ZAPYTANIE OFERTOWE

Przygotowanie i realizacja zadania:

„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”

finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego

Spis treści

I. Zamawiający 2

II. Opis przedmiotu zamówienia 2

III. Podstawy prawne postępowania 2

IV. Termin realizacji zamówienia 2

V. Tryb postępowania 3

VI. Zmiana treści zapytania ofertowego, zmiana oferty, udzielanie wyjaśnień w toku postępowania 3

VII. Warunki udziału w postępowaniu 4

VIII. Odrzucenie oferty 5

IX. Wadium 5

X. Oferta 5

XI. Termin związania ofertą 7

XII. Miejsce, forma i termin składania ofert 7

XIII. Kryteria oceny 8

XIV. Wybór najkorzystniejszej oferty 10

XV. Zawarcie umowy z wykonawcą 11

XVI. Inne postanowienia 11

XVII. Załączniki 11

I. Zamawiający

Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj

Ul. Wspólna 35/6C

00-519 Warszawa

KRS 0000388031
NIP 9562292372
REGON 34092537000000
www.drobiarze.pl

II. Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest:
   a) przygotowanie kampanii promocyjnej;
   b) przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań objętych zakresem kampanii promocyjnej;
   c) realizacja zadania – projektu: „**Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”**
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego: Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
3. Szacunkowa maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania Ofertowego wynosi **944.790,00 zł** (słownie: dziewięćset czterdzieści cztery tysiące siedemset dziewięćdziesiąt złotych 00/100) **brutto.**
4. Budżet oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia wskazana w pkt. 3.
5. Szacunkowe maksymalne wartości dla poszczególnych zadań Kampanii wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
6. Wskazany w ofercie jednostkowy budżet dla każdego z poszczególnych zadań Kampanii nie może być większy, niż maksymalna wartość tego zadania, wskazana w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
7. Oferta winna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i kompleksową realizacją Przedmiotu Zamówienia.
8. Oferty niespełniające powyższych kryteriów podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.

III. Podstawy prawne postępowania

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych tj. z dnia 21 maja 2025 r. (Dz.U. z 2025 r. poz. 683 z późn.zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2026 r. poz. 795),
- 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 (t.j. Dz.U.2020.2244) (dalej jako: rozporządzenie),
- zasadami obsługi funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia nr 40/2025/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 6 maja 2025 roku.

IV. Termin realizacji zamówienia

Kampania będzie realizowana w 2 (dwóch) etapach. Termin realizacji kampanii:

Etap I - 01.12.2026 do 31.05.2027

Etap II – 01.06.2027 do 31.10.2027.

Szczegółowy zakres i terminy realizacji poszczególnych zadań kampanii wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania ofertowego.

V. Tryb postępowania

1. Postępowanie przeprowadzane jest w trybie jednoetapowego procesu obejmującego:

   a) publikację Zapytania Ofertowego;

   b) komisyjne otwarcie ofert;

   c) weryfikację spełnienia przez oferentów wymogów formalnych udziału w postępowaniu i ocenę złożonych przez nich 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 uznana m.in. oferta, w której Oferent przedstawi więcej niż jedną kreację dla planowanego przedsięwzięcia lub działania w ramach przedmiotu zamówienia.
6. Zamawiający dopuszcza, by kilka podmiotów wspólnie złożyło ofertę (konsorcjum). W sytuacji opisanej w zdaniu poprzedzającym podmioty te zobowiązane są do ustanowienia lidera w celu reprezentowania ich w postępowaniu i w zawarciu umowy w przypadku wyboru złożonej przez nich oferty przez Zamawiającego. W przypadku oferty składanej przez grupę podmiotów wymagane jest także określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
7. W przypadku oferty składanej w sposób opisany w pkt. 6 wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum uwierzytelnionej 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 jakiekolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferenta 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. Zmiana treści zapytania ofertowego, zmiana oferty, udzielanie wyjaśnień w toku postępowania

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku modyfikacji treści Zapytania Ofertowego, Zamawiający może wskazać nowy termin składania ofert, dłuższy od pierwotnego terminu o czas niezbędny do wprowadzenia zmian w ofertach, o ile przedłużenie tego terminu jest konieczne z uwagi na istotną zmianę Zapytania ofertowego.
3. Informacja o modyfikacji zapytania ofertowego oraz o ewentualnym przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich potencjalnych Oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.drobiarze.pl.**
4. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 3 dni przed terminem otwarcia ofert.

5. Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: **katarzyna.brodowicz@drobiarze.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 potencjalnych Oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.drobiarze.pl.**
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień lub dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
9. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.
10. Wycofanie oferty przez Oferenta, wywołujące skutek 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

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 2025 r. poz. 1480);
    2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotowym Zapytaniem ofertowym oraz dysponują potencjałem ludzkim i potencjałem technicznym, zapewniającymi prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania;
    3) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi Zapytania Ofertowego oraz nie podlegają wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnego wyroku sądu; znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu niniejszego zamówienia;
    4) nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości;
    5) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII;
    6) którzy nie są powiązani z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, przez co rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobą wykonującą w imieniu Zamawiającego 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.

2. Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 1-5 Oferenci składają Oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym - załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego.
3. Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 6 Oferent składa Oświadczenie wg wzoru – Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania ofertowego.
4. Zamawiający weryfikuje, czy Oferent spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów metodą: spełnia/nie spełnia.
5. 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 gdy:

1) jej treść nie odpowiada treści Zapytania ofertowego,

2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,

3) oferentem jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,

4) została złożona po terminie składania ofert określonym w Zapytaniu ofertowym,

IX. Wadium

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Oferent zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: **10.000,00 PLN** (słownie: dziesięć tysięcy złotych).
2. Oferent zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 17 listopada 2026 r. do godz. 10:00.**

   Wadium wnoszone jest przelewem na rachunek bankowy Zamawiającego o numerze: **46 2030 0045 1110 0000 0283 0610** z adnotacją: *„wadium Zapytanie ofertowe* **- „Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”**

   Za termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku bankowym Zamawiającego.
3. Dowód wniesienia wadium należy załączyć do oferty.
4. Wadium zostanie zwrócone na rachunek bankowy, z którego dokonano jego wpłaty.
5. Wadium musi być zabezpieczone przez czas związania Oferenta ofertą.
6. Z zastrzeżeniem pkt. 11 zwrot wadium nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
7. 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.
8. Oferentowi, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu z nim umowy.
9. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Oferenta, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
10. Zamawiający zatrzyma wadium wniesione przez Oferenta, którego oferta została wybrana, w przypadku, gdy
    a) Oferent ten odmówił zawarcia umowy na warunkach określonych w ofercie lub
    b) zawarcie umowy stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie tego Oferenta.
12. Od wniesionego wadium Oferentowi nie należą się odsetki.

X. Oferta

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. **<u>Na ofertę składają się w szczególności</u>**:
   1) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania oraz podanie deklaracji/zobowiązania w zakresie:
      a) projekt graficzny reklamy banerowej
      b) scenariusz filmu z udziałem sportowca lub freelancera
      c) scenariusz podcastu z Brand Hero

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 pieczątką 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. W przypadku składania oferty drogą elektroniczną, za formę pisemną uznaje się przesłanie czytelnych skanów dokumentów podpisanych przez osoby uprawnione (format PDF); lub przesłanie dokumentów w formacie PDF opatrzonych kwalifikowanym podpisem elektronicznym przez osoby uprawnione;

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 poświadczone notarialnie. W przypadku oferty elektronicznej, wszystkie załączone skany dokumentów muszą być skanami z oryginałów lub skanami kserokopii uprzednio poświadczonych za zgodność z oryginałem w sposób tradycyjny. Dokumenty wygenerowane elektronicznie i opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym uznaje się za oryginały;

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. Wymóg trwałego połączenia dokumentów dotyczy wyłącznie ofert składanych w formie papierowej. W przypadku formy elektronicznej zaleca się przesłanie wszystkich dokumentów w jednym pliku PDF (zarówno skanów, jak i plików podpisanych cyfrowo) lub spakowanym archiwum zabezpieczonym przed edycją;

7) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczątkach, 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 ofertą

Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez 90 (słownie: dziewięćdziesiąt) dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XII. Miejsce, forma i termin składania ofert

1. Ofertę można złożyć w formie papierowej lub drogą elektroniczną (za pośrednictwem poczty e-mail).

   W przypadku formy papierowej: ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. w zamkniętej kopercie) z dopiskiem: ZAPYTANIE OFERTOWE **„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy" NIE OTWIERAĆ DO DNIA 17 listopada 2026 ROKU r. DO GODZINY 16:00".** Opakowanie musi uniemożliwiać zapoznanie się z treścią oferty przed terminem jej otwarcia oraz być opatrzone nazwą i adresem Oferenta oraz Zamawiającego.

   W przypadku formy elektronicznej: ofertę należy przesłać na adres e-mail: katarzyna.brodowicz@drobiarze.pl. Tytuł wiadomości e-mail musi brzmieć: **„OFERTA – „Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy" NIE OTWIERAĆ DO DNIA 17 listopada 2026 ROKU r. DO GODZINY 16:00".**

2. **Forma i kompletność oferty:**

   a. Forma papierowa: ofertę należy złożyć w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo-finansowym realizacji działań muszą być załączone do oferty w formie drukowanej.

   b. Forma elektroniczna: ofertę należy przesłać w formie skanu podpisanych dokumentów (preferowany format PDF) lub przesłanie dokumentów w formacie PDF opatrzonych kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Dokumentacja musi zawierać wszystkie wymagane elementy, w tym harmonogram rzeczowo-finansowy.

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

   lub przesłać na adres e-mail: **katarzyna.brodowicz@drobiarze.pl** w nieprzekraczalnym terminie **do dnia 17 listopada 2026 r. do godz. 10:00**. W każdym przypadku (zarówno dla ofert papierowych, jak i elektronicznych) o zachowaniu terminu decyduje data i godzina faktycznego dostarczenia oferty pod wskazany adres lub wpływu na skrzynkę e-mail Zamawiającego

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.

4. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 17 listopada 2026 r. o godzinie 16:00** pod adresem:

   Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj

   Ul. Wspólna 35/6C,

   00-519 Warszawa

XIII. Kryteria oceny

Przy ocenie oferty Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	Kryterium	**waga %**
K_1	Cena (brutto)	30%
K_2	Projekt graficzny reklamy banerowej	20%
K_3	Scenariusz filmu z udziałem sportowca lub freelancera	25%
K_4	Scenariusz podcastu z Brand Hero	25%

1. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.
2. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru: $W = K_1 + K_2 + K_3 + K_4$
3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami.

Kryterium nr 1 - Cena (K_1) – 30%

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

Liczba punktów dla tego kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

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

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

Kryterium nr 2 - projekt graficzny reklamy banerowej **(K_2) – 20%.**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty projekt graficzny reklamy banerowej do zamieszczenia na portalach ogólnopolskich oraz portalu o tematyce kulinarnej

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **20 punktów**.

Przy ocenie tego kryterium będą miały znaczenie:

- spójność – czy grafika baneru tworzy logiczną, przemyślaną całość, czy widoczna jest jedna linia kreatywna; czy przekaz jest konsekwentny wizualnie/językowo;
- zgodność z celem kampanii;
- atrakcyjność dopasowana do medium;
- jakość i estetyka projektu.

Wartości punktowe dla tego kryterium [maksymalna liczba punktów: 20]:

Koncepcja spełnia większość lub wszystkie ze wskazanych założeń	11-20 pkt.
Koncepcja spełnia w średnim stopniu wskazane założenia, tj. pozostaje nie w pełni zbieżna z założeniami i działaniami zawartymi w Opisie przedmiotu zamówienia, ale wymaga dopracowania wedle opisanych założeń	3-10 pkt.
Koncepcja nie spełnia wskazanych założeń albo spełnia je w znikomym stopniu	0-2 pkt.

Kryterium nr 3 – scenariusz filmu z udziałem sportowca lub freelancera **(K_3) – 25%.**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty 1 scenariusz filmu z udziałem sportowca lub freelancera.

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

- a) Podkryterium: **oryginalność scenariusza filmu ze sportowcem lub freelancerem poprzez indywidualność i nowatorskie nawiązanie do koncepcji kampanii**. Maksymalna liczba punktów jaką może uzyskać oferta – 15 punktów:

Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające założenia podkryterium tj. w sposób kompleksowy zbieżne z koncepcją kampanii oraz oryginalne i nowatorskie	8-15 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii; scenariusz wymagający dopracowania względem w/w założeń	4-7 pkt.
Rozwiązania niespełniające w pełni w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-3 pkt.

b) Podkryterium: **wpływ zaproponowanych technik i form w projekcie scenariusza filmu ze sportowcem lub freelancerem na zauważalność i zapamiętywalność przekazu**. Maksymalna liczba punktów jaką może uzyskać oferta - 10 punktów:

Rozwiązania w największym stopniu spełniające założenia podkryterium tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w projekcie scenariusza są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu	6-10 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w projekcie scenariusza są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywany;	3-5 pkt.
Rozwiązania niespełniające w pełni w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-2 pkt.

Z opisanego **kryterium nr 3 (K_3)** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród wszystkich, ocenianych ofert.

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

$$K_3 = \frac{\text{ilość punktów uzyskana w tym kryterium przez ocenianą ofertę}}{\text{najwyższa liczba punktów uzyskana w tym kryterium spośród wszystkich ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0{,}25 = \text{max } 25 \text{ pkt.}$$

Kryterium nr 4 – scenariusz podcastu z Brand Hero (K_4) – 25%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty 1 projekt scenariusza podcastu z Brand Hero.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **25 punktów**.

Przy ocenie tego kryterium będą miały znaczenie:

- zgodność scenariusza z celem kampanii,
- czytelność i klarowność przekazu – jasność i zrozumiały charakter przekazu kierowanego do szerokiego grona odbiorców,

Wartości punktowe dla tego kryterium [maksymalna liczba punktów: 25]:

Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające większość bądź wszystkie ze wskazanych założeń	11-25 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia; scenariusz wymagający dopracowania względem w/w założeń	3-10 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-2 pkt.

Z opisanego **kryterium nr 4 (K_4)** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród wszystkich, ocenianych ofert.

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

$$K_4 = \frac{\text{ilość punktów uzyskana w tym kryterium przez ocenianą ofertę}}{\text{najwyższa liczba punktów uzyskana w tym kryterium spośród wszystkich ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0{,}25 = \text{max } 25 \text{ pkt.}$$

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 spośród wszystkich ocenianych ofert. Jeżeli dwie lub więcej ofert przedstawią taki sam bilans punktowy na podstawie kryteriów określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym, za najkorzystniejszą ofertę spośród nich 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.polskatradycjasmaku.pl.
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwołalne.

XV. Zawarcie umowy z wykonawcą

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

XVI. Inne postanowienia

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert. Wykonawcom nie przysługują wówczas żadne roszczenia względem Zmawiającego.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego Zapytania ofertowego postępowania. Jednakże zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia (budżetu), z zastrzeżeniem pkt. 3 i 4 poniżej.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia (budżetu) jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne. W powyższym przypadku Wykonawcy nie przysługuje od Zamawiającego żadne dodatkowe wynagrodzenie lub jakakolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.
4. Zmiana umowy zawartej z wybranym Wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia (budżetu) jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
   1) tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego lub
   2) danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
5. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są także w następującym zakresie:
   1) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
   2) harmonogramu przedmiotu zamówienia - w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
   3) gdy zmiana ta wynika z innych, istotnych okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy, w tym w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego zadania/Projektu.

XVII. Załączniki

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

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

wraz z harmonogramem czasowym

Tytuł zadania:

„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy"

1.1 Produkty, których dotyczy zadanie:

Polskie mięso drobiowe oraz produkty drobiowe pochodzenia krajowego

1.2 Miejsca realizacji zadania –TERYTORIUM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

1.3 Terminy realizacji zadania:

1.	Aktualizacja szaty graficznej oraz treści na stronie www - 12.2026
2.	Aktualizacja profili streamingowych YouTube i Spotify – 12.2026
3.	Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych (gadżet Premium, nagrody, banery web) - 12.2026.
4.	Opracowanie graficzne i merytoryczne quizu na temat mięsa drobiowego – 01-02.2027
5.	Opracowanie graficzne i merytoryczne ankiety internetowej - 02.2027
6.	Zatrudnienie kucharzy, sportowców, freelancerów, influencerów VIP i dietetyka – 01-07.2027
7.	Aktualizacja i prowadzenie profilu kampanii na TikToku: 01-07.2027
8.	Zakup produktów spożywczych do nagrania TikTok'ów – 01-07.2027
9.	Opracowanie scenariuszy, nagranie i montaż filmów na Tik Toka (60 szt.) – 01-07.2027
10.	Opracowanie scenariuszy, nagranie oraz post produkcja podcastów z Brand Hero – 01-05.2027
11.	Umieszczanie materiałów na Spotify i YouTube wraz z wykupieniem płatnych reklam – 01-07.2027
12.	Licencja, aktualizacja i prowadzenie chatbota ze sztuczną inteligencją – 01-08.2027 (8 msc.)
13.	Monitoring mediów wraz z interakcją z użytkownikami - 12.2026 – 07.2027 (8 msc)
14.	Wykupienie płatnych reklam dla tiktoków opublikowanych przez influencerów – 04.2027
15.	Zakup i oznakowanie nagród dla zwycięzców quizu - 04.2027
16.	Zakup i oznakowanie gadżetu Premium za wypełnienie ankiety – 04.2027
17.	Reklama banerowa na portalach ogólnopolskich oraz o tematyce kulinarnej – 04-05.2027
18.	Wysyłka gadżetów za wypełnienie ankiet – 06-08.2027
19.	Wysyłka nagród do zwycięzców konkursu - 08.2027
20.	Przygotowanie badania efektywności - 09.2027
21.	Koordynacja kampanii - 12.2026- 09.2027 (10 msc)

1.4. Zasady zamieszczania logotypów i informacja o finansowaniu z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych:

a) Projekt jest finansowany ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego, o którym mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji rolno-spożywczych (Dz.U.2021.1496 t.j. z dnia 2021.08.17). W związku z powyższym wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania muszą być oznaczone w sposób czytelny i wyraźny:

- znakiem graficznym identyfikującym fundusze promocji (pliki graficzne dostępne na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktowrolnospozywczych;

- hasztagiem„#FunduszePromocji” oraz
- logotypem Zamawiającego.

b) Koszty oznaczeń opisanych powyżej, a znajdujących się na materiałach promocyjnych ramach kampanii muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.

1.5 Beneficjenci zadania:

TG1 - osoby należące do społeczności Internetowej, oglądające materiały video o charakterze kulinarnym na platformach TikTok, odpowiedzialne za zakupy spożywcze w swoim gospodarstwie domowym,

TG2 - Osoby aktywne fizycznie, przywiązujące uwagę do zdrowego sposobu odżywiania.

TG3 - TikTokerzy prowadzący profile o charakterze kulinarnym.

TG4 – zwykli użytkownicy TikToka, którym brakuje rzetelnej informacji na temat drobiu i mięsa drobiowego

1.6 Opis działań:

Niniejsza kampania stanowi III edycję, kontynuując dwie poprzednie odsłony, które odnotowały wymierny sukces merytoryczny i społeczny. Dotychczasowe działania zaowocowały masowym zasięgiem materiałów filmowych (około 11 mln wyświetleń wszystkich filmików łącznie) wysokim zaangażowaniem odbiorców w konkursy oraz kluczowe dla projektu uczestnictwo w ankietach badawczych. Zebrane dane posłużyły do rzetelnej ewaluacji skuteczności kampanii i wyciągnięcia wniosków strategicznych, potwierdzając jednocześnie silne zapotrzebowanie na rzetelne treści edukacyjne wśród grup docelowych. Dowodem na realną użyteczność materiałów był nie tylko pozytywny odbiór filmów, ale także masowe pobrania praktycznego e-booka łączącego zagadnienia zdrowego żywienia z umiejętnością kreowania treści na TikToku.

W obliczu dynamicznie zmieniającego się krajobrazu mediów cyfrowych i dominacji treści o niskiej wartości merytorycznej na platformach takich jak TikTok, YouTube i Spotify, III edycja koncentruje się na skutecznym przeciwdziałaniu dezinformacji poprzez systemowe dostarczanie zweryfikowanych, wysokojakościowych materiałów edukacyjnych. Aby dotrzeć do kluczowych grup (młodzieży i młodych dorosłych) w ich naturalnym środowisku medialnym, planujemy zintensyfikować obecność w wymienionych kanałach społecznościowych, równocześnie rozwijając innowacyjne narzędzia interakcji oparte o sztuczną inteligencję (AI) na dedykowanej stronie internetowej kampanii. To połączenie mocnej obecności w social mediach z zaawansowaną platformą wiedzy (wspieraną AI) ma na celu nie tylko zwiększenie skali oddziaływania, ale także budowę trwałej, świadomej społeczności konsumentów zdolnej do krytycznego odbioru treści.

Długofalowym efektem kampanii jest przeciwdziałanie negatywnym skutkom zdrowotnym i społecznym wynikającym z dezinformacji w obszarze żywienia i stylu życia, oparte o sprawdzone mechanizmy edukacyjne i najnowsze technologie.

W ramach kampanii należy stworzyć serię profesjonalnych materiałów filmowych, w których eksperci kompleksowo omówią zalety mięsa drobiowego. W przystępny sposób przedstawią jego właściwości prozdrowotne, obalą powszechne mity żywieniowe, wyjaśnią zasady zrównoważonej produkcji zgodnej z unijnymi standardami, a także zaprezentują inspirujące przepisy kulinarne pokazujące wszechstronność zastosowań drobiu w codziennej diecie.

Kluczowym kanałem komunikacji będzie platforma TikTok, która dzięki swojemu ogromnemu zasięgowi pozwoli nam dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. Aby zmaksymalizować skuteczność przekazu, oprócz organicznych publikacji zaplanowaliśmy kampanię płatnych reklam, które znacząco zwiększą zasięg naszych materiałów. W tej edycji zamiast konkursu, należy przygotować interaktywny quiz o tematyce mięsa drobiowego i jego produkcji, którego zwycięzcy dostaną atrakcyjne nagrody rzeczowe. Quiz zostanie opracowany graficznie i merytorycznie, a następnie zamieszczony na stronie internetowej projektu, gdzie najwięksi pasjonaci polskiego drobiu będą mogli zweryfikować swoją wiedzę w tym temacie, a przy okazji zetrzeć się z innym uczestnikami, rywalizując o nagrody rzeczowe. Zwycięzcy Quizu (15 osób) otrzymają nagrody w postaci przyborów kuchennych (np. zastawy stołowej lub sprzętu kuchennego sygnowanych logotypem kampanii oraz Funduszy Promocji), które będą stanowiły praktyczny element w kuchni, podczas przygotowywania dań z drobiu.

W tej edycji chcemy, aby postać Brand Hero - symbolicznego bohatera kampanii, stworzonego na potrzeby poprzedniej edycji, wybrzmiała w jeszcze większy sposób. Dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji należy stworzyć merytoryczny podcast, gdzie to właśnie on stanie się przewodnikiem po świecie drobiu i jako specjalista przybliży kwestie hodowli drobiu, ale również wskaże wartości ze spożywania polskiego mięsa drobiowego jako wartościowego źródła białka.

Strona internetowa projektu powinna zostać gruntownie zmodernizowana, stając się kompleksowym centrum wiedzy o drobiu. Oprócz obalania popularnych mitów i prezentacji walorów zdrowotnych, interaktywny chatbot ze sztuczną inteligencją będzie na bieżąco odpowiadał na pytania dotyczące zdrowego odżywiania. Na stronie udostępniona będzie również ankieta, za której wypełnienie, 100 pierwszych uczestników otrzyma gadżety z logiem kampanii oraz Funduszy Promocji. Będzie to upominek nawiązujący do kulinariów (np. nóż, deska do krojenia, itp.).

Działania reklamowe należy wzmocnić kampanią banerową na popularnych portalach kulinarnych (np. smaker.pl, papaja.pl) i informacyjnych co pozwoli dotrzeć do jeszcze szerszego grona odbiorców. Szczególnie ważne jest dla nas przeciwdziałanie dezinformacji, zwłaszcza w obliczu narastającej fali nieprawdziwych informacji rozpowszechnianych przez niektóre organizacje na platformach społecznościowych.

1.7 Cele zadania

Celem głównym jest utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.

Cele szczegółowe, spójne z celem głównym to: budowa wartości będących podstawą trwałej, pozacenowej przewagi konkurencyjnej: jakość, bezpieczeństwo, aspekty prozdrowotne i lifestylowe (w tym aspekty kulinarne), promocja mięsa drobiowego jako wartościowego źródła białka, wpisującego się w nowoczesny, zdrowy styl życia i aktywność fizyczną, zrównoważona produkcja (w tym m.in. dobrostan zwierząt), wartości narodowe.

Celem kampanii jest również budowanie silnej, pozytywnej marki polskiego sektora drobiarskiego jako światowego lidera w zakresie jakości i bezpieczeństwa. Poprzez kampanię należy dotrzeć do konsumentów z klarownym przekazem: polski drób spełnia najwyższe standardy Unii Europejskiej na każdym etapie produkcji – od hodowli, przez przetwórstwo, aż do dystrybucji. Proces ten jest w pełni zgodny z zasadami zrównoważonej produkcji żywności „od pola do stołu”, co gwarantuje najwyższą troskę o dobrostan zwierząt, ekologię i końcową jakość produktu.

Dzięki temu świadomy konsument, wybierając polski drób, może być pewien, że sięga po produkt bezpieczny, zdrowy i w pełni wartościowy. To nie tylko kwestia smaku, ale przede wszystkim zaufania – wiedza, że podając swoim bliskim dania z polskiego drobiu, dostarcza im najlepsze, certyfikowane mięso, wyprodukowane z poszanowaniem najsurowszych norm.

W ramach kampanii należy aktywnie uczyć rynek, podkreślając, że polscy producenci drobiu stawiają na innowacje, kontrolę jakości i zrównoważony rozwój, co przekłada się na wysoką jakość ich wyrobów. To właśnie te wartości sprawiają, że polski drób cieszy się uznaniem zarówno w kraju, jak i za granicą.

Końcowym efektem ma być wzrost zaufania konsumentów do rodzimej produkcji oraz utrwalenie pozycji Polski jako czołowego dostawcy drobiu najwyższej klasy.

Cele powinny być zrealizowane wg zasady S.M.A.R.T.

1.8 Monitoring i ewaluacja

Do monitorowania kampanii należy wykorzystać statystyki oglądalności i zasięgu postów opublikowanych na platformie TikTok oraz danych z platform YouTube i Spotify. Za gromadzenie danych odpowiadać będzie koordynator niniejszego projektu, który następnie przekaże je do podmiotu przeprowadzającego badanie efektywności.

1.9. Szczegółowy budżet zadania (Kampanii).

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia[1]	Szczegółowy wykaz kosztów		Szczegółowa kalkulacja kosztów		
				ilość	cena jednostkowa	łącznie
1	*2*	*3*		*4*	*5*	*6*
1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	1.1	Reklama banerowa na portalach o tematyce kulinarnej (500.000 wyświetleń)	1 szt.	17 500,00 z	17 500,00 zł
		1.2	Reklama banerowa na portalach ogólnopolskich (np. onet.pl, wp.pl, wyborcza.pl) (1 mln wyświetleń)	2 pakiety	18 000,00 zł	36 000,00 zł
		1.3	Umieszczenie materiału na Tik Toku (min 8 w miesiącu) wraz z płatnymi reklamami	8 m-cy	9 000,00 zł	72 000,00 zł
		1.4	Wykupienie płatnych reklam dla tiktoków/postów opublikowanych przez influencerów	18 szt.	3 000,00 zł	54 000,00 zł
		1.5	Aktualizacja profili streamingowych YouTube i Spotify	1 szt.	2 000,00 zł	2 000,00 zł
		1.6	Umieszczanie materiałów na Spotify i YouTube wraz wykupieniem płatnych reklam na YouTube (15 tys. wyświetleń każdy podcast)	20 szt.	2 000,00 zł	40 000,00 zł
3	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	3.1	Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych: (gadżet premium, nagrody, banery Web)	1 szt.	615,00 zł	615,00 zł
		3.2	Opracowanie graficzne i merytoryczne ankiety	1 szt.	1 000,00 zł	1 000,00 zł

[1] *zgodnie z 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*

		3.3	Opracowanie graficzne i merytoryczne quizu interaktywnego nt. drobiu oraz umieszczenie go na stronie www	1 szt.	40 000,00 zł	40 000,00 zł
6	prowadzenie serwisu internetowego	6.1	Aktualizacja strony internetowej wraz z zakupem domeny i certyfikatem SSL	1 szt.	8 000,00 zł	8 000,00 zł
8	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	8.1	Wysyłka i konfekcjonowanie gadżetów za wypełnienie ankiety (opakowanie, pakowanie, adresowanie przesyłek, wysyłka)	100 szt.	35,00 zł	3 500,00 zł
		8.2	Wysyłka nagród do zwycięzców quizu (kurier)	15 szt.	35,00 zł	525,00 zł
9	badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot	9.1	Badanie efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot – zakończone raportem	1 szt.	10 000,00 zł	10 000,00 zł
10	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	10.1	Koordynator projektu – 1 osoba	10 m-cy	3 000,00 zł	30 000,00 zł
		10.2	Monitoring mediów wraz z interakcją z użytkownikami	8 m-cy	8 000,00 zł	64 000,00 zł
		10.3	Opracowanie merytoryczne regulaminu, regulującego udział w interaktywnym quizie	1 szt.	10 000,00 zł	10 000,00 zł
		10.4	Zakup nagród dla uczestników quizu	1 komplet	22 500,00 zł	22 500,00 zł
		10.5	Licencja, aktualizacja i prowadzenie chatbota ze sztuczną inteligencją	8 mc-y	5 000,00 zł	40 000,00 zł
		10.6	Honorarium dla sportowca lub freelancera za udział w nagraniu materiałów filmowych na platformę TikTok	20 szt.	4 000,00 zł	80 000,00 zł
		10.7	Opracowanie scenariuszy, nagranie i post produkcja filmów na TikToka z udziałem sportowca lub freelancera	20 szt.	2 000,00 zł	40 000,00 zł

		10.8	Honorarium dla influencerów VIP publikujących treści promocyjne w swoich social mediach - 3 osoby	3 osoby	30 000,00 zł	90 000,00 zł
		10.9	Honorarium dla dietetyka za przygotowanie materiałów informacyjnych	1 osoba	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.10	Wynagrodzenie dla dietetyka lub freelancera za udział w nagraniu materiału filmowego na platformę Tik Tok	20 szt.	3 000,00 zł	60 000,00 zł
		10.11	Opracowanie scenariuszy, nagranie i post produkcja filmów na Tik Toka z udziałem dietetyka lub freelancera	20 szt.	2 000,00 zł	40 000,00 zł
		10.12	Wynagrodzenie dla kucharza lub freelancera za udział w nagraniu materiałów filmowych na platformę TikTok	20 szt.	4 000,00 zł	80 000,00 zł
		10.13	Opracowanie scenariuszy, nagranie i post produkcja filmów na TikToka z udziałem kucharza lub freelancera	20 szt.	2 000,00 zł	40 000,00 zł
		10.14	Zakup produktów spożywczych do nagrania filmików	20 kpl.	300,00 zł	6 000,00 zł
		10.15	Opracowanie scenariuszy, nagranie oraz post produkcja podcastów z Brand Hero	12 szt.	4 000,00 zł	48 000,00 zł
		10.16	Gadżet premium za wypełnienie ankiety z oznakowaniem	100 szt.	61,50 zł	6 150,00 zł
					RAZEM	**944.790,00 PLN**

FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa:	
Siedziba	
Nr telefonu	
adres-mail	
NIP	
REGON	

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

.....

Dane Zamawiającego:

Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj

Ul. Wspólna 35/6C

00-519 Warszawa

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na *Przygotowanie i realizację zadania/projektu:* **„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”** 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:.....…

stawka podatku VAT: ……..%

2. Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań stanowi załącznik do niniejszej oferty.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty, jakie ponosi Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.

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

Osoba do kontaktów z Zamawiającym:

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

Załączniki do Formularza Ofertowego:

1. ……
2. ……
3. ……
4. ……
5. ……
6. ……
7. ……
8. ……
9. ……
10. ……
11. ……
12. ……
13. ……
14. ……

_____, dn. _____ r. _____

Podpis osoby uprawnionej do składania
oświadczeń woli w imieniu Oferenta

*) niepotrzebne skreślić

pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie

o braku podstaw do odrzucenia oferty

Składając ofertę w postępowaniu na podstawie Zapytania ofertowego na „*Przygotowanie i realizację zadania/projektu* **„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”*.***

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 osoby uprawnionej do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta

UMOWA NR …….

z dnia …….

zawarta pomiędzy:

……
……

reprezentowanym przez: ……- zwanym dalej **Zamawiającym**,

a

_____ z siedzibą w _____

ujawnionym w krajowym rejestrze sądowym – rejestrze przedsiębiorców – pod numerem KRS*[2] /

ujawnionym w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej*, NIP

_____ REGON _____,

reprezentowanym przez: _____ - _____ */

działającego w imieniu własnym*,

- zwaną/ym dalej **Wykonawcą**

przy uwzględnieniu norm wynikających z:

- ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych tj. z dnia 21 maja 2025 r. (Dz.U. z 2025 r. poz. 683 z późn.zm.);
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U.2024.1061 t.j. z dnia 2024.07.17);
- 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 (t.j. Dz.U.2020.2244) (dalej jako: rozporządzenie),
- zasad obsługi funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia nr 40/2025/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 6 maja 2025 roku.

Strony uzgodniły, co następuje:

§ 1. Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji zadania/projektu **„Promocja polskiego drobiu za pośrednictwem platformy TikTok III: Drobiowy zawrót głowy”** 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 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 w żadnym stopniu nie może obciążać Zamawiającego. Wykonawca nie może zwolnić się z odpowiedzialności powołując się na okoliczności wskazane w dyspozycji 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 do utworów wytworzonych w związku z realizacją niniejszej umowy.

* niepotrzebne skreślić

§ 2. Czas trwania

1. Niniejsza umowa wchodzi w życie z dniem jej podpisania.
2. Przewidywany termin realizacji kampanii: **01.12.2026 do: 31.10.2027.**
3. Zamawiający ma prawo do czasowego zawieszenia wykonywania umowy lub jej wypowiedzenia w przypadku, gdy wymagane na jej wykonanie środki nie są dostępne w budżecie przedsięwzięcia.
4. W sytuacji opisanej w ust. 3 Zamawiający ma obowiązek rozliczenia z Wykonawcą uprzednio zaakceptowanych przez Zamawiającego i udokumentowanych kosztów kwalifikowanych kampanii, poniesionych do dnia zawieszenia wykonania lub wypowiedzenia umowy przez Zamawiającego oraz do zapłaty dotychczas należnego wynagrodzenia Wykonawcy.
5. Postanowienia ust. 4 nie znajdują zastosowania do okoliczności skutkujących wypowiedzeniem umowy w trybie wskazanym w § 10.
6. Postanowienia niniejszej umowy obowiązują Strony do dnia rozliczenia końcowego kampanii przez Zamawiającego wobec KOWR i Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.

§ 3. Budżet kampanii

1. Strony ustalają, że budżet przedmiotowej kampanii wynosi ……. zł (słownie: ……..złotych 00/100) brutto.
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 poniesienia dodatkowych kosztów przy realizacji umowy.

§ 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 uczciwej 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.
7. Akceptacja materiałów, o których mowa wyżej, dokonywana jest na podstawie projektów przedprodukcyjnych wykonanych w technice dostosowanej do planowanej produkcji (np. nośnik, nakład, format), uwzględniając standardy branżowe (np. wydruki próbne, cromalin, matchprint, animacje, filmy, zrzuty ekranowe itp.).
8. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do wskazanych w pkt. 6 i 7 projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które muszą zostać uwzględnione przez Wykonawcę niezwłocznie, nie później niż w ciągu 5 dni roboczych. Wykonawca jest zobowiązany przesłać Zamawiającemu wskazane w zdaniu poprzednim projekty z uwzględnionymi uwagami Zamawiającego niezwłocznie po ich wprowadzeniu. W przypadku niezgłoszenia przez Zamawiającego uwag w terminie 3 dni licząc od dnia ich doręczenia Zamawiającemu, zakłada się że projekty te zostały przez Zamawiającego zaakceptowane.

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. Wykonawca jest jednak zobowiązany do niezwłocznego zawiadomienia Zamawiającego o wykrytych nieprawidłowościach w celu przeprowadzenia kampanii zgodnie z Umową.
11. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją kampanii zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.
12. W przypadku udostępniania przez Zamawiającego Wykonawcy w ramach realizacji niniejszej umowy danych osobowych, Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania w zakresie przetwarzania i ochrony tych danych osobowych postanowień rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119, s. 1) – zwane dalej „RODO" oraz stosownych przepisów prawa polskiego obowiązującego w przedmiotowym zakresie.
13. Osobami odpowiedzialnymi za kontakt pomiędzy Stronami i upoważnionymi do podejmowania decyzji związanych z wykonaniem kampanii, w tym w szczególności do akceptacji projektów materiałów przesłanych przez Wykonawcę, będą:
    a) ze strony Zamawiającego: …… (dalej: „**Szef Projektu**"), adres e-mail …….
    b) ze strony Wykonawcy: ……, adres e-mail …….., nr telefonu ……;

§ 5. Zasady płatności

§ 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 nieuznania przez KOWR kosztów kampanii z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, jest on zobowiązany do zwrotu na rzecz Zamawiającego wszystkich niezakwalifikowanych przez KOWR kosztów w terminie 14 dni od momentu pisemnego powiadomienia Wykonawcy o tym fakcie.

6. Postanowienia ust. 4 nie wyłączają możliwości dochodzenia roszczeń odszkodowawczych od Wykonawcy przez Zamawiającego na zasadach ogólnych.

7. Na podstawie art. 104 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2025 r. poz. 1691), w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2025 r. poz. 683 z pozn. zm.), w związku z § 4 ust. 1 pkt 2, § 10 ust 1 i ust. 2 pkt 1 lit. b, ust. 5 pkt 1 oraz ust. 6b pkt 1 i 2 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2244, z późn.zm.), dalej jako „rozporządzenie przypadku

odmowy wypłaty przez KOWR środków na realizację zadania związaną z nieterminową realizacja z winy leżącej po stronie Wykonawcy, Zamawiający wezwie Wykonawcę niezwłocznie do zwrotu wypłaconych środków a Wykonawca zwróci Zamawiającemu kwotę wynikającą z decyzji KOWR o potrąceniu w terminie 14 dni od daty wezwania. Do wezwania Zamawiający załączy decyzję KOWR.

§ 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.
3. Wykonawca oświadcza, że znane mu są postanowienia:
    1) 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),
    2) zasady obsługi funduszy promocji produktów rolno-spożywczych – zał. do Zarządzenia nr 40/2025/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 6 maja 2025 roku.
4. Rozliczanie Umowy odbywa się zgodnie z przepisami mającymi zastosowanie do środków finansowych z Funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, w tym wymienionymi w ust. 1.
5. Zamawiający oświadcza, iż budżet Projektu jest powiązany z rozliczeniem przez Zamawiającego i KOWR Zadania. Uzyskanie przez Zamawiającego środków finansowych z tytułu realizacji Zadania lub jego poszczególnych etapów następuje w formie wsparcia, które jest wypłacane na wniosek o płatność składany po zakończeniu realizacji Zadania albo etapu Zadania, do wysokości faktycznie poniesionych kosztów kwalifikowalnych.
6. Zamawiający zobowiązany jest do:
    a. zapłaty zaliczki i wynagrodzenia należnego Wykonawcy zgodnie z Umową;
    b. terminowego składania do KOWR wniosków o płatność dotyczących wsparcia, a także dołożenia należytej staranności do ich poprawności i kompletności.

7. Wykonawca zobowiązany jest do współpracy z Zamawiającym w zakresie realizacji Umowy, w tym obowiązków, o których mowa w ust. 4 oraz niezwłocznego udzielania niezbędnych informacji, oświadczeń i dokumentów, w tym związanych ze składaniem ww. wniosków o płatność do KOWR.

§ 7. Kontrole

1. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i akceptuje, że Zamawiający może 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. Na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia w niej określonego Wykonawca udziela Zamawiającemu licencji wyłącznej na korzystanie z autorskich praw majątkowych do Utworów wytworzonych w związku z realizacją niniejszej Umowy (dalej jako „Licencja").
3. Przez Utwór należy rozumieć wszelkie materiały, w tym opracowania graficzne, wizualne i audiowizualne, jak również strony internetowe, będące wynikiem realizacji działań przewidzianych w Umowie w przypadku, gdy w całości, jak i w części posiadają one 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.).

4. Licencja udzielana jest na czas realizacji kampanii stanowiącej przedmiot niniejszej Umowy oraz doznaje ograniczeń terytorialnych każdorazowo gdy wynika to z charakterystyki danego działania kampanii.
5. Licencja uprawnia Zamawiającego do korzystania z autorskich praw majątkowych do Utworów na następujących polach eksploatacji:
   a) wszelkie utrwalania i zwielokrotnienia Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechaniczną, optyczną, elektroniczną lub inną techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formacie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, wizyjnych i fonicznych, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywania kopii tych utrwaleń, 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.
6. Udzielenie licencji następuje z chwilą przekazania Utworu Zamawiającemu, jednak nie wcześniej, niż po dokonaniu zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Wykonawcy wynagrodzenia za realizację zadania, którego Utwór dotyczy. Wykonawca będzie mógł wykorzystywać przygotowane przez niego Utwory wyłącznie we własnych celach marketingowych, w tym w ramach własnego portfolio, bez konieczności uzyskiwania na to odrębnej zgody Zamawiającego.
7. Licencja upoważnia Zamawiającego do wprowadzania zmian, przeróbek, modyfikacji Utworu oraz do wykonywania autorskich praw majątkowych do tak przerobionego Utworu na zasadach opisanych w niniejszym paragrafie.
8. Wykonawca gwarantuje, że osoby uprawnione z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów nie będą wykonywać takich praw w stosunku do Zamawiającego, jego następców prawnych ani innych podmiotów, którym Zamawiający przekaże Utwory.
9. Wykonawca z chwilą udzielenia licencji oraz w zakresie licencji:
   a) zobowiązuje się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa Utworów; jednocześnie Wykonawca upoważnia Zamawiającego i osoby, którym Zamawiający to prawo przekaże, do wykonywania i zezwalania na rozpowszechnianie i korzystanie z opracowań Utworów, w tym m.in. tłumaczeń na inne języki, zmiany czcionki lub koloru oraz wykonywanie pozostałych praw zależnych;
   b) udziela w imieniu własnym oraz osób uprawnionych z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów Zamawiającemu lub podmiotom wskazanym przez Zamawiającego zgody na wykonywanie w imieniu Wykonawcy oraz ww. osób autorskich praw osobistych do Utworów i z tego tytułu Zamawiający jest uprawniony w szczególności do: nadzorowania postępu realizacji Utworów, przeglądania materiałów roboczych, przekazywania materiałów roboczych do oceny osób trzecich, wnoszenia zmian i poprawek;
   c) wyraża zgodę na włączenie Utworów w całości lub w części do innego utworu lub też do połączenia z innym utworem.
10. W przypadku wynalezienia nowego, nieznanego w chwili zawarcia niniejszej Umowy pola eksploatacji, Wykonawca zobowiązuje się objąć opisanymi tu warunkami licencji nowe pole eksploatacji, przy czym wynagrodzenie Wykonawcy za jednokrotne rozszerzenie licencji nie może być wyższe, niż kwota 200 zł (dwieście złotych) netto za każde nowe pole eksploatacji.
11. W ramach udzielonej licencji Wykonawca upoważnia Zamawiającego do korzystania z know-how zawartego w Utworach.
12. 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 jakiejkolwiek 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. Zakończenie umowy

1. Umowa może zostać wypowiedziana bez zachowania okresu wypowiedzenia przez Zamawiającego w następujących przypadkach:
   a) jeśli Wykonawca nie może uzyskać z własnej winy jednego z pozwoleń lub zezwoleń niezbędnych do realizacji umowy;
   b) jeśli Wykonawca nie wykona jednego ze zobowiązań umownych pomimo otrzymania od Zamawiającego pisemnego wezwania do jego wykonania w terminie 5 dni roboczych od dnia odebrania wezwania wysłanego listem poleconym za potwierdzeniem odbioru;
   c) jeśli Wykonawca rażąco narusza postanowienia niniejszej Umowy.
2. Umowa może zostać rozwiązana bez zachowania okresu wypowiedzenia przez Wykonawcę w przypadku nieuregulowania przez Zamawiającego w wyznaczonym terminie faktury VAT za wykonaną usługę, pomimo wcześniejszego wezwania do zapłaty i wyznaczenia Zamawiającemu dodatkowego terminu na uregulowanie zaległych płatności.

§ 11. Spory pomiędzy Wykonawcą a osobami trzecimi

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

§ 12. Kaucja gwarancyjna

1. Strony zgodnie postanawiają, że z chwilą, w której łączna kwota wynagrodzenia brutto wypłaconego Wykonawcy z tytułu realizacji niniejszej Umowy osiągnie poziom 80% (osiemdziesiąt procent) całkowitego budżetu Umowy brutto, Wykonawca zobowiązany będzie do wniesienia na rzecz Zamawiającego kaucji tytułem zabezpieczenia należytego wykonania Umowy.
2. Kaucja, o której mowa w ust. 1, wynosi 20% (dwadzieścia procent) całkowitego budżetu Umowy brutto.
3. Wykonawca kaucję wpłaci w terminie 7 (siedmiu) dni od dnia, w którym nastąpiło osiągnięcie poziomu 80% (osiemdziesięciu procent) rozliczenia Umowy, o którym mowa w ust. 1, na rachunek bankowy Zamawiającego.
4. Kaucja ma charakter zwrotny. Zwrot kaucji na rzecz Wykonawcy nastąpi w terminie 7 (siedmiu) dni od dnia wydania przez KOWR decyzji w przedmiocie końcowego rozliczenia dofinansowania kosztów kampanii realizowanej na podstawie niniejszej umowy.
5. Do czasu zwrotu kaucji Zamawiający jest uprawniony do jej zatrzymania w celu zabezpieczenia roszczeń wynikających z nienależytego wykonania lub niewykonania Umowy przez Wykonawcę.

§ 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. W przypadku stwierdzenia, że którekolwiek z postanowień Umowy jest z mocy prawa nieważne lub bezskuteczne, okoliczność ta nie będzie miała wpływu na ważność, skuteczność lub możliwość wyegzekwowania pozostałych postanowień, chyba że z okoliczności wynikać będzie w sposób oczywisty, że bez postanowień nieważnych lub bezskutecznych, Umowa nie zostałaby zawarta.

4. W sytuacji, o której mowa w ust. 3, Strony zobowiązują się zawrzeć aneks do Umowy, w którym sformułują postanowienia zastępcze, których cel gospodarczy i ekonomiczny będzie równoważny lub maksymalnie zbliżony do celu postanowień nieważnych lub bezskutecznych.
5. Jeżeli z okoliczności wynikać będzie w sposób oczywisty, że bez postanowień nieważnych lub bezskutecznych Umowa nie zostałaby zawarta, Strony zobowiązują się niezwłocznie przystąpić do negocjacji zmierzających do zawarcia nowej umowy, której cel gospodarczy i ekonomiczny będzie równoważny lub maksymalnie zbliżony do celu Umowy. Do czasu zakończenia negocjacji, o których mowa w zdaniu poprzednim, Strony zobowiązane będą do realizacji obowiązków przewidzianych w Umowie w takim zakresie, w jakim nie będzie to sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz słusznymi interesami Stron.
6. W przypadku nieosiągnięcia porozumienia co do treści postanowień zastępczych zastosowanie będą miały przepisy kodeksu cywilnego.
7. Spory mogące powstać na tle stosowania Umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby powoda.
8. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach – po jednym dla każdej ze Stron.
9. Następujące załączniki stanowią integralną część Umowy:
   1) Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań (zał. nr 1 do Zapytania ofertowego - Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
   2) Oferta Wykonawcy.

…… ……

ZAMAWIAJĄCY **WYKONAWCA**

……..
Dane identyfikacyjne Wykonawcy

Imię ……

Nazwisko ……

Stanowisko ……...

OŚWIADCZENIE WS. POWIĄZAŃ

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

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

…….…….. dnia …….……. r.
(miejscowość)

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