



ZAPYTANIE OFERTOWE
dotyczące realizacji zadania – projektu p.n.:
PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA ZADANIA
„Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox”

I. ZAMAWIAJĄCY

Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj
ul. Wspólna 35/6C
00-519 Warszawa
www.drobiarze.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:
 - przygotowanie kampanii promocyjnej;
 - przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań zaplanowanych w przygotowanej kampanii;
 - realizacja zadania - projektu „**Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox**”.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia.
3. Szacunkowa maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania Ofertowego wynosi **1 925 000,00 PLN** (słownie: jeden milion dziewięćset dwadzieścia pięć tysięcy złotych 00/100) **brutto** (w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań, wynagrodzenie podmiotu realizującego zadanie/projekt – przedmiot zamówienia).
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. 70¹ – 70⁵,
- rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2020 r., poz. 2244 ze zm.), zwanym dalej „**rozporządzeniem**”,

- Zasadami obsługi funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, stanowiącymi załącznik do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29.07.2024 r.

IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Termin realizacji kampanii: 03.01.2026. do dnia 31.10.2026r.

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/zmianie 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.drobiearze.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: pawel.podstawka@drobiearze.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.drobiearze.pl
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień 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 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 oferentem, 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 w/w 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 Oferenci składają Oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym - załącznik nr 5 do niniejszego Zapytania ofertowego.
2. Zamawiający weryfikuje, czy Oferent spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów metodą: spełnia/nie spełnia.
3. 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) oferentem 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: **30.000,00 PLN** (słownie: *trzydzieści tysięcy złotych*).
2. Oferent zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 2 stycznia 2026 r. do godz. 13:00.**
3. Wadium wnoszone w pieniądzu wpłaca się przelewem na rachunek bankowy:
Nr 46 2030 0045 1110 0000 0283 0610 z adnotacją: „*wadium Zapytanie ofertowe - „Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox”*”
4. Za termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku bankowym Zamawiającego.
5. Dowód wniesienia wadium należy załączyć do oferty.
6. Wadium zostanie zwrócone na rachunek bankowy wskazany przez Oferenta.
7. Wadium musi być zabezpieczone przez czas związania Oferenta ofertą.
8. Z zastrzeżeniem pkt. 11, zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
9. 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.
10. Oferentowi, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu z nim umowy.
11. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Oferenta, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
12. 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.
13. 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. **Na ofertę składają się w szczególności:**
 - 1) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania oraz podanie deklaracji/zobowiązania w zakresie:
 - a) Scenariusz firmu na YouTube
 - b) projekt graficzny 3 postów na Facebook;
 - 2) Harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia przygotowany przez Oferenta w oparciu o Załącznik Nr 1 do niniejszego zapytania;
 - 3) Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
 - 4) Dowód wniesienia wadium.
 - 5) 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,
 - 6) Aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika Urzędu Skarbowego, potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,
 - 7) Aktualne zaświadczenie oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem opłat oraz składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne lub zaświadczenie że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.
 - 8) Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania – według Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
 - 9) Dokument potwierdzający zawarcie i opłacenie ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę co najmniej 1 000.000,00 PLN.
3. Oferent 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 Oferenta.
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 pieczętą 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 strona oferty musi być parafowana przez Oferenta. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta;
 - 2) w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany w Formularzu Ofertowym, 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 poświadczony 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 nie spełniające wymogów opisanych w niniejszym rozdziale podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.

XI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

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 NIE OTWIERAĆ DO DNIA 2 stycznia 2026 r. DO GODZINY 13:10”), 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 oznakowane jako „ZAPYTANIE OFERTOWE – „*Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox*”. oraz opatrzone co najmniej nazwą i adresem Oferenta i adresem Zamawiającego.
3. **Termin i miejsce składania ofert** - Ofertę należy złożyć lub wysłać na adres:
Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj
Ul. Wspólna 35/6C,
00-519 Warszawa
w nieprzekraczalnym terminie do dnia 2 stycznia 2026 r. do godz. 13:00.
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 2 stycznia 2026 r. o godzinie 13:10** pod adresem:
Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj
Ul. Wspólna 35/6C,
00-519 Warszawa

XIII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	Kryterium	waga %
K₁	Cena (brutto)	30 %
K₂	Kreacja – scenariusz filmu na Youtube	35 %
K₃	Kreacja - projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook	35 %

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 Cena (K₁) – 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)

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

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

2. Kryterium - Jeden przykładowy scenariusz filmu na Youtube - (K₂) - 35%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty 1 scenariusz filmu na Youtube.

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

- a) Podkryterium: **oryginalność scenariusza filmu na Youtube poprzez indywidualność i nowatorskie nawiązanie do koncepcji kampanii**. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – **25 punktów**:

rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii oraz oryginalne i nowatorskie	20-25 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenie tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, scenariusze wymagające dopracowania	10-19 pkt.
rozwiązania nie spełniające w pełni lub w małym stopniu spełniające w/w założenia:	0-9 pkt.

b) Podkryterium: **wpływ zaproponowanych technik i form w projekcie scenariusza filmu na Youtube 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 scenariusza są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu	6-10 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w projekcie scenariusza są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywalny:	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:

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,35 = \text{max. } 35 \text{ pkt.}$$

3. Kryterium -projekt graficzny 3 postów na Facebook (K₃) – 35%.

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 **35 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 25 punktów:

rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii:	20-25 pkt.
rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, posty wymagające dopracowania:	10-19 pkt.
rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniające kryterium	0-9 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/Instagram są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywalny	3-5 pkt.
rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniając 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:

Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,35 = \text{max } 35 \text{ pkt.}$$

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.drobiearze.pl**.
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwoławalne.

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 Oferent 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. Oferentom 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 wyboru wykonawcy przedmiotu zamówienia. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne. W powyższym przypadku Wykonawcy nie przysługuje

od Zamawiającego żadne dodatkowe wynagrodzenie lub jakakolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.

4. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
 - 1) tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego lub
 - 2) danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
5. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są także w następującym zakresie:
 - 1) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
 - 2) w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
 - 3) inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy, w tym w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego zadania/Projektu.

XVII. ZAŁĄCZNIKI

1. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia.
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 rzeczowo-finansowym**

Tytuł zadania (projektu - Kampanii)

„Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox”

1.1 Produkty, których dotyczy zadanie: – MIĘSO DROBIOWE

1.2 Miejsca realizacji zadania – TERYTORIUM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

1.3 Terminy realizacji zadania: Cały projekt będzie realizowany w terminie od 03.01.2026 do 31.10.2026.

1.4 Beneficjenci zadania:

- Szeroko pojęta opinia publiczna – ogół Polaków, którzy są konsumentami i na co dzień podejmują decyzje żywieniowe i zakupowe, jednocześnie nie mając pojęcia jak wygląda produkcja mięsa drobiowego, jakie są jego walory odżywcze oraz ulegają dezinformacji ze strony różnych podmiotów, ze szczególnym uwzględnieniem następujących podgrup:
 - Rodzice: szczególnie zainteresowani zdrowiem dzieci i składem produktów.
 - Foodies: osoby interesujące się gotowaniem, poszukujące jakościowych produktów spożywczych.
 - Generacje Z i Alfa: młode pokolenia aktywne w internecie, które często padają ofiarą dezinformacji.

1.5 Opis działań:

Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox

Projekt zakłada stworzenie kampanii edukacyjno-informacyjnej wokół gry na platformie Roblox.

Kluczowe elementy projektu:

Strona internetowa:

- Stworzenie dedykowanej strony WWW, która stanie się źródłem rzetelnych informacji o mięsie drobiowym.
- Sekcja z najczęściej zadawanymi pytaniami (FAQ), artykułami edukacyjnymi, infografikami i filmami.

Gra na platformie Roblox:

- Gra mogłaby być symulatorem farmy drobiowej, w którym użytkownik przechodzi przez różne etapy produkcji mięsa drobiowego: hodowlę, kontrolę jakości, dbanie o dobrostan zwierząt oraz zarządzanie środowiskiem.
- Cel gry: pokazać, że proces produkcji mięsa drobiowego jest etyczny i zgodny z normami, a także obalać mity poprzez zadania w grze (np. quizy w trakcie rozgrywki).

Social media:

- Facebook: kampanie edukacyjne skierowane do rodziców i foodies, promujące zdrowe przepisy oraz fakty o mięsie drobiowym.
- TikTok: krótkie, kreatywne treści dla generacji Z i Alfa, obalające mity w dynamiczny, angażujący sposób.
- YouTube: seria filmów edukacyjnych (np. wywiady z ekspertami, wizyty na farmach)

Kampanie reklamowe:

- Google Display Network (GDN): banery edukacyjne kierujące na platformę WWW.
- Google Search Ads: reklamy w wyszukiwarce odpowiadające na popularne pytania dotyczące drobiu, np. Czy mięso drobiowe jest zdrowe?

ETAP 1.: PLANOWANIE STRATEGICZNE / TWORZENIE PLATFORMY WWW / PRODUKCJA TREŚCI

Warsztat strategiczny z zespołem projektowym:

- Ustalenie kluczowych mitów, które kampania ma obalić.
- Wybór tonu komunikacji i kluczowych komunikatów dla grup docelowych.
- Analiza konkurencji i istniejących kampanii edukacyjnych.

Utworzenie zespołu projektowego:

- Zatrudnienie specjalistów (copywriterzy, graficy, specjaliści od social media, programiści).
- Zewnętrzne wsparcie eksperckie (np. dietetycy, weterynarze, producenci drobiu).

Opracowanie budżetu i harmonogramu kampanii:

Uwzględnienie kosztów na reklamę (GDN, Google Search, social media), produkcję treści (wideo, grafiki) oraz uruchomienie platformy.

Opracowanie strategii komunikacji (w tym PR):

1. Definiowanie kluczowych przekazów:
 - Podkreślenie zalet mięsa drobiowego (zdrowie, etyka, zrównoważona produkcja).
 - Obalenie najczęstszych mitów (przekaz oparty na faktach).

Dobór narzędzi i kanałów:

- Social media, platforma WWW, gra edukacyjna.
- Media tradycyjne i branżowe – publikacja artykułów, współpraca z ekspertami.

Plan PR:

Współpraca z mediami:

- Przygotowanie listy kluczowych mediów i dziennikarzy do kontaktu (np. media parentingowe, kulinarne, ekologiczne).
- Opracowanie komunikatów prasowych (start kampanii, launch platformy, promocja gry na Roblox).
- Kreowanie ambasadorów kampanii:
 - Wybór ekspertów (np. dietetyków, weterynarzy, przedstawicieli branży).

Zarządzanie kryzysowe:

- Przygotowanie scenariuszy reagowania na potencjalne negatywne reakcje w mediach lub social mediach.
- Stworzenie zestawu odpowiedzi na trudne pytania (np. dotyczące dobrostanu zwierząt, antybiotyków, środowiska).

TWORZENIE PLATFORMY WWW

Projektowanie i tworzenie strony WWW:

Struktura strony: sekcja FAQ, artykuły-ciekawostki, infografiki, wideo.

Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi UX/UI dla intuicyjnej nawigacji.

Optymalizacja pod SEO (słowa kluczowe, meta tagi, szybkość ładowania).

PRODUKCJA TREŚCI

Artykuły edukacyjne i infografiki:

- Fakty i mity o mięsie drobiowym.
- Proces produkcji mięsa drobiowego – etyczność i standardy jakości.

Kampania wideo:

- Produkcja serii krótkich filmów na TikToka/YouTube (np. "Mit czy fakt?" w dynamicznej formie).
- Produkcja serii krótkich filmów promujących grę.

Kreacje do reklam:

- Banery na Google Display Network.
- Grafiki i copy do kampanii na Facebooku i TikToku.

Testowanie treści:

Przeprowadzenie testów A/B dla wideo, grafik i tekstów reklamowych.

Tworzenie gry edukacyjnej na Roblox:

Projekt koncepcyjny gry:

- Gra mogłaby być symulatorem farmy drobiowej, w którym użytkownik przechodzi przez różne etapy produkcji mięsa drobiowego: hodowlę, kontrolę jakości, dbanie o dobrostan zwierząt oraz zarządzanie środowiskiem.
- Cel gry: pokazać, że proces produkcji mięsa drobiowego jest etyczny i zgodny z normami, a także obalać mity poprzez zadania w grze (np. quizy w trakcie rozgrywki).

Produkcja gry:

- Współpraca z deweloperami specjalizującymi się w grach edukacyjnych na platformie Roblox.
- Uwzględnienie mechanik angażujących graczy (zdobywanie punktów, odznak, rywalizacja z innymi).

Testowanie gry:

- Weryfikacja działania gry przez testerów (w tym przedstawicieli generacji Z i Alfa) – minimum miesiąc okresu testowego.

ETAP 2.: URUCHOMIENIE KAMPANII REKLAMOWYCH I PRZYGOTOWANIA DO PREMIERY GRY

Kampania promocyjna gry na Roblox:

- Start kampanii na social mediach - TikToku i YouTube.
- Reklamy w Google Display Network kierujące na stronę gry.

Social media:

- Wprowadzenie teaserów na Facebooku, TikToku i YouTube

Kampanie reklamowe w Google:

- Testowe uruchomienie reklam GDN i Google Search.
- Analiza wyników testowych (CTR, koszt kliknięcia, konwersje).

Działania PR:

- Publikacja pierwszych artykułów w mediach branżowych i popularnonaukowych.
- Wysyłka komunikatów prasowych o starcie platformy.

ETAP 3. PEŁEN START KAMPANII / PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Oficjalny launch platformy:

- Organizacja eventu na Robloxie (np. turnieju w grze), aby zwiększyć zainteresowanie.
- Ogłoszenie w social mediach i przez kampanie reklamowe.

Intensyfikacja kampanii:

- Publikacja wideo i postów zgodnie z harmonogramem (TikTok, Facebook, YouTube).
- Kontynuacja kampanii GDN i Google Search z analizą wyników i optymalizacją.

Monitoring i ewaluacja:

- Kwartalna analiza wyników kampanii (zasięg, zaangażowanie, liczba wejść na stronę).
- Regularne dostosowywanie treści na podstawie reakcji odbiorców i wyników analitycznych.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Raport końcowy:

- Analiza danych: liczba wejść na stronę, zasięg kampanii.
- Wnioski i rekomendacje na przyszłość.

Ewaluacja działań:

- Spotkanie zespołu projektowego i podsumowanie efektów.
- Przygotowanie propozycji na ewentualną drugą fazę kampanii.

1.6 Planowane rezultaty zadania

Zbudowanie skutecznego systemu przeciwdziałania dezinformacji w sektorze polskiego drobiu poprzez edukację konsumentów, wzmocnienie komunikacji producentów oraz aktywną walkę z fake newsami, co przyczyni się do poprawy wizerunku polskich produktów mięsnych na rynku krajowym.

Cele szczegółowe

1. Edukacja konsumentów

- Przeprowadzenie szerokiej kampanii informacyjnej na temat standardów produkcji, dystrybucji i walorów zdrowotnych drobiu.
- Kierowanie przekazów do kluczowych grup odbiorców, najbardziej podatnych na dezinformację.

2. Uświadamianie konsumentów o walorach prozdrowotnych drobiu

- Obalanie mitów dotyczących mięsa drobiowego poprzez promocję naukowo potwierdzonych informacji.
- Prezentacja licznych zastosowań kulinarnych mięsa drobiowego w przystępnych materiałach i mediach.

Stan docelowy

- Podniesienie świadomości konsumentów: Redukcja liczby osób wierzących w mity dotyczące mięsa drobiowego.
- Budowanie zaufania: Pozytywny wpływ na postrzeganie branży drobiarskiej jako transparentnej i odpowiedzialnej.
- Zaangażowanie młodych pokoleń: Włączenie generacji Z i Alfa w rozmowę o odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji.

Realizacja powyższych celów będzie kluczowym krokiem w walce z dezinformacją i budowaniu zaufania do polskich producentów żywności.

1.7 Monitoring i ewaluacja

Do monitorowania kampanii wykorzystamy następujące narzędzia:

- Kwartalna analiza wyników kampanii (zasięg, zaangażowanie, liczba wejść na stronę)
- Analiza danych:
 - liczba wejść na stronę, zasięg kampanii
 - liczba odwiedzin na stronie WWW
 - liczba wyświetleń treści na social mediach oraz zaangażowanie użytkowników (lajki, komentarze, udostępnienia).
 - wyniki kampanii w GDN i Google Search (CTR, liczba przekierowań na stronę).
- Regularne dostosowywanie treści na podstawie reakcji odbiorców i wyników analitycznych.
- Gra edukacyjna na Roblox:
 - Liczba graczy i czas spędzony w grze.
 - Poziom ukończenia zadań edukacyjnych w grze.

- Opinie użytkowników i liczba udostępnień gry w sieciach społecznościowych.
- Działania PR:
 - Liczba publikacji medialnych i ich zasięg.
 - Jakość opinii w artykułach i na blogach.
 - Liczba wzmianek o kampanii w mediach (earned media).

Narzędzie pozwalające na ewaluację projektu:

- Ankieta wśród konsumentów przed i po kampanii, oceniająca zmiany w ich wiedzy i postawach.
- Raport końcowy:
 - Analiza danych: liczba wejść na stronę, zasięg kampanii.
 - Podział na sekcje: wyniki platformy WWW, mediów społecznościowych, PR i gry edukacyjnej.
 - Wykorzystanie wykresów, tabel i case studies (np. sukces viralowego wideo na TikToku).
 - Wnioski i rekomendacje na przyszłość.
- Spotkanie zespołu projektowego i podsumowanie efektów.
 - Przedstawienie wyników kampanii.
 - Dyskusja na temat wniosków i możliwości kontynuacji lub rozszerzenia działań.
- Przygotowanie propozycji na ewentualną drugą fazę kampanii.

1.8 Szczegółowy budżet zadania (Kampanii).

<i>Szczegółowy wykaz kosztów</i>	<i>ilość</i>	<i>Cena jednostkowa</i>	<i>łącznie</i>
Reklama na portalu społecznościowym Facebook (10 postów w miesiącu), 3 miesiące, zasięg: 1 mln	3 m-ce	20 000,00 zł	60 000,00 zł
Reklama na portalu społecznościowym TikTok (10 postów w miesiącu), zasięg 1 mln	3 m-ce	20 000,00 zł	60 000,00 zł
Emisja filmów na YouTube wraz z płatnymi	3 m-ce	15 000,00 zł	45 000,00 zł

reklamami (łącznie 10 filmów), zasięg 500 tyś			
Emisja reklam w sieci GDN, zasięg do 1 mln	3 m-ce	15 000,00 zł	45 000,00 zł
Promocja gry na platformie Roblox (w walucie Robux)	3 m-ce	40 000,00 zł	120 000,00 zł
Reklama prasowa ogólnopolska (raz w miesiącu), 3 miesiące nakład min 7 tys. Egzemplarzy 1 strona	3	15 000, 00 zł	45 000,00 zł
Artykuły natywne w prasie ogólnopolskiej (raz w miesiącu), 3 miesiące 7 tys. Egzemplarzy 1 strona	3	15 000, 00 zł	45 000,00 zł
Zakup domeny internetowej wraz z certyfikatem SSL	1 szt.	1000,00 zł	1000,00 zł
Projekt strony www i development strony, testy i wdrożenie	1 szt.	150 000,00 zł	150 000,00 zł
Zbudowanie bazy wiedzy	1 szt.	95 000,00 zł	95 000,00 zł
Opracowanie polityki prywatności i przetwarzania danych oraz regulaminu strony www	1 szt.	14 000,00 zł	14 000,00 zł
Przygotowanie grafik do treści na platformy (TikTok, Facebook, YouTube) oraz sieci GDN	100 szt.	340,00 zł	34 000,00 zł
Przygotowanie treści wideo na platformy (TikTok 10 filmów, YouTube 10 filmów) oraz sieci GDN	20 szt.	2 000,00 zł	40 000,00 zł
Przygotowanie formatów reklamowych do reklamy prasowej	6 szt.	2 000,00 zł	12 000,00 zł
Przygotowanie treści do artykułów natywnych	6 szt.	3 000,00 zł	18 000,00 zł
Przygotowanie treści do materiałów PR organicznych	2 szt.	3 000,00 zł	6 000,00 zł
Pomiar efektywności zadania wraz z analizą ankiet wykonane przez niezależny podmiot	1 szt.	25 000,00 zł	25 000, zł
Przygotowanie strategii komunikacji w oparciu o współpracę z ekspertami branżowymi; w tym: wybór tonu komunikacji i komunikatów dla TG (key messages) w podziale na kanały dotarcia, plan działań PR i kryzysowych	1 szt.	200 000,00 zł	200 000,00 zł
Project management – prowadzenie projektu, zarządzanie etapami, współpraca z podwykonawcami	6 m-cy	18 000,00 zł	108 000,00 zł

Stworzenie gry na platformie Roblox (projekt koncepcyjny, produkcja gry, programowanie i testowanie gry)	1 szt.	550 000,00 zł	550 000,00 zł
Koordinacja działań PR, reklamy prasowej i artykułów natywnych	6 m-cy	15 000,00 zł	90 000,00 zł
Koordinacja działań organicznych i reklamowych w platformach społecznościowych	6 m-cy	15 000,00 zł	90 000,00 zł
Koordinacja działań reklamowych w sieci GDN	6 m-cy	7 000,00 zł	42 000,00 zł
Opracowanie raportu końcowego (Analiza danych: liczba wejść na stronę, zasięg kampanii, Wnioski i rekomendacje na przyszłość)	1 szt.	30 000,00 zł	30 000,00 zł
SUMA			1 925 000,00 PLN

FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa:	
Siedziba	
Nr telefonu	
adres-mail	
NIP	
REGON	

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

.....

Dane dotyczące Zamawiającego:

Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj
 Wspólna 35/6C
 00-519 Warszawa

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na „Przygotowanie i realizację zadania/projektu „**Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox**” 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) znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację przedmiotu niniejszego zamówienia;
 - d) 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 3 miesięcy, liczonej 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.

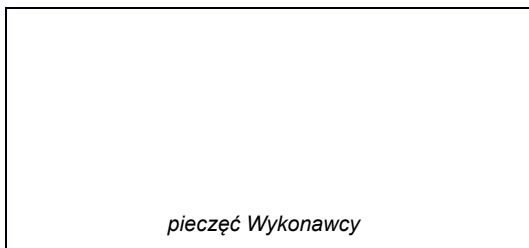
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

....., 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 „**Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox**”

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:

- ustawę z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2020 r., poz. 688),
- ustawę z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2019 r. poz. 1145, ze zm.), w szczególności art. 70¹ – 70⁵,
- rozporządzenie 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.), zwane dalej „rozporządzeniem”,
- Zasadami obsługi funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, stanowiącymi załącznik do Zarządzenia Nr 33/2024/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 29.07.2024 r.

Strony uzgodniły, co następuje:

§ 1. Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji zadania/projektu/Kampanii **„Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox”** 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: 03.01.2026 – 31.10.2026 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, 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. 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. Do każdej faktury powinny być dostarczone materiały potwierdzające realizację usług których dotyczy dana faktura. Przedstawione materiały powinny w szczególności, w sposób nie pozostawiający wątpliwości, potwierdzać zgodnie z umową wykorzystanie zatwierdzonych przez Zamawiającego projektów materiałów informacyjnych oraz zamieszczenie informacji o których mowa w § 4 ust. 3.
3. 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.
4. 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.
5. 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. 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 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. 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 postanowią inaczej, na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia w niej określonego, Wykonawca udziela Zamawiającemu wyłącznej i czasowej licencji na używanie autorskich praw majątkowych do wszelkich materiałów, łącznie z opracowaniami graficznymi, wizualnymi i audiowizualnymi, jak również stron internetowych, 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 2020 r. poz. 1231, z późn. zm., zwanej dalej: „Ustawą”) i jako takie będą podlegały ochronie wynikającej z przepisów Ustawy (dalej „Utwory”) na następujących polach eksploatacji:
 - a) utrwalanie i zwielokrotnianie Utworu, 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 i wideo, wizyjnych, fonicznych, papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywanie kopii tych utrważeń;
 - b) stosowanie, wyświetlanie, przechowywanie Utworu – niezależnie od formatu, systemu lub standardu; wszelkie inne rozpowszechnianie Utworu, publiczne jego wystawienie, wyświetlenie, nadawanie, reemitowanie, publiczne udostępnianie Utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, w tym w Internecie oraz na platformach cyfrowych, w nieograniczonej ilości odtworzeni, wyświetleń, wystawień, nadań i reemisji.
3. Okres, na jaki udzielona zostaje licencja, o której mowa w ust. 2, jest tożsamy z czasem trwania zadania, w związku z którym licencja została udzielona. Czas trwania zadania ustala się zgodnie z harmonogramem czasowym kampanii.
4. Strony zgodnie oświadczają, że udzielenie licencji, o której mowa wyżej, następuje wyłącznie w celu i w zakresie koniecznym dla realizacji zadań wymienionych w harmonogramie czasowym i finansowym kampanii. W razie wątpliwości przyjmuje się, że udzielona licencja zezwala na wykonywanie autorskich praw majątkowych do Utworu wyłącznie w granicach działania, dla którego Utwór ten został przygotowany.
5. Udzielenie licencji, o której mowa w ust. 2, następuje z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworu, po uprzednim dokonaniu zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Wykonawcy i nie wymaga w tym zakresie podjęcia dodatkowych czynności.
6. Wykonawca gwarantuje, że w okresie obowiązywania licencji 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.
7. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworu i w okresie obowiązywania udzielonej Zamawiającemu licencji 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;
8. Niezależnie od udzielenia licencji, o której mowa w niniejszym paragrafie, Wykonawca w ramach wynagrodzenia umownego za przeprowadzenie Kampanii, upoważnia Zamawiającego do korzystania z know-how zawartego w Utworach.
9. Licencja już udzielona obowiązuje także w razie rozwiązania niniejszej Umowy oraz niezależnie od przyczyn tego rozwiązania.
10. Wykonawca wyraża niniejszym zgodę, aby Komisji Europejskiej lub KOWR miały 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.

§ 8. 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.

§ 9. 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 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.

§ 10. 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.

§ 11. 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 nie wcześniej niż po wpłacie przez Zamawiającego na rachunek bankowy wykonawcy kwoty nie mniejszej niż 75% wartości zamówienia (brutto) za wszystkie dotychczas wystawione faktury przez Wykonawcę.

3. Kaucja gwarancyjna zostanie wpłacona w formie przelewu gotówkowego na konto Zamawiającego nr **46 2030 0045 1110 0000 0283 0610** nie później niż w przeciągu 14 dni od wezwania do wpłaty przez zamawiającego.
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 Drobiowego.
6. Za brak zwrotu zabezpieczenia w wymaganym terminie Zamawiający zostanie obciążony karą w wysokości odsetek maksymalnych, liczonymi od dnia wymagalności do dnia zapłaty.

§ 12. 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.
 - 2) Oferta Wykonawcy.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

.....

.....

.....
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 „**Interaktywna gra edukacyjna na platformie Roblox**”

..... dnia r.

(miejscowość)

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