liczony od daty upływu terminu na składanie oferty.
7. Oświadczam (-my), że przedmiot zamówienia wykonam(-my) osobiście/ z udziałem podwykonawców\*.
8. Wykaz części zamówienia, której wykonanie Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy:
  - a) .....
  - .....
  - b) .....
  - .....

**Osoba do kontaktów z Zamawiającym:**

Imię i nazwisko	
tel. Kontaktowy	
Adres e-mail	
Zakres odpowiedzialności	

Załączniki do Formularza Ofertowego:

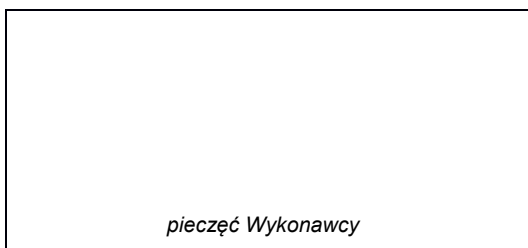
1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....

....., dn. \_\_ . \_\_ . \_\_\_\_ r.

.....

Podpis osób uprawnionych do składania  
oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy

\*) niepotrzebne skreślić



**Oświadczenie  
o braku podstaw do odrzucenia oferty**

Składając ofertę w postępowaniu na podstawie Zapytania ofertowego na „*Przygotowanie i realizację zadania/projektu „**Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków**”*”.

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:

- ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2021 r., poz. 735),
- ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz.U. z 2022 r. poz. 1360, ze zm.), w szczególności art. 701 – 705,
- 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 (Dz.U. z 2020 r., poz. 2244, ze zm.), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
- Zasad 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 **„Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków”** 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: **04 grudnia 2023r. - 31 sierpnia 2024r.**
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 z 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 ....., (słownie: .....
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: mar\_gol1@op.pl, 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.
7. Akceptacja materiałów, o których mowa wyżej, dokonywana jest na podstawie 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. W przypadku nie zgłoszenia przez Zamawiającego uwag w terminie 3 dni licząc od dnia wysłania, zakłada się że projekty uzyskały przez Zamawiającego zaakceptowane.
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 .....
  - 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 szczególności w przypadku gdy Zamawiający, KOWR lub inny podmiot odpowiedzialny za kontrolę prawidłowości realizacji działań stwierdzi, że umowa lub poszczególne działania zostały nienależycie wykonane z winy Wykonawcy, to zobowiązuje się on do zwrotu Zamawiającemu odpowiednio w całości wszystkich lub części należności pieniężnych otrzymanych od Zamawiającego w związku z Umową.
4. W przypadku nieuznania 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.
5. Postanowienia ust. 4 nie wyłączają możliwości dochodzenia roszczeń odszkodowawczych od Wykonawcy przez Zamawiającego na zasadach ogólnych.

### **§ 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.

### **§ 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 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 tym 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, wykonań, 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 przekazał Utwory.
  6. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworów:
    - 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 przekazał, 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 ujawniania, 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**

1. 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 pisemnego 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.
2. Umowa może zostać rozwiązana bez zachowania okresu wypowiedzenia przez Wykonawcę w przypadku nieuregulowania przez Zamawiającego w wyznaczonym terminie faktur Vat za wykonaną usługę, pomimo wcześniejszego wezwania do zapłaty i wyznaczenia Zamawiającemu dodatkowego terminu na uregulowanie zaległych płatności.

### **§ 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
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 Mięsa Wieprzowego.
6. Brak zwrotu zabezpieczenia we wskazanym w ust. 5 terminie spowoduje rozpoczęcie naliczania odsetek umownych w wysokości odsetek maksymalnych za opóźnienie.



### § 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 Powoda.
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.

.....  
**ZAMAWIAJĄCY**

.....  
**WYKONAWCA**

.....  
Dane identyfikacyjne Wykonawcy

Imię .....

Nazwisko .....

Stanowisko .....

### OŚWIADCZENIE WS. POWIĄZAŃ

Uprzedzony o odpowiedzialności karnej za podanie nieprawdziwych informacji oświadczam, że:

- 1) nie jestem powiązany kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a Wykonawcą, poprzez:
  - a) uczestniczenie jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
  - b) posiadanie co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
  - c) pełnienie funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
  - d) pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
- 2) nie pozostaję z żadnym z podmiotów wymienionych w pkt. 1 niniejszego oświadczenia w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do mojej bezstronności, w stosunku do podmiotów uczestniczących w postępowaniu w sprawie konkurencyjnego trybu wyboru wykonawców dla zadania „**Obrona wizerunku polskiej wieprzowiny oraz obalanie mitów na jej temat wśród dietetyków**”.

..... dnia ..... r.  
(miejscowość)

.....  
(podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)