

## ZAPYTANIE OFERTOWE

dotyczące realizacji zadania p.n.:

„PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA

KAMPANII PROMOCYJNEJ

PT. „STAWIAM NA POLSKIE POMIDORY”

### I. ZAMAWIAJĄCY

**Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami**

**ul. Dietla 99/4A**

**31-031 Kraków**

### II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest:

- przygotowanie kampanii promocyjnej;
- przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań zaplanowanych w przygotowanej kampanii;
- realizacja zaplanowanej kampanii w przypadku wydania decyzji przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa o przyznaniu pomocy z FPOiW.

2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.

3. Szacowana wartość całkowitego budżetu kampanii wynosi **210.000,-zł** (słownie: dwieście dziesięć tysięcy złotych) **brutto** w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań, wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię.

4. Budżet (koszt) oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż budżet wskazany w niniejszym zapytaniu ofertowym. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone.

### III. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2015 r., poz. 2122, ze zm.),
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2016 r. poz. 380, 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 2017 r., poz. 1351), zwanym dalej „rozporządzeniem”,
- Zasadami obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 7/2017/W Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 1.09.2017 r.

### IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. **Zamówienie realizowane będzie od dnia otrzymania przez Zamawiającego decyzji Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa (KOWR) o przyznaniu pomocy z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na realizację kampanii, najwcześniej od 10 marca 2018 r.**
2. Przewidywany termin realizacji kampanii: 10 marzec 2018 r. – 31 grudzień 2018r.
3. **Jeżeli Dyrektor Generalny KOWR nie wyda decyzji, o której mowa w IV.1, to umowa z Wykonawcą nie zostanie zawarta, a jeżeli została zawarta to taka umowa wygasa. Z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują żadne roszczenia wobec Zamawiającego.**

## **V. TRYB PRZEPROWADZANEGO POSTĘPOWANIA**

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

## **VI. ZASADY MODYFIKACJI TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO ORAZ 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 przedłuży termin składania ofert nie mniej niż 3 dni.
3. Informacja o modyfikacji zapytania ofertowego oraz o przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich Wykonawców do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: [www.sppiopo.pl](http://www.sppiopo.pl)

4. Wykonawca może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego na piśmie o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 4 dni przed terminem otwarcia ofert.
5. Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: **sppiopo@wp.pl**
6. Zamawiający udzieli wyjaśnień Wykonawcy niezwłocznie. Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi drogą mailową.
7. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację Wykonawcy wraz z odpowiedziami będzie przesyłana do wszystkich Wykonawców, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie [www.sppiopo.pl](http://www.sppiopo.pl)

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

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:
  - a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2016, poz. 1829 ze zm.);
  - b) są w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawne i terminowe wykonanie niniejszego zamówienia – nie zalegają z opłaceniem podatków do Urzędu Skarbowego oraz składek do ZUS,
  - c) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII.
2. Wymogi formalne – jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum.
3. Zamawiający uzna, że Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów.

4. **Weryfikacja wymogów dotyczących warunków udziału w postępowaniu oraz podstaw odrzucenia oferty nastąpi w oparciu o:**

- a) aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji 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,
- b) aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika Urzędu Skarbowego, potwierdzające, że Wykonawca 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,
- c) aktualne zaświadczenie oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych potwierdzające, że Wykonawca 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.

5. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie przeprowadzona w oparciu o przedłożone przez Wykonawców dokumenty i oświadczenia metodą spełnia/nie spełnia.

6. Zamawiający może wezwać także, w wyznaczonym przez siebie terminie, do złożenia wyjaśnień dotyczących złożonych dokumentów, projektów.

## **VIII. ODRZUCENIE OFERTY**

Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

- 1) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub
- 2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu, w

- 3) wykonawcą zadania jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

## IX. WADIUM

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: **15 000,00 zł** (słownie: *piętnaście tysięcy złotych*).
2. Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 7 marca 2018 r. do godz. 11:00.**
3. Wykonawca może wnieść wadium w pieniądzu, poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym, gwarancjach bankowych, gwarancjach ubezpieczeniowych, poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6 b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (t.j. Dz. U. z 2014, poz. 1804 ze zm.).
4. Wadium wnoszone w pieniądzu wpłaca się przelewem na rachunek bankowy: ING BANK ŚLĄSKI S.A. 81 1050 1298 1000 0090 3017 1582 z adnotacją: „*wadium na kampanię promocyjną*”.
5. Wadium wniesione w pieniądzu Zamawiający przechowuje na rachunku bankowym.
6. W przypadku wadium wnoszonego w pieniądzu, jako termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku Zamawiającego. Potwierdzoną za zgodność kserokopię dowodu zapłaty wadium należy dołączyć do oferty.
7. Wadium wniesione w pieniądzu, zostanie zwrócone wraz z odsetkami wynikającymi z umowy rachunku bankowego, na którym było ono przechowywane, pomniejszone o koszty prowadzenia rachunku bankowego oraz prowizji bankowej za przelew pieniędzy na rachunek bankowy wskazany przez Wykonawcę.
8. Wadium musi być zabezpieczone na okres 3 miesięcy, licząc od daty składania ofert – termin związania ofertą.

9. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium wszystkim wykonawcom po wyborze najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania, z wyjątkiem Wykonawcy, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza.
10. Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu umowy.
11. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
12. Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana:
  - a) odmówił podpisania umowy w sprawie przedmiotu zamówienia na warunkach określonych w ofercie, lub
  - b) zawarcie umowy z sprawie realizacji przedmiotu zamówienia stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.

## **X. PRZYGOTOWANIE OFERTY**

1. Oferta Wykonawcy musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym oraz opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
2. **Na ofertę składają się w szczególności:**
  - a) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
  - b) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia przygotowany przez Wykonawcę w oparciu o Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
  - c) dokumenty wymienione w Rozdziale VII pkt 4 niniejszego Zapytania Ofertowego;
  - d) oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;

- e) dowód wniesienia wadium;
- f) koncepcja strategii Kampanii, logotypu, hasła reklamowego;
- g) scenariusz 6 odcinków na You Tube;
- h) projekty graficzne 3 postów na profil społecznościowy Facebook,
- i) projekt graficzny billboardu 12 m<sup>2</sup>.

3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty zawierającej rozwiązania alternatywne lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Wykonawcę.
4. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszym Zapytaniu Ofertowym muszą spełniać następujące wymogi:
  - 1) oferta i wszystkie załączane dokumenty sporządzane przez Wykonawcę muszą być podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Wykonawcy na podstawie odrębnego pełnomocnictwa;
  - 2) w przypadku, gdy Wykonawcę 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 Wykonawcy;
  - 3) pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Wykonawcy lub poświadczone notarialnie;
  - 4) wszystkie miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy;
  - 5) dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego;



- 6) dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane oraz być połączone w sposób trwały;
- 7) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

## **XI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA**

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

## **XII. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT**

1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie) z dopiskiem „ZAPYTANIE OFERTOWE NIE OTWIERAĆ DO DNIA 7 marca 2018 r. DO GODZINY 11.10”), uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo – finansowym realizacji działań, powinny być przygotowane w Excelu i załączone do oferty w formie papierowej.
3. Opakowanie powinno być oznakowane jako „ZAPYTANIE OFERTOWE - STAWIAM NA POLSKIE POMIDORY” oraz opatrzone nazwą przedmiotu zamówienia oraz co najmniej nazwą i adresem Wykonawcy.
4. **Termin składania ofert** - Ofertę należy złożyć lub wysłać na adres: **KANCELARIA NOTARIALNA ELŻBIETA SŁAWIŃSKA, ul. WYSZYŃSKIEGO 25/2, 73-110 STARGARD SZCZECIŃSKI w terminie do dnia 7 marca 2018 r. do godz. 11:00.**  
Dla ofert przesłanych pocztą/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty pod wskazany adres.
5. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu.
6. Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.

7. Oferta ze zmianami będzie dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
8. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 7 marca 2018 r. o godzinie 11.10 w  
**KANCELARII NOTARIALNEJ ELŻBIETA SŁAWIŃSKA, ul. WYSZYŃSKIEGO  
 25/2, 73-110 STARGARD SZCZECIŃSKI.**

### XIII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

Kryterium		Waga
I. K <sub>1</sub>	Cena	30 %
II.	Kreacja (suma K <sub>2</sub> + K <sub>3</sub> + K <sub>4</sub> + K <sub>5</sub> )	
K <sub>2</sub>	Koncepcja strategii Kampanii, logotypu, hasła reklamowego	35 %
K <sub>3</sub>	Kreacja reklamy w mediach społecznościowych	15 %
K <sub>4</sub>	Kreacja 6 odcinków na Youtube	15 %
K <sub>5</sub>	Kreacja projektu graficznego billboardu	5 %

- Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.
- Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru  $W = K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5$
- Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami.

#### **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)**

**Cena  $K_1 = \frac{\text{cena oferty najtańszej (brutto w PLN)}}{\text{cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN)}} \times 100 \times 30\%$**

**cena oferty ocenianej/badanej (brutto w PLN).**

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

## **II. Kryterium - Krecja**

Kryterium – Krecja – maksymalna liczba punktów, jaka może uzyskać oferta wynosi - 70 punktów (1 pkt = 1%) – ocenie zostaną poddane następujące parametry/zagadnienia:

### **1) Kryterium - Koncepcja strategii Kampanii, logotypu, hasła reklamowego (K<sub>2</sub>) – 35%**

Koncepcja strategii Kampanii, logotypu, hasła reklamowego – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 35 punktów (1 pkt = 1%), gdzie ocenie zostaną poddane następujące parametry:

- a) Koncepcja przewodnia, strategia kampanii maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 25 punktów
- Podstawą kampanii powinna stać się precyzyjnie sformułowana koncepcja, która musi w sposób spójny obejmować i być realizowana, przez przedsięwzięcia w ramach Kampanii.
- Przy ocenie tego parametru będzie miało znaczenie spójność zaproponowanej koncepcji z przedsięwzięciami zawartymi w opisie przedmiotu zamówienia – załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego, jakość zaproponowanych rozwiązań, nowatorstwo otwierające możliwości dla oryginalnej, zapamiętywanej krecji – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - 25 punktów:
- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w kryterium: 11-25 pkt.
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z założeniami i innymi działaniami zawartymi w Opisie przedmiotu zamówienia, koncepcja przewodnia kampanii wymagająca dopracowania: 1-10 pkt.
  - rozwiązania nie spełniające w/w kryterium - 0 pkt.

b) Slogan/hasło główne kampanii – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów.

Slogan/hasło główne kampanii powinno stanowić podsumowanie, syntetyczne ujęcie koncepcji Kampanii:

Przy ocenie tego parametru będzie miało znaczenie spójność i adekwatność, zaproponowanego sloganu z założeniami merytorycznymi opisu przedmiotu zamówienia oraz z założeniami strategii; zapamiętywalność – warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu powinna ułatwiać kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - 10 punkty:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne z koncepcją kampanii, rozwiązania kreatywne; intrygujące/wyróżniające się; niesztampowe; warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu ułatwia kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców: 6-10 pkt.
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w kryterium: 3-5 pkt.
- rozwiązania nie spełniające lub w małym stopniu spełniają kryterium: 0-2 pkt.

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

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

## **2) Kreacja reklamy w mediach społecznościowych (K<sub>3</sub>) – 15%**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty projekty graficzne 3 postów na profil społecznościowy Facebook, maksymalna liczba punktów wynosi 15 (maksimum) punktów.

a) koncepcja komunikacji TV (scenariusz spotu reklamowego). Przy ocenie tego parametru będzie miała znaczenie spójność zaproponowanego koncepcji reklamy ze ogólną koncepcją Kampanii – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 8 punktów:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii: 5 – 8 pkt.
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, scenariusz wymagający dopracowania: 1 - 4 pkt.
- rozwiązania nie spełniające w pełni kryterium - 0 pkt.

- b) wpływ zaproponowanych technik i form zastosowanych w scenariuszu i projektach postów na zauważalność i zapamiętywalność przekazu; maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 7 punktów:
- rozwiązania w największym stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w scenariuszu i przedstawionych projektach postów są kreatywne, zauważalne i ułatwiają zapamiętywalność przekazu: 4-7 pkt.
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające, kryterium, tj. zaproponowane techniki i formy zastosowane w scenariuszu i przedstawionych projektach są kreatywne, lecz nie wyróżniają się znacząco, a przekaz nie jest dobrze zapamiętywalny: 1-3 pkt.
  - rozwiązania nie spełniające w/w kryterium - 0 pkt.

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

$$K_3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 15\%$$

### **3) Kreacja 6 odcinków na YouTube (K<sub>4</sub>) – 15 %**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty scenariusze 6 odcinków na YouTube, maksymalna liczba punktów wynosi 15 (maksimum) punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie merytorycznej oceny punktowej, w ramach której oceniane będą takie obszary:

- a) oryginalność scenariuszy odcinków na YouTube poprzez nawiązanie do koncepcji Kampanii – do 10 punktów:
- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii: 5 –10 pkt,
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, scenariusz wymagający dopracowania: 1 - 4 pkt,
  - rozwiązania nie spełniające w pełni kryterium - 0 pkt.
- b) estetyka kreacji oraz spójność wizualizacji poszczególnych elementów graficznych z motywem przewodnim, który Wykonawca ma wykorzystać przy projektowaniu – do 5 punktów:
- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii: 4 –5 pkt,
  - rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, scenariusz wymagający dopracowania: 1 - 3 pkt,
  - rozwiązania nie spełniające w pełni kryterium - 0 pkt.

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

$$K_4 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 15\%$$

#### **4) Kreacja projektu graficznego billboardu (K<sub>5</sub>) – 7 %**

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty projekt graficzny billboardu, oceniane będą takie zagadnienia jak wygląd – estetyka kolorystyczna, rozmieszczenie elementów graficznych, spójność koncepcji wizualnej, oryginalność przedstawionych projektów - maksymalna liczba punktów wynosi 5 (maksimum) punktów:

- rozwiązania w pełnym stopniu spełniające kryterium, tj. w sposób kompleksowy zbieżne koncepcją Kampanii: 4 –5 pkt.
- rozwiązania w średnim stopniu spełniające kryterium tj. w sposób niepełny zbieżne z koncepcją Kampanii, scenariusz wymagający dopracowania: 1 - 3 pkt.
- rozwiązania nie spełniające w pełni kryterium - 0 pkt.

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

$$K_5 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 5 \%$$

#### **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.

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

## **XV. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII**

1. Zamawiający, w terminie 7 dni od powiadomienia wszystkich uczestników postępowania o jego rozstrzygnięciu, zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, umowę której istotne postanowienia zawarte są w Załączniku Nr 4 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
2. Umowa z Wykonawcą wejdzie w życie po wydaniu przez Dyrektora Generalnego KOWR decyzji o przyznaniu pomocy na realizację kampanii z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw. Zamawiający o tym fakcie poinformuje Wykonawcę na piśmie w terminie 5 dni roboczych liczonych od daty otrzymania w/w decyzji.
3. Jeżeli nie dojdzie do wydania w/w decyzji KOWR o przyznaniu pomocy na realizację kampanii to umowa zawarta pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą wygasa. Z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują żadne roszczenia wobec Zamawiającego.

## **XVI. INNE POSTANOWIENIA**

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia względem Zamawiającego w przypadku skorzystania przez niego z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego zapytania ofertowego wyboru wykonawcy przedmiotu zamówienia. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia.

3. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne. W powyższym przypadku wykonawcy nie przysługuje od zamawiającego żadne dodatkowe wynagrodzenie lub jakakolwiek rekompensata za ograniczenie zakresu przedmiotu zamówienia.
4. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zwiększenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli do prawidłowego wykonania danego zadania jest niezbędne wykonanie dodatkowych prac nieobjętych dotychczas tym zadaniem, a konieczność ich wykonania powstała na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy, przy czym wykonanie:
  - 1) tych prac jako nowego zadania spowodowałoby znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego lub
  - 2) danego zadania jest uzależnione od wykonania tych prac albo bez wykonania tych prac nie jest możliwe wykonanie danego zadania w całości.
5. Zmiany umowy z wykonawcą dopuszczalne są także w następującym zakresie:
  - 1) zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
  - 2) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
  - 3) w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
  - 4) 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 Projektu.



## **XVII. ZAŁĄCZNIKI**

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

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

Tytuł zadania (projektu - Kampanii) „STAWIAM NA POLSKIE POMODORY”

1.1 Produkty, których dotyczy zadanie – POLSKIE POMODORY.

1.1.2 Miejsca realizacji zadania – cały kraj.

1.2 Miejsca i terminy realizacji zadania – projektu:

- 1) opracowanie i wydrukowanie ankiety do badań ewaluacji projektu - III.2018
- 2) przeprowadzenie 2 badań (ankieta rozpoczęcie/zakończenie projektu) - III.2018 i XII.2018
- 3) aktualizacja strony WWW. Polski pomidor.pl I-XI.2018
- 4) prowadzenie FB – I-XI.2018
- 5) podpisanie umowy z blogerem kulinarnym na Youtube - VI.2018
- 6) opracowanie scenariusza do pokazu na Youtube - VII.2018
- 7) nagranie, montaż i umieszczenie pokazu na Youtube - VIII.2018
- 8) kampania billboardowa VIII i IX 2018.

1.3 Opis działań:

Głównym problemem z którym boryka się branża producentów owoców i warzyw (w tym pomidorów) jest zbyt niska świadomość polskich konsumentów dotycząca jakości i walorów zdrowotnych z czym wiąże się niski procent spożycia krajowych owoców i warzyw z w szczególności pomidorów. Ponadto konsumenci w większości nie wiedzą, że polskie pomidory dostępne są przez cały rok - dlatego też powinni mieć świadomość, że w okresie zimowo-wiosennym należy na półkach sklepowych szukać polskich produktów, a nie brać "pierwsze z brzegu" np. hiszpańskie czy z marokańskie. Poza tym różnorodność odmian: malinowe, koktajlowe, czarne,

papryczkowe, truskawkowe, bawole serce itp. nie są przypisane do uprawy w krajach Europy Zachodniej, Maroko czy Turcji ale uprawiamy je również w Polsce. Dlatego też należy dołożyć wszelkich starań aby ta wiedza trafiła do szerokiej rzeszy konsumentów.

Ponadto w świadomości niektórych konsumentów nadal funkcjonuje mit dotyczący dużej zawartości środków chemicznych, stymulatorów wzrostu w owocach i warzywach. Doniesienia te mogą budzić obawę. Należy jednak podkreślić, że w zdecydowanej większości przypadków nie mają one żadnego uzasadnienia.

Kampanię promocyjną planujemy przeprowadzić w określonych ramach czasowych tj. od marca do listopada 2018 roku. Wyznaczony czas zapewni nam możliwość dotarcia do jak największej liczby odbiorców, nakierunkuje świadomość konsumentów na wielorakie korzyści płynące z zakupu polskich owoców i warzyw, a w szczególności polskich pomidorów a tym samym spowoduje zmianę trendów zakupowych.

Ponieważ Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami jest po realizacji kampanii pn. POLSKI POMIDOR kilka działań marketingowych prowadzonych w ramach kampanii chcielibyśmy włączyć do obecnej. W ten sposób nie generowalibyśmy dodatkowych kosztów, nie dublowali działań a konsekwentnie wykorzystywalibyśmy działania do promocji polskich pomidorów.

#### **Planowane działania:**

- **Facebook** - [Fanpage na FB będzie kontynuacją FB z poprzedniej kampanii, będzie aktualizowany poprzez posty przez cały czas trwania kampanii, liczymy na dotarcie do grupy docelowej którą stanowią ludzie młodzi aktywnie korzystający z internetu, osoby odpowiedzialne za wydatki domowe, osoby dbające o zdrowy styl życia, dietetycy itp.]
- **Strona www** (j. polski) [będzie kontynuacją strony www z poprzedniej kampanii, strona będzie funkcjonowała przez cały czas trwania kampanii, na bieżąco będzie aktualizowana ciekawostkami dla różnych odbiorców z grupy docelowej]
- **Film w YouTube** - [do pokazu na Youtube będziemy chcieli zaprosić znanego polskiego kucharza/blogera który udziela się na YouTube i którego kanał ma imponującą liczbę subskrypcji. Dzięki takiej osobie liczymy na dotarcie do grupy docelowej w skład której wchodzić będą ludzie aktywnie korzystający z internetu, ale również tacy którzy korzystają sporadycznie, osoby szukające inspiracji kulinarnych w Internecie, fascynaci gotowania itp. Ponadto, żeby urozmaicić pokaz gotowania - planujemy aby ze znanym blogerem gotował również

Ambasador kampanii. Liczymy, że taki duet przyciągnie wielu internautów a same filmiki będą chętnie oglądane również w późniejszym czasie, co konsekwentnie przyczyni się do promocji polskich owoców i warzyw.]

- billboardy - zasięg cały kraj (duże aglomeracje miejskie) - 50 szt. /12m2 w 2018r.

#### 1.4 Beneficjenci zadania:

Grupą docelową do której kierowany jest projekt stanowi całe społeczeństwo, które poprzez kampanię zostanie wzbogacone o cenne informacje dotyczące polskich owoców i warzyw, a w szczególności polskich pomidorów.

Poinformujemy o ich bogactwie witaminowym oraz o walorach prozdrowotnych, całorocznej dostępności, różnorodności odmian itp.

Zakładamy, że wykorzystując wybrane narzędzia marketingowe o zasięgu ogólnopolskim dotrzemy do bardzo licznej grupy odbiorców:

- Osoby decyzyjne i odpowiedzialne za wydatki domowe na produkty żywnościowe;
  - Młode matki decydujące o zakupach – korzystające z Internetu, mediów społecznościowych;
  - Osoby aktywne, prowadzące zdrowy tryb życia;
  - Osoby starsze dbające o zdrowie;
  - Osoby uprawiające fitness;
  - Dystrybutorzy warzyw;
  - Dietetycy;
  - Przedstawiciele sieci gastronomicznych;
  - Blogerzy kulinarni;
- Fani gotowania.

#### 1.5 Planowane rezultaty zadania

Chcemy aby, dzięki podjętym działaniom, grupa docelowa dowiedziała się, dlaczego warto kupować polskie owoce i warzywa, w tym pomidory, w odróżnieniu od innych gatunków zagranicznych – wokół tego celu jest skupiona kampania informacyjna (min. Facebook oraz strona www ). Cele te pomogą również w realizacji celów pobocznych, dających efekty długofalowe, ale mniej mierzalne, ze względu na rozciągnięcie ich efektów w horyzoncie czasowym, przekraczającym zakres tego zadania. Przykładem

takiego celu, jest wzmocnienie wizerunku polskich producentów pomidorów , jako godnego zaufania źródła zaopatrzenia.

#### 1.6 Monitoring i ewaluacja

Ze względu na charakter działań zasadniczych, kierowanych do ściśle określonej grupy docelowej, zdecydowaliśmy, że najlepszym sposobem pomiaru efektów zadania będzie monitorowanie projektu przeprowadzone na podstawie min. statystyk w oglądalności kanału YouTube, strony internetowej.

#### 1.7 Szczegółowy budżet zadania (Kampanii).

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowanych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia	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	Reklama w mediach społecznościowych 10 postów miesięcznie o zasięgu min. 10 000 odsłon	10 miesięcy	7 000,00 zł	70 000,00zł
2	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	Opracowanie strategii kampanii wraz z logotypem i wymyśleniem hasła reklamowego	1	2 000,00 zł	2 000,00 zł
3	prowadzenie serwisu internetowego	Aktualizacja strony www.polskipomidor.pl	10 miesięcy	700,00 zł	7 000,00 zł
4	Wynajem powierzchni informacyjno-promocyjnych	Wynajem powierzchni billboardowej – 2018r.	50 szt.	1 000,00 zł	50 000,00 zł
5	Badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot	Wykonanie i analiza pomiaru – rozpoczęcie zadania	1	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		Wykonanie i analiza pomiaru – koniec zadania	1	3 000,00 zł	3 000,00 zł
6	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	Wynagrodzenie dla znanego blogera kulinarnego	1	10 000,00 zł	10 000,00 zł
		Nagranie, montaż i umieszczenie filmów na Youtube - 6 odcinków	1	40 000,00 zł	40 000,00 zł
		Koordinator projektu – 1 osoba	10 miesięcy	2 500,00 zł	25 000,00 zł
<b>RAZEM</b>					<b>210 000,00 zł</b>



**FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY**

**Dane Wykonawcy:**

Nazwa: .....

Siedziba: .....

Nr telefonu/faks: .....

adres-mail: .....

Województwo: .....

nr NIP: .....

nr REGON: .....

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

**Dane dotyczące Zamawiającego:**

**Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami**

**ul. Dietla 99/4A**

**31-031 Kraków**

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na „Przygotowanie i realizację kampanii promocyjnej pt.: „STAWIAM NA POLSKIE POMIDORY” składamy niniejszą ofertę oświadczając, że akceptujemy w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jej załącznikami.

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

<b>CENA</b>	<b>brutto</b>	_____	<b>PLN</b>
	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:
  - posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej;
  - znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
  - posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
  - dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;



- dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- 6. Oświadczamy, że oferta jest dla nas wiążąca przez okres 3 miesięcy, liczony od daty ustalonej na złożenie 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:**

..... tel. kontaktowy, faks: .....

zakres odpowiedzialności: .....

.....

**Załączniki do Formularza Ofertowego:**

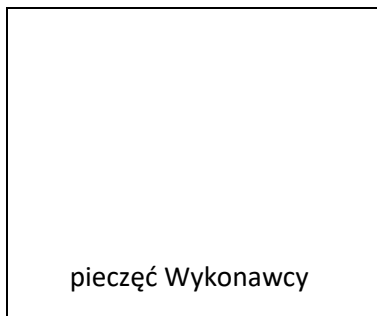
- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....

....., 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 kampanii promocyjnej pt.: „STAWIAM NA POLSKIE POMIDORY”

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:

- ..... wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez ..... w ..... pod numerem KRS: ....., NIP: ..... reprezentowanym przez:..... -  
.....,  
zwaną/y m dalej **Zamawiającym**,

a

- ..... wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez ..... w ..... pod numerem KRS: ....., NIP: .....; reprezentowanym przez:..... - ....., zwaną/y m dalej **Wykonawcą**

uwzględniając:

- ustawę z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (t.j.: Dz. U. z 2015 r., poz. 2122, ze zm.),
- ustawę z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j: Dz. U. z 2016 r. poz. 380, 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 2017 r., poz. 1351), zwane dalej „rozporządzeniem”,
- Zasady obsługi Funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia Nr 7/2017/W Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 1.09.2017 r.

Strony uzgodniły, co następuje:

**§ 1 – Przedmiot umowy**

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji kampanii promocyjnej pt.: „STAWIAM NA POLSKIE POMIDORY”, w zakresie określonym w załączniku 1 do niniejszej umowy, zwanej dalej „Kampanią”.
2. Wykonawca ma prawo posługiwać się podwykonawcami w celu należytego wykonania Umowy, z zastrzeżeniem, że wybrani przez niego podwykonawcy muszą zostać uprzednio zatwierdzeni na piśmie przez Zamawiającego. 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 otrzymania przez Zamawiającego decyzji Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa (KOWR) o przyznaniu pomocy z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na realizację kampanii, o której mowa w § 1 ust.1, Zamawiający o tym fakcie poinformuje Wykonawcę na piśmie w terminie 5 dni roboczych liczonych od daty otrzymania w/w decyzji.
2. Jeżeli nie zostanie wydana decyzja Dyrektora Generalnego KOWR, o której mowa w § 2 ust. 1, niniejsza umowa wygasa. Z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują żadne roszczenia wobec Zamawiającego.
3. Przewidywany termin realizacji kampanii: 10 marzec 2018 – 31 grudnia 2018 r.
4. 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.
5. Umowa wygasa po dokonaniu rozliczenia końcowego kampanii.

## **§ 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 działania określone 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 dla hostess i kucharzy), związanych z realizowaną operacją (kampanią), zgodnie z przepisami w trakcie realizacji Kampanii, w terminie od dnia zawarcia umowy;
4. Wykonawca powiadamia Zamawiającego niezwłocznie na adres e-mail: ....., o wszelkich zdarzeniach, mogących zaszkodzić należytemu

- wykonaniu niniejszej Umowy w przewidzianym terminie z podaniem wszelkich niezbędnych szczegółów.
5. Wszystkie projekty materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzone w ramach operacji muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
  6. W celu realizacji postanowień ust. 5 Wykonawca zobowiązuje się do przedkładania do akceptacji Zamawiającemu wszelkich projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzonych w ramach kampanii, w terminie nie później niż 40 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. Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności za zwłokę w przekazywaniu przez Zamawiającego kompletnych informacji i dokumentów dotyczących 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. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją kampanii zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.
  11. 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 realizowane w danym etapie realizacji Umowy 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

- szczegółności 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 w całości wszystkich 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 ARR 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, przy czym pierwszy etap liczony jest od daty, o której mowa w § 2 ust. 1 Umowy.
2. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu tabelarycznego zestawienia płatności rzeczywiście dokonanych za dany etap, oraz sprawozdania z przeprowadzonych działań w ramach kampanii za dany etap w terminie nie później niż 10 dni po zakończeniu danego etapu. Sprawozdania, o których mowa powyżej, będą przedstawione zgodnie ze wzorem udostępnionym przez Zamawiającego.
3. Razem z zestawieniem wydatków o którym mowa w ust. 2 Wykonawca zobowiązany jest do przedkładania dokumentów dowodowych potwierdzających poniesione wydatki oraz wszelkich, statystyk oraz materiałów dowodowych w postaci m.in.: fotografii, nagrań, tytułów prasowych zawierających przedmiotową reklamę, filmów wykonanych w ramach kampanii. Faktury oraz dokumenty towarzyszące wystawione w języku obcym muszą być przetłumaczone na język polski. W przypadku, gdy Wykonawca zlecił wykonanie części działań objętych niniejszą umową podwykonawcy, Wykonawca dodatkowo zobowiązuje się na żądanie Zamawiającego przedstawiać kopie faktur/rachunków przez podwykonawcę na Wykonawcę z tytułu realizacji ww. działań.

#### **§ 7 – Kontrole**

1. Wykonawca zobowiązany jest prowadzić księgowość analityczną pozwalającą na identyfikację przychodów i rozchodów związanych z realizacją działań objętych Umową. Na wezwanie Zamawiającego, KOWR, Wykonawca zobowiązany jest udostępnić wszelkie informacje i dokumenty niezbędne do weryfikacji wykonania przyjętych zobowiązań określonych w Umowie, w tym wszelkie faktury VAT otrzymane od Konsorcjantów (jeżeli dotyczy) i wszystkich podwykonawców, wystawione w ramach realizacji kampanii.
2. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i akceptuje, że Zamawiający oraz KOWR mogą w każdej chwili przeprowadzić kontrole techniczne i księgowe postępu prac i realizacji działań w ramach umowy.

## **§ 8 – Prawa własności intelektualnej**

1. Wykonawca zobowiązuje się do ochrony lub zapewnienia ochrony wyników działań, które mogą być objęte prawami własności intelektualnej, uzyskanych w ramach wykonywania niniejszej umowy.
2. O ile strony nie ustalą inaczej na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia określonego w Umowie, Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego bezwarunkowo i nieodwołalnie autorskie prawa majątkowe, na czas realizacji kampanii wraz z ograniczeniem terytorialnym wynikającym z zaplanowanych działań w kampanii, do wszelkich materiałów, łącznie z opracowaniami graficznymi, wizualnymi i audiowizualnymi, jak również stronami internetowymi, będących wynikiem realizacji działań przewidzianych w Umowie w przypadku, gdy w całości, jak i w części spełniały cechy utworów stosownie do art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j.: Dz. U. 2016.666 z późn. zm. –zwanej dalej „ustawą”) i jako takie będą podlegały ochronie wynikającej z przepisów ustawy (dalej „Utwory”) na wszystkich znanych polach eksploatacji w szczególności na następujących polach eksploatacji:
  - a) wszelkie utrwalania i zwielokrotnienia Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechaniczną, optyczną, elektroniczną lub inną techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, wizyjnych i fonicznych, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywania kopii tych utwaleń;
  - 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 Internecie oraz na platformach cyfrowych, w nieograniczonej ilości odtworzeń, wyświetleń, wykonania, wystawień i nadań i reemisji;
3. Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do Utworów z chwilą ich przekazania Zamawiającemu po dokonaniu zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Wykonawcy. Wykonawca będzie mógł wykorzystywać przygotowane materiały/produkty wyłącznie we własnych celach marketingowych, bez dodatkowej zgody Zamawiającego.
4. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych do Utworów, Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego, wyłączne prawo do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich na polach eksploatacji wskazanych w ust. 1 powyżej.
5. Wykonawca gwarantuje, że osoby uprawnione z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów nie będą wykonywać takich praw w stosunku do Zamawiającego, jego następców prawnych ani innych podmiotów, którym Zamawiający przekaze Utwory.
6. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworów bezwarunkowo i nieodwołalnie, bez ograniczeń terytorialnych i czasowych:
  - a) zobowiązuje się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa Utworów; jednocześnie Wykonawca upoważnia

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

### **§ 9 – Poufność i zakaz konkurencji**

1. Wykonawca zobowiązuje się zachować w tajemnicy wszelkie informacje, przekazane przez Zamawiającego, jak też informacje do których Wykonawca uzyska dostęp po podpisaniu Umowy, w szczególności wszelkie informacje handlowe, techniczne i technologiczne Zamawiającego poznane w wyniku przeprowadzania Kampanii, bez względu na to czy zostały oznaczone, jako poufne czy nie zostały oznaczone żadnym równoznacznym określeniem i niezależnie czy były uzyskane przez Wykonawcę w formie pisemnej, ustnej, czy w jakiegokolwiek innej formie. Wszelkie uzyskane w ten sposób informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa Zamawiającego w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: „tajemnica przedsiębiorstwa Zamawiającego”).



2. W sytuacji uzyskania dostępu przez Wykonawcę do tajemnic przedsiębiorstwa Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do:
  - a) niewykorzystywania ich wbrew jakimkolwiek interesom Zamawiającego;
  - b) nie ujawnia, bezpośrednio lub pośrednio, danych i informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Zamawiającego w sposób inny niż zgodnie z postanowieniami Umowy;
  - c) zrekompensowania Zamawiającemu wszelkich szkód, które Zamawiający może ponieść w wyniku naruszenia tajemnicy przedsięwzięcia Zamawiającego przez Wykonawcę przy czym odpowiedzialność Wykonawcy w żaden sposób nie jest ograniczona.
3. Wykonawca może ujawnić tajemnicę przedsiębiorstwa Zamawiającego wyłącznie organom administracji publicznej w zakresie wymaganym przez prawo, jednakże w takim wypadku Wykonawca uprzednio poinformuje Zamawiającego, umożliwiając Wykonawcy podjęcie właściwych czynności mających na celu ochronę tajemnicy przedsiębiorstwa.
4. Zobowiązania Wykonawcy wynikające z niniejszego paragrafu będą wiążące również po rozwiązaniu umowy przez okres 5 lat od zakończenia współpracy Stron.
5. Niezależnie od odpowiedzialności przewidzianej w ust.1-4 powyżej, ujawnienie tajemnicy przedsiębiorstwa Zamawiającego wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U.z 2003 r., nr 153, poz. 1503 z późn. zm.).

#### **§ 10 – Rozwiązanie umowy**

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

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

#### **§ 11 – Spory pomiędzy Wykonawcą a osobami trzecimi**

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

#### **§ 12 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. Spory mogące powstać na tle stosowania Umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
4. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach – po jednym dla każdej ze Stron.
5. Następujące załączniki stanowią integralną część Umowy:

- 1) Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań (zał. nr 1 do Zapytania ofertowego - Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
- 2) Oferta Wykonawcy.

**WYKONAWCA**

**ZAMAWIAJĄCY**