

## ZAPYTANIE OFERTOWE

nr 48 z dnia 18.11.2024r.

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

**„POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH”**

### 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](mailto: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 „POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH”.
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 **477 000,00 zł brutto** (słownie: **czterysta siedemdziesiąt siedem tysięcy 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 (t.j.: Dz. U. z 2020 r., poz. 688),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz.U. z 2019 r. poz. 1145, 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 2017 r., poz. 1351, ze zm.), zwanym dalej „**rozporządzeniem**”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29 lipca 2024 r.

### **IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Termin realizacji zamówienia - zadania: od grudzień 2024 r. do 30 wrzesień 2025 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 WYJAŚNIENÍ.**

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 5 dni przed terminem otwarcia ofert.  
Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: [mar\\_go1@op.pl](mailto:mar_go1@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.

3. 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.

4. Zamawiający weryfikuje czy Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów, metodą spełnia/nie spełnia.
5. 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 27 listopada 2024 r. do godz. 12:00.**
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 –„POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH”**.

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) projekt reklamy w pociągach,
    - b) projekty graficzne 3 postów na profil społecznościowy Facebook;
  - 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 pieczętką 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 poświadczone 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 27 listopada 2024 r. do godziny 12:10**”, uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty.
2. Opakowanie powinno być dodatkowo oznakowane jako „**ZAPYTANIE OFERTOWE – POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH**” 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 27 listopada 2024 r. do godz. 12:00.**

Dla ofert przesłanych pocztą/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty pod wskazany adres.

5. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej jako zeskanowanych podpisanych dokumentów w pliku / plikach pdf. o wielkości max. 15 MB. Ofertę w formie elektronicznej należy przesłać na maila – [mar\\_gol1@op.pl](mailto:mar_gol1@op.pl) z tytułem: „ZAPYTANIE OFERTOWE – POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH” w terminie do dnia 27 listopada 2024 r. do godziny 12.00. Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty na serwer Zamawiającego.
6. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu.
7. Wykonawca może wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.
8. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
9. Po wycofaniu oferty Wykonawca może złożyć nową ofertę przed upływem terminu składania ofert.
10. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 27 listopada 2024 r. o godzinie 12:10 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 <sub>1</sub>	Cena (brutto)	35 %
K <sub>2</sub>	Kreacja – projekt reklamy w pociągach	35 %
K <sub>3</sub>	Kreacja - projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook	30 %

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 K<sub>1</sub> - Cena (brutto) – waga 35%**

Cena **brutto** przedmiotu zamówienia – maksymalna ilość punktów wynosi - **35 punktów**.

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

$$K_1 = \frac{\text{cena oferty najtańszej (brutto w PLN)}}{\text{cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN)}} \times 100 \times \text{waga } 0,35 = \text{max. } 35 \text{ pkt}$$

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

## **2) Kryterium K<sub>2</sub> –projekt reklamy w pociągach - waga 35%.**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty projekt reklamy w pociągach.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **35 punktów**, gdzie ocenie zostaną poddane następujące podkryteria:

- a) Podkryterium: oryginalność projektu reklamy w pociągach poprzez indywidualność i nowatorskie nawiązanie do koncepcji projektu, maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **20 punktów**:
- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii oraz oryginalne i nowatorskie: 14 - 20 pkt.,
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, projekt reklamy w pociągach wymagający dopracowania: 7 - 13 pkt.,
  - rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają w/w założenia: 0 - 6 pkt.
- b) Podkryterium: wpływ zaproponowanych form przekazu zasobu wiadomości, technik graficznych reklamy w pociągach na zauważalność i zapamiętanie przekazu.
- Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to **15 punktów**:
- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne z koncepcją Kampanii oraz oryginalne i nowatorskie: 11-15 pkt.,
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, reklamy w pociągach wymagający dopracowania: 4-10 pkt.,
  - rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają w/w założenia: 0-3 pkt.

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

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

## **3) Kryterium K<sub>3</sub> - projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook - waga 30%.**

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

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **30 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 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: 8 – 15 pkt,
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, posty wymagające dopracowania: 1 - 7 pkt,
- rozwiązania nie spełniające kryterium - 0 pkt.

b) Podkryterium: wpływ zaproponowanych technik i form zastosowanych w projektach postów na zauważalność i zapamiętywalność przekazu;  
Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta, w ramach tego podkryterium to 15 punktów:

- rozwiązania w największym stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w przedstawionych projektach postów są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu: 8 - 15 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: 1-7 pkt,
- rozwiązania nie spełniające w/w kryterium - 0 pkt.

Liczba punktów w tym kryterium  $K_3$  zostanie obliczona jako suma punktów przyznanych danej ofercie w ramach w/w 2 (dwóch) podkryteriów.

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 0,30 = \text{max 30 pkt}$$

#### **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 spowodowałyby 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 terminowość 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)

**„POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH”**

**1.1 Produkty, których dotyczy zadanie**

*POLSKIE PRZETWORY ZBOŻOWE*

**1.2 Miejsca realizacji zadania**

*RZECZPOSPOLITA POLSKA*

**1.3 Terminy realizacji zadania – projektu:**

- Cały projekt realizowany będzie w terminie od 12.2024 r. do 30.09.2025 r.
- Realizacji zadania jest podzielona na etapy

Nr etapu	Data rozpoczęcia realizacji etapu	Data zakończenia realizacji etapu	Czas trwania etapu podany w miesiącach
ETAP I	01.12.2024	01.05.2025	5 MIESIĘCY
ETAP II	02.05.2025	30.09.2025	5 MIESIĘCY

- Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

**1.4 Beneficjenci działania:**

Grupę docelową projektu stanowią:

- Osoby aktywne fizycznie, uprawiające sport
- Kobiety, w tym młode matki
- Osoby zainteresowane tematyką kulinarną i/lub zdrową dietą
- Liderzy opinii: dziennikarze, blogerzy

Pod względem geograficznym grupa docelowa będzie składać się z osób zamieszkujących duże i średniej wielkości miasta.

Uważamy, że sprawdzone i prawdziwe informacje dotyczące polskich produktów zbożowych powinny docierać do jak najszerszej grupy odbiorców: osób młodych, w średnim i starszym wieku.

Wszyscy przedstawiciele wskazanych grup docelowych nie posiadają wystarczających, wiarygodnych informacji na temat polskich produktów zbożowych i ich przetworów. Podobnie dzieje się w przypadku procesów i metod produkcji. Konsumenci opierają swoje zachowania na informacjach zamieszczanych w Internecie i innych typach mediów, które w chwili obecnej, niezgodnie ze stanem faktycznym, nie wspierają zwiększenia spożycia polskich produktów zbożowych.

Przedstawiciele grupy docelowej podobnie jak ogół społeczeństwa stają się coraz bardziej świadomym konsumentem, który poszukuje wysokiej jakości, sprawdzonej,

bezpiecznej i zdrowej żywności. Odnosi się to nie tylko do czytania etykiet i sprawdzania miejsca pochodzenia danego produktu. Bardzo często konsumenci poszukują informacji o tym gdzie kupić i jak rozpoznać wysokiej jakości, zdrową żywność.

Wybrani przedstawiciele grupy docelowej oczekują jasnej, łatwo dostępnej informacji, która będzie pochodzić ze sprawdzonych źródeł. Dotyczy to w równym stopniu liderów opinii i dziennikarzy. Przekazywana w ramach projektu wiedza i informacje będą wzmacniać się nawzajem. Z jednej strony coraz bardziej wyedukowani konsumenci, a z drugiej wyposażeni w odpowiednią i aktualną wiedzę dziennikarze.

Wszystkie działania projektu będą zmierzać do zapewnienia skutecznego dotarcia przekazu dla przedstawicieli grup docelowych. Oczekują oni nowoczesnej i atrakcyjnej formy przekazu, która będzie wykorzystywać ostanie doniesienia i badania naukowe, opinie lekarzy i dietetyków. Ponadto konsumenci poszukują informacji na temat nowych sposobów na wykorzystanie produktów zbożowych w kuchni. Zainteresowanie kulinariami rośnie w Polsce od wielu lat. Świadczy o tym chociażby coraz większa liczba programów kulinarnych, dedykowanym im kanałów telewizyjnych, a także popularność blogerów i influencerów kulinarnych. Tendencja ta uległa przyspieszeniu w okresie pandemii, z uwagi na zamknięcie punktów gastronomicznych. Stwarza to ogromną szansę na dotarcie z wiedzą na temat polskich produktów zbożowych i ich przetworów.

### **1.5 Opis działań:**

#### **1. Kampania reklamowa w kolejach regionalnych**

Opis działania:

14 dniowa Emisja reklam na plakatach i ekranach LCD w pociągach regionalnych. Ten element kampanii w komunikacji miejskiej pozwoli na dotarcie z informacją do mieszkańców mniejszych miejscowości. Kolejnym powodem jest chęć zwiększenia zasięgu i oddziaływania kampanii. Kampania będzie emitowana w dwóch etapach. Pierwszy zostanie wyemitowany przed Bożym Narodzeniem, a drugi przed Świętami Wielkanocnymi. Wybór czasu emisji nie jest przypadkowy. W obu terminach można zaobserwować zwiększone zainteresowanie kulinariami, dlatego też jest to idealna okazja do promocji nowych, nieoczywistych i nie znanych możliwości kulinarnego wykorzystania polskich produktów zbożowych i ich przetworów.

Miejsce realizacji: 16 emisji kampanii w każdym z województw w pociągach regionalnych (7 dni prze Bożym Narodzeniem i 7 dni prze Wielkanocą)

Rezultaty:

- Przeprowadzenie emisji reklam w 16 województwach w pociągach regionalnych
- Dotarcie do minimum 3 milionów odbiorców

#### **2. Kampania reklamowa w mediach społecznościowych**

Opis działania:

Kampania reklamowa w mediach społecznościowych dotyczy promocji materiałów zamieszczanych na profilach projektu na Facebooku i Instagramie. Promowane będą zarówno same profile jak i poszczególne posty. W procesie tym wykorzystywane

będzie targetowanie reklam i działań promocyjnych, tak aby dotrzeć do wskazanej w projekcie grupy docelowej, co zapewni wysoką efektywność realizacji działania.

Miejsce realizacji: Facebook, Instagram

Rezultaty:

- Przeprowadzenie 10 miesięcznej kampanii promocyjnej
- Przygotowanie i zamieszczenie 20 infografik/grafik
- Zamieszczenie 30 zdjęć
- Dotarcie do minimum 500 000 odbiorców
- Obsługa kampanii reklamowej oraz obsługa profili projektu (monitorowanie treści w komentarzach, interakcje z użytkownikami)

### 3. Kampania reklamowa outdoor – citylight/biilboardy

Opis działania:

Działanie dotyczy emisji reklam graficznych na billboardach lub nośnikach citylight w 10 lokalizacjach na terenie całego kraju – 9 miast średniej wielkości (do 40 000 mieszkańców) oraz w Warszawie. Łączna liczba emisji to 50 lokalizacji. Emisja w każdej z lokalizacji będzie trwała minimum 2 tygodnie. Materiały zamieszczane na nośnikach będą pochodzić z wcześniej przygotowanych grafik i zdjęć. Włączenie 9 miast średniej wielkości pozwoli dotrzeć do wskazanej w projekcie części przedstawicieli grupy docelowej.

Miejsce realizacji: Warszawa oraz miasta do 40 tysięcy mieszkańców

Rezultaty:

- Emisja reklam outdoor w 50 lokalizacjach, w 10 miastach, włączając w to Warszawę oraz 9 miast średniej wielkości do 40 000 mieszkańców.
- Dotarcie do 250 000 odbiorców

### 4. Produkcja sesji zdjęciowej

Opis działania:

W ramach działania przeprowadzona zostanie sesja zdjęciowa obejmująca zdjęcia lifestylowe oraz produktowe.

Zdjęcia będą wykorzystane do późniejszej promocji w mediach społecznościowych oraz pozostałych kanałach wykorzystywanych w ramach projektu. Zdjęcia będą przedstawiać zarówno potrawy, jak i same produktu (zboża i ich przetwory).

Miejsce realizacji: studio zdjęciowe, wybrany plener

Rezultaty:

- Produkcja i postprodukcja 30 zdjęć

### 5. Przygotowanie grafik i infografik

Opis działania:

Przygotowanie grafik i infografik podobnie jak sesja zdjęciowa jest podstawą realizacji projektu. Materiały wytworzone w ramach działania będą służyć do emisji reklam we wszystkich wskazanych w projekcie kanałach przekazu. Grafiki i infografiki będą skupiać się na następującej tematyce: diecie, wartościach odżywczych, zaletach polskich zbóż, sposobach produkcji, zrównoważonym rozwoju, ochronie środowiska.

Miejsce realizacji: nie dotyczy

Rezultaty:

- Przygotowanie 30 grafik/infografik

## 6. Spotkanie z mediami

Opis działania:

Spotkanie z mediami jest jednym z kluczowych elementów projektu. Tak jak wskazano w opisie grupy docelowej, bardzo ważnym elementem budowy pozytywnego wizerunku polskich produktów zbożowych i ich przetworów, jest współpraca z liderami opinii: dziennikarzami i blogerami. Konieczność realizacji działania, wynika z faktu, że w mediach głównego nurtu bardzo często można spotkać się z negatywnymi opiniami na temat glutenu, które nie są poparte najnowszymi badaniami naukowców, ani nie wynikają z pogłębionej analizy sposobów funkcjonowania całej branży. Bezpośrednie spotkanie dziennikarzy z ekspertami ma na celu rozwiązanie tego problemu i wyposażenie dziennikarzy i blogerów w najnowsze i najważniejsze informacje na temat polskich zbóż, ich roli w diecie, sposobów i metod produkcji oraz nowoczesnych rozwiązań jakie stosuje branża, w celu ochrony środowiska i podniesienia standardów.

Spotkanie zostanie zorganizowane w Warszawie, w wybranym hotelu. Catering na spotkaniu będzie składał się z dań przygotowanych z polskich zbóż.

Miejsce realizacji: Warszawa

Rezultaty:

- Organizacja i przeprowadzenie 1 spotkania z mediami
- Zaproszenie 20 dziennikarzy/blogerów

## 7. Współpraca z influencerami

Opis działania:

Działanie dotyczy podjęcia współpracy reklamowej z wybranymi influencerami, którzy przekazują treści lifestylowe lub/i kulinarne. Wybór influencerów zostanie dokonany w oparciu o liczbę obserwujących ich użytkowników Instagrama. W ramach działania wykupione zostaną aktywności reklamowe influencerów w postaci kompletu posta oraz instastory każdego miesiąca zadania. Obie formy będą miały za zadanie promowanie spożycia polskich produktów zbożowych lub ich przetworów oraz uświadomienie odbiorcom, w jaki sposób wykorzystać te produkty, aby stanowiło zdrowy element zbilansowanej diety.

Miejsce realizacji: Instagram

Rezultaty:

- Publikacja posta oraz instastory przez wybranego influencera
- Dotarcie do minimum 100 tysięcy odbiorców
- Przeprowadzenie badania efektywności zadania przez niezależny podmiot

Za realizację zadania odpowiedzialny będzie wykonawca zadania wybrany podczas konkurencyjnej procedury wyboru wykonawcy.

Koordinacja zadania przez cały okres realizacji projektu.

Wszystkie materiały wytworzone w projekcie muszą posiadać informację #FunduszePromocji, jak również powinny być opatrzone logo Zamawiającego.

## **1.6 Planowane rezultaty zadania**

Cel główny:

Edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych.

Cele szczegółowe:

- Budowanie świadomości zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe poprzez pokazanie ich właściwości, jakości oraz wpływu na nasze zdrowie
- Budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku
- Walka ze złym PR-em i obalenie mitów na temat „szkodliwości” pieczywa (gluten, przyczyna otyłości) i produktów zbożowych (GMO, zawartość mykotoksyn)
- Promocja produktów zbożowych ekologicznych certyfikowanych,
- Promocja produktów zbożowych uczestniczących w systemach jakości oraz ze znakiem Produkt Polski;

## **1.7 Monitoring i ewaluacja:**

Koordinator Zadania będzie odpowiadał za:

Koordinację zadania, monitoring przebiegu kampanii, jej zasięg, komentarze konsumentów na portalach społecznościowych, oraz poprzez rozmowy prowadzone w trakcie konkursu

Za monitoring i analizę danych będzie odpowiadał koordinator zadania

Statystyki zasięgów kampanii w Internecie, analiza komentarzy i aktywności internautów

Zalety:

- badaniem zostanie objęta duża grupa osób,
- anonimowość,
- swoboda wypowiedzi, brak sugestii ze strony innych,
- niskie koszty realizacji,
- dotarcie w krótkim czasie do dużej liczby osób,,
- łatwość realizacji i analizy danych.

### 1.8 Szczegółowy budżet zadania w podziale na rodzaje promowanych produktów.

Maksymalny budżet dla przedmiotu zamówienia wynosi **477 000,00 zł brutto** (słownie: **czterysta siedemdziesiąt siedem tysięcy 00/100**) i obejmuje następujące pozycje kosztowe:

Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
	ilość	cena jednostkowa	łącznie
Promocja i reklama w mediach społecznościowych Instagram	10 miesięcy	2 000,00 zł	20 000,00
Promocja i reklama w mediach społecznościowych Facebook	10 miesięcy	2 500,00 zł	25 000,00
Organizacja spotkania z mediami, blogerami i influencerami (koszt, wynajmu powierzchni, catering, przygotowanie prezentacji multimedialnych, udział ekspertów)	1	45 000,00	45 000,00
Przeprowadzenie badania efektywności zadania przez niezależny podmiot	1 szt.	8 000,00	8 000,00
Przeprowadzenie emisji reklam w 16 województwach w pociągach regionalnych (2 x 7 dni)	2 x komplet	90 000,00	180 000,00
Emisja reklam outdoor w 50 lokalizacjach, w 10 miastach, włączając w to Warszawę oraz 9 miast średniej wielkości do 40 000 mieszkańców	1 komplet	95 000,00	95 000,00
Produkcja sesji zdjęciowej (30 zdjęć – koszt fotografa, stylisty, oświetlenie, sprzęt, post produkcja)	1 komplet	20 000,00	20 000,00
Przygotowania 20 grafik i infografik, grafik multimedialnych	1 komplet	24 000,00	24 000,00
Wynagrodzenie osoby obsługującej kampanię reklamową w mediach społecznościowych – monitorowanie treści w komentarzach, interakcje z użytkownikami	1	20 000,00	20 000,00
Współpraca reklamowa z influencerami (2 aktywności: post i instastory przez 10 miesięcy)	2	15 000,00	30 000,00
Kierownik projektu (nadzór, organizacja pracy, koordynacja działań)	1	10 000,00	10 000,00





- 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 **POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH**” 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 2020 r., poz. 688),
  - ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz.U. z 2019 r. poz. 1145, 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 2017 r., poz. 1351, ze zm.), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
  - Zasad obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. Do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29 lipca 2024 r
- Strony uzgodniły, co następuje:

**§ 1. Przedmiot umowy**

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji zadania/projektu **„POZNAJ ZDROWY SMAK POLSKICH PRZETWORÓW ZBOŻOWYCH”**, 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: grudzień 2024 r. - 30 września 2025 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 kompletnych 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 formie; 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 przekaze 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 przekaze, 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**

.....

.....