

Zamawiający:

Patoki 2023.08.22

**Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe  
„Kawiks” Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna  
Patoki 23, 98-170 Widawa  
NIP: 8310010037 KRS: 0000027365**

Zamawiający: Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks” Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna zaprasza do wzięcia udziału w postępowaniu, w trybie konkurencyjnego wyboru wykonawców, mającym wyłonić podmiot – Wykonawcę projektu/Operacji:

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

### **dotyczące projektu/Operacji (kampanii reklamowej)**

pt.: „Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NATURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYCZANA BIAŁA) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego) w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, zwaną dalej „Operacja” lub „projekt” lub „kampania reklamowa”.

**I. Zamawiający:** Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks” Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna, występująca jako Lider konsorcjum zawartego w celu przeprowadzenia w/w kampanii reklamowej.

## **II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – opis zadań**

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja kampanii reklamowej współfinansowanej ze środków UE - zgodnie z treścią niniejszego Zapytania ofertowego, zwanego dalej „Zapytanie”, z uwzględnieniem załączników do niniejszego Zapytania, w tym: przygotowanie i realizacja zadań szczegółowo opisanych w załączniku nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Plan finansowy Operacji wraz z zestawieniem rzeczowo-finansowym ( I- II etapy).
2. Wykaz produktów podlegających promocji:
  - mięso świeże: szynka wieprzowa, łopatką wieprzowa;
  - produkty wytwarzane na bazie mięsa (podgotowanego, solonego, wędzonego etc.): boczek naturalnie dobry, kiełbasa schabowa naturalnie dobra, kiełbasa naturalnie dobra, parówczaki naturalnie dobre, kabanosiki naturalnie dobre, szynka naturalnie dobra, schab naturalnie dobry, pasztet naturalnie dobry, parówki z szynki naturalnie dobre;
  - zboża świeże lub przetworzone: kasza gryczana biała.

3. Szacowana wartość całkowitego budżetu przedmiotu zamówienia - kampanii wynosi, **2.429.855,10 zł netto**, w tym koszty przygotowania i realizacji wszelkich działań oraz koszty związane z udziałem przedstawicieli grupy producentów w realizacji działań (w tym koszty podróży, noclegów, wyżywienia).
4. Cena (budżet) oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większa niż budżet wskazany w powyższym ust. 3 niniejszego Zapytania ofertowego. Oferty nie spełniające tego kryterium zostaną odrzucone.
5. Składana oferta powinna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją przedmiotu zamówienia. Oferta nie może zawierać w swojej cenie kosztów ubezpieczenia, szkolenia, dojazdów przedstawicieli wykonawcy i diet personelu wykonawcy.
6. Przy opracowywaniu oferty, oferent jest zobowiązany m.in. uwzględnić następujące zagadnienia:
  - a) wszystkie materiały reklamowe muszą być oznaczone zgodnie z Księgą Wizualizacji Znaku PROW 2014-2020 (obowiązująca wersja w/w księgi jest dostępna na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi),
  - b) Wykonawca ma obowiązek przesłania do Zamawiającego wszystkich projektów, które rozliczone będą w I etapie operacji w terminach i na zasadach określonych w przepisach prawa i postanowieniach umowy Zamawiającego z KOWR - wzór w/w umowy jest dostępny na stronie internetowej KOWR).
  - c) wszystkie działania reklamowe powinny promować produkty oraz system jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w części II. ust. 2 niniejszego Zapytania. Szczegółowe zestawienie przyporządkowania produktów do konkretnych działań reklamowych zostanie udostępnione wybranemu Wykonawcy.

### **III. PODSTAWA PRAWNA**

Postępowanie prowadzone jest w nawiązaniu do przepisów:

1. Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) nr 807/2014 z dnia 11 marca 2014 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i wprowadzającego przepisy przejściowe;
2. Ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 2422 ze zm.), zwanej dalej „ustawą”;
3. Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 lipca 2016 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach poddziałania „Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 2401 ze zm.);
4. Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 3 lipca 2020 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach niektórych działań i poddziałań objętych Programem Rozwoju

- Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2 (t.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 685),
5. Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 1360 ze zm.), w szczególności art. 70<sup>1</sup> – 70<sup>5</sup>.

#### **IV. TRYB PRZEPROWADZANEGO POSTĘPOWANIA**

1. Niniejsze postępowanie wyboru wykonawcy zadania ujętego w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji podlegającej pomocy ze środków PROW 2014-2020 jest prowadzone z zachowaniem konkurencyjnego trybu wyboru wykonawcy.
2. Postępowanie przeprowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
  - a) publikację Zapytania Ofertowego – na Portalu ogłoszeń ARiMR oraz na stronie internetowej Zamawiającego: [www.kawiks.com.pl](http://www.kawiks.com.pl)
  - b) komisyjne otwarcie ofert;
  - c) weryfikację spełnienia wymogów formalno–prawnych i ocenę złożonych ofert,
  - d) wybór najkorzystniejszej oferty,
  - e) publikację informacji o wyborze najkorzystniejszej oferty – wykonawcy.
3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, wyłącznie w języku polskim.
4. Zamawiający nie dopuszcza:
  - 1) składania więcej niż jednej oferty przez jednego oferenta lub grupę działających wspólnie podmiotów,
  - 2) składania ofert częściowych,
  - 3) składania ofert wariantowych.Złożenie większej liczby ofert lub oferty wariantowej lub oferty częściowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego oferenta.
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 zawarcia umowy w przypadku wyboru ich oferty przez Zamawiającego. Lider powinien posiadać i dołączyć do oferty stosowne upoważnienie/pełnomocnictwo do reprezentowania podmiotów ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia. oraz dołączyć umowę konsorcjum lub kopię w/w umowy poświadczoną za zgodność z oryginałem przez lidera konsorcjum
6. Koszty udziału w postępowaniu, w szczególności koszty sporządzenia oferty, pokrywa oferent.

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

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści Zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku modyfikacji treści Zapytania ofertowego, Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert o stosowną ilość dni.
3. Informacja o zmianie Zapytania ofertowego zostanie przekazana w trybie analogicznym jak upublicznienie niniejszego Zapytania, tj. na Portalu ogłoszeń ARiMR oraz na w/w stronie internetowej Zamawiającego.

4. Oferent może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.
5. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
6. Zmiana złożonej oferty przez oferenta jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i złożenia, zmienionej oferty, dokonanego przed terminem określonym na składanie ofert.
7. Oferent może zwrócić się z pytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie Zapytania ofertowego, do dnia 04.09.2023 r. do godz. 14<sup>00</sup>.  
Pytania należy kierować na adres mailowy: [marketing@kawiks.com.pl](mailto:marketing@kawiks.com.pl)
8. Zamawiający udzieli wyjaśnień oferentowi w terminie do 2 dni roboczych drogą mailową.
9. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację oferenta wraz z odpowiedziami zostanie podana do publicznej wiadomości, na stronie internetowej Zamawiającego: [www.kawiks.com.pl](http://www.kawiks.com.pl)
10. Zamawiający może w toku badania i oceny ofert żądać od Oferentów wyjaśnień oraz dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
11. Niniejsze Zapytanie ofertowe nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego i nie zobowiązuje do zawarcia umowy ze strony Zamawiającego - składającego Zapytanie ofertowe.

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

1. W postępowaniu mogą wziąć udział oferenci, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:
  - 1) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2023 r., poz. 221 ze zm.) oraz nie podlegają wykluczeniu z możliwości realizacji zadań na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu;
  - 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotem zamówienia oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania ofertowego.  
W związku z tym Oferent, składający ofertę zobowiązany jest:
    - a) wykazać zrealizowanie **minimum 3 (trzy) kampanie reklamowe** współfinansowane z udziałem środków pomocy publicznej (krajowych i UE) **o zasięgu ogólnopolskim**, dotyczące produktów w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, spełniających następujące wymogi:
      - każda z w/w kampanii o wartości nie niższej niż 2,0 mln PLN (netto),
      - każda ze zrealizowanych w/w kampanii musi obejmować minimum **sześć kanałów** przekazu spośród kanałów: telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor. Wymagane jest, aby wśród w/w sześciu kanałów przekazu wystąpiły kanały przekazu:

- telewizja (realizacja spotów wraz z zakupem mediów),
- internet (kreacja grafik oraz zakup mediów),
- prasa (kreacja grafik oraz zakup mediów).

Dla potwierdzenia, wykazania spełnienia w/w warunku oferent powinien dołączyć do oferty **Wykaz zrealizowanych kampanii reklamowych**, zawierający przynajmniej:

- nazwę zleceniodawcy dla każdej kampanii,
- wartość brutto i netto w PLN dla każdej kampanii,
- okres realizacji dla każdej kampanii,
- wykorzystane kanały przekazu dla każdej kampanii.

oraz **Referencje od co najmniej 3 zamawiających, potwierdzające prawidłowe wykonanie w/w kampanii reklamowych przez oferenta.**

- b) wykazać się doświadczeniem w realizacji wszystkich wymaganych przez Zamawiającego kanałów przekazu objętych niniejszym Zapytaniem (telewizja, radio, internet, prasa, marketing bezpośredni, targi, pokazy, degustacje, publikacje, outdoor).

Dla potwierdzenia, wykazania spełnienia w/w warunku oferent powinien dołączyć do oferty **Zestawienie zrealizowanych wymaganych form reklamy** (kanały przekazu) wraz z dokumentacją potwierdzającą te realizacje (np. „zrzuty ekranowe” spotu TV, scenariusz spotów radiowych, skany z realizacji reklamy internetowej, skany przykładowych reklam prasowych, zdjęcia wyprodukowanych gadżetów reklamowych, zdjęcia z targów, pokazów i degustacji, skany/zdjęcia publikacji, zdjęcia realizacji outdoorowych, itp.).

- c) wykazać się dysponowaniem osobami zdolnymi do wykonania przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania ofertowego - osobami – pracownikami lub zleceniobiorcami, możliwymi do zaangażowania w realizację oferowanej kampanii, w skład których będą wchodzić przynajmniej:

- account director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji),
- projekt manager (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji),
- copywriter (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji).
- art director (minimum dwuletnie doświadczenie w pełnieniu tej funkcji).

Dla potwierdzenia, wykazania spełnienia w/w warunku oferent powinien dołączyć do oferty **Listę pracowników, zleceniobiorców** – spełniających w/w wymóg.

W celu potwierdzenia spełnienia powyższych warunków oferent zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą oświadczenia wg wzoru stanowiącego załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego wraz z w/w dokumentami.

W przypadku gdy ofertę realizacji przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania składa kilka podmiotów wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (np. konsorcjum podmiotów) to wymóg określony w niniejszym punkcie dotyczy łącznie (suma) wszystkich podmiotów (np. dwa podmioty

wykonały po jednej lub dwie realizacji lub jeden z tych podmiotów dokonał trzech realizacji kampanii reklamowych).

- 3) posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż równowartość w złotych kwoty 2.000.000,00 zł (słownie: dwa miliony złotych) wraz z wymogiem przedłużenia/odnowienia ważności polisy co najmniej do daty zakończenia realizacji kampanii reklamowej plus 90 dni.  
Dla potwierdzenia, wykazania spełnienia w/w warunku oferent powinien **dołączyć do oferty kopię aktualnej polisy OC.**

- 4) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawne i terminowe wykonanie niniejszego przedmiotu zamówienia;
- 5) nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości;
- 6) nie zalegają z płatnościami składek do ZUS, podatków i opłat do Urzędu Skarbowego.

2. Oferent zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert wnieść wadium w kwocie 30 000 zł (słownie: trzydzieści tysięcy złotych).

Wadium należy wnieść w pieniądzu.

- 1) kwotę wadium należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego: **20 2030 0045 1110 0000 0036 0100**  
tytuł przelewu: „*Wadium w postępowaniu ofertowym dot. kampanii reklamowej – dz. 3.2 Zamawiający: PPHU Kawiks ... sp.j.*”
- 2) za moment wniesienia wadium uważa się datę wpływu środków pieniężnych w należytej wysokości na wskazany rachunek bankowy Zamawiającego,
- 3) dowód wniesienia wadium należy dołączyć do oferty.
- 4) zwrot wadium w przypadku wszystkich Oferentów, poza oferentem, którego oferta zostanie oceniona jako najkorzystniejsza, nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania – wyborze najkorzystniejszej oferty i podaniu do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.
- 5) w przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty, Zamawiający zwróci wadium wszystkim oferentom w terminie do 7 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania żadnej oferty.
- 6) w przypadku oferenta, którego oferta zostanie oceniona jako najkorzystniejsza, zwrot wadium nastąpi w ciągu 5 dni pod podpisaniem przez tego Oferenta umowy z Zamawiającym, zgodnie z postanowieniami Zapytania.

3. Ocena spełniania przedstawionych powyżej (w Rozdziale VI ust. 1) warunków zostanie dokonana na podstawie podpisanych przez oferentów oświadczeń zgodnych z wzorami stanowiącymi załączniki nr 2 i nr 3 do niniejszego Zapytania ofertowego oraz dokumentów określonych w niniejszej części VI. Zapytania.

Brak dołączonych w/w oświadczeń oferenta i w/w dokumentów potwierdzających

- spełnianie powyższych warunków spowoduje odrzucenie oferty.
4. W postępowaniu mogą wziąć udział oferenci, którzy spełniają ponadto następujące warunki udziału w postępowaniu - których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale XII.
  5. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie przeprowadzona w oparciu przedłożone przez oferentów dokumenty i oświadczenia metodą: spełnia/nie spełnia.

## VII. ZAWARTOŚĆ OFERTY

1. Oferta Wykonawcy musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym, w tym opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

Oferent składa ofertę z wykorzystaniem Formularza ofertowego, zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego.

2. Oferent jest zobowiązany podać w Formularzu Ofertowym co najmniej:
  - 1) Pełną nazwę i adres siedziby oferenta oraz numer NIP, nr wpisu we właściwym rejestrze (np. KRS), w którym ujawniony jest oferent. Zapisy we właściwym rejestrze, w którym został wpisany oferent powinny potwierdzać, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.  
Jeżeli Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast numeru NIP umieszcza w ofercie numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo dołącza się wydruk lub wpis z właściwego rejestru potwierdzający nr wpisu oferenta do rejestru oraz potwierdzający, iż osoba/osoby podpisujące ofertę są uprawnione do reprezentacji oferenta.
  - 2) Adres e-mail oferenta, służący do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania;
  - 3) Adresem korespondencyjny jeśli jest inny niż adres siedziby;
  - 4) Nazwę projektu/Operacji;
  - 5) Datę sporządzenia oferty;
  - 6) Datę ważności oferty – wymagane minimum **60 dni** od daty otwarcia ofert;
  - 7) **Cenę oferty netto** i brutto, po uwzględnieniu ewentualnych upustów.
    - a) w cenie oferty nie może być ujęty koszt cła, opakowania, koszt szkolenia, koszty dojazdów i diet oferenta.
    - b) na cenę/wartość oferty składa się kompleksowe wykonania projektu/Operacji;
  - 8) **Oczekiwany przez Oferenta jeden z systemów płatności** – wymienionych w części XI Kryterium K<sub>2</sub> niniejszego Zapytania.

3. **Oferent powinien dołączyć do oferty wstępne projekty następujących materiałów reklamowych:**

- a) propozycja scenariusza 30s reklamowego spotu telewizyjnego, przedstawionego w postaci storyboardów (rysunki lub kompozycje zdjęciowe) z rozpisaną warstwą testową i dialogową. Minimalna ilość slajdów: 8;

- b) propozycja Key Visual A4, w postaci projektu graficznego przedstawiającego główny motyw kampanii wraz z propozycją claimu (hasła reklamowego kampanii);
- c) propozycja projektu graficznego statycznego baneru internetowego lub nośnika citylight;
- d) propozycja artykułu informacyjno-promocyjnego dotyczącego tematu kampanii: min. 2000 znaków bez spacji,
- e) propozycja scenariusza 30s reklamowego spotu radiowego przedstawionego w formie zapisu warstwy dialogowej.

4. **Na ofertę składają się w szczególności:**

- 1) wypełniony Formularz Ofertowy Oferenta, według wzoru określonego w Załączniku Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
- 2) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia zgodnie z Załącznikiem Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;  
Oferent jest zobowiązany do wyceny odrębnie każdego z wyszczególnionych zadań w załączniku nr 1 do Zapytania (każdej z form reklamy),
- 3) Oświadczenie Nr 1 Oferenta o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu - braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
- 4) dokumenty wymienione w Rozdziale VI niniejszego Zapytania Ofertowego (dołączone do w/w oświadczenia nr 1 Oferenta):
  - a) Wykaz zrealizowanych kampanii reklamowych,
  - b) Zestawienie zrealizowanych wymaganych form reklamy;
  - c) Lista pracowników, zleceniobiorców;
  - d) aktualna polisa OC,
  - e) Referencje od co najmniej 3 zamawiających, potwierdzające prawidłowe wykonanie w/w kampanii reklamowych przez oferenta.
- 5) Oświadczenie Nr 2 Oferenta o braku powiązań z Zamawiającym - według Załącznika Nr 4 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
- 6) potwierdzenie wniesienia wadium;
- 7) materiały reklamowe wymienione w powyższym ust. 3.

5. Oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej. Formularz ofertowy i wszystkie załączane dokumenty muszą być opieczetowane i podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka firmowa oraz podpis na ostatniej stronie danego dokumentu, na pozostałych stronach parafki) lub poświadczony za zgodność z oryginałem przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź osoby umocowane przez te osoby do reprezentowania Wykonawcy na podstawie odrębnego pełnomocnictwa – powyższe nie dotyczy dołączanych oryginałów dokumentów wystawionych przez inne podmioty niż oferent.

W przypadku reprezentowania oferenta przez pełnomocnika nie wymienionego w właściwym rejestrze, pełnomocnik powinien dołączyć do oferty oryginał dokumentu pełnomocnictwa lub notarialnie poświadczoną kopię.

Wszystkie miejsca, w których oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu oferenta.



Dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane.

We wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba, imię i nazwisko oraz stanowisko służbowe osoby podpisującej lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

6. Oferta wraz z załącznikami sporządzona w języku innym niż polski powinna być przetłumaczona na język polski przez tłumacza przysięgłego.
7. Oferty nie zawierające powyższych elementów/zagadnień zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

## VIII. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

Oferent pozostaje związany złożoną ofertą przez okres co najmniej 60 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

## IX. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

**Przedmiot zamówienia** (kampania reklamowa) **realizowany będzie w terminie od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą (w tym rozpoczęcie kampanii reklamowej od dnia 20.11.2023 r.) do dnia 30.09.2024 r.**

## X. MIEJSCE, TERMIN I FORMA SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w nieprzekraczalnym terminie do dnia **06.09.2023 r.** do godz. 14:00
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 (jednym) egzemplarzu, w nieprzezroczystym, trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie) uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
3. Opakowanie powinno być oznakowane/opisane następująco: opatrzone nazwą i adresem Oferenta oraz Zamawiającego z dopiskiem „ZAPYTANIE OFERTOWE PPHU Kawiks... kampania reklamowa dz. 3.2”  
*Nie otwierać do dnia 06.09.2023 r. do godz. 14:00”*
4. Ofertę należy złożyć w lokalu Zamawiającego **pod poniższym adresem** lub wysłać do Zamawiającego adres: Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks” Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna Patoki 23, 98-170 Widawa, **do dnia 06.09.2023r. do godz. 14:00.**  
Dla ofert przesłanych pocztą/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty do sekretariatu Zamawiającego.
5. Oferty złożone po w/w terminie zostaną odrzucone.
6. Otwarcie ofert nastąpi w **dniu 06.09.2023 r. o godzinie 14:00** w siedzibie Zamawiającego: Patoki 23, 98-170 Widawa.

## XI. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Ocena ofert zostanie przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria i ich wagi:

K <sub>1</sub>	Cena netto realizacji przedmiotu zamówienia w PLN	60 %
K <sub>2</sub>	System płatności	40 %

Oferent zobowiązany jest do umieszczenia w ofercie danych pozwalających na ocenę punktową złożonej oferty. W przypadku braku jednoznacznych danych pozwalających na ocenę oferty, oferta otrzyma w ramach danego kryterium 0 pkt. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.

## 2.1 Kryterium K<sub>1</sub> Cena netto realizacji przedmiotu zamówienia

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **60 punktów**

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

$$\text{Cena} = \frac{\text{cena oferty najtańszej netto w PLN}}{\text{cena oferty ocenianej/badanej netto w PLN}} \times 100 \times \text{znaczenie } 0,6 = \text{max } 60,0 \text{ pkt}$$

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

Jeżeli cena oferty wyda się rażąco niska w stosunku do szacowanej wartości przedmiotu zamówienia i budzić będzie wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania, za taką cenę, przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającego z odrębnych przepisów, w szczególności jest niższa o co najmniej 20% od drugiej oferty w zakresie wysokości ceny, Zamawiający może zwrócić się o udzielenie wyjaśnień w określonym terminie dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Oferencie.

Zamawiający oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonania zamówienia dostępne dla Oferenta, oryginalność projektu Oferenta oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów.

Zamawiający odrzuca ofertę Oferenta, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do wartości przedmiotu zamówienia.

## 2.2 Kryterium K<sub>2</sub> System płatności - max. pkt.: 40 pkt.

Liczba punktów w kryterium K<sub>2</sub> będzie przyznana zgodnie z poniższymi przedziałami:

- a) Oczekiwanie przez Oferenta dokonania wypłaty zaliczki przez Zamawiającego w wysokości powyżej 50 % ceny/kosztu danego etapu – 0 pkt,
  - b) Oczekiwanie przez Oferenta dokonania wypłaty zaliczki przez Zamawiającego w wysokości do 50 % ceny/kosztu danego etapu – 10 pkt,
  - c) Oczekiwanie przez Oferenta możliwości wystawiania faktur, za okresy miesięcy kalendarzowych, w toku realizacji etapu, za wykonane i odebrane przez Zamawiającego prace/działania Oferenta – 20 pkt,
  - d) Wystawianie przez Oferenta, oddzielnie - po jednej fakturze za całość prac/działań zrealizowanych w ramach określonego kanału przekazu w danym (każdym) etapie – 40 pkt.
3. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru  
 $W = K_1 + K_2$
4. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z powyżej przedstawionymi zasadami.
5. W przypadku uzyskania przez więcej niż jedną ofertę takiej samej ilości punktów wyliczonych wg ww. kryterium, wybór nastąpi:
- 1) w oparciu o wybór oferty tańszej;
  - 2) w przypadku uzyskania przez więcej niż jedną ofertę takiej samej ilości punktów oraz takiej samej najniższej ceny oferty, Zamawiający wezwie oferentów, których oferty uzyskały taką samą ilość punktów i posiadają taką samą cenę netto oferty, do złożenia w terminie 5 dni kalendarzowych od otrzymania wezwania drogą e-mail, dodatkowych ofert w zakresie ceny netto oferty w PLN;
  - 3) oferenci, składając oferty dodatkowe, nie mogą przedstawić ceny lub kosztu wyższego niż w złożonych pierwotnych ofertach.
6. W przypadku odmowy podpisania umowy przez wybranego Oferenta, Zamawiający może zawrzeć umowę z Oferentem, który spełnia wymagania Zapytania ofertowego i którego oferta uzyskała kolejną najwyższą liczbę punktów.

## **XII. ODRZUCENIE OFERTY**

1. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:
  - 1) jej treść, w tym jakość merytoryczna wstępnych projektów załączonych materiałów reklamowych, nie odpowiada treści i wymogom Zapytania ofertowego,
  - 2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w niniejszym postępowaniu,
  - 3) została złożona przez podmiot powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym.Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania między podmiotem ubiegającym się o przyznanie pomocy - Zamawiającym/beneficjentem, 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 oferentem, polegające na:
  - a) uczestniczeniu jako współnik w spółce cywilnej lub osobowej,

- b) posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji spółki kapitałowej,
  - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika,
  - d) pozostawaniu 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,
  - e) pozostawaniu z oferentem/wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w Zapytaniu ofertowym;
  - 5) nie zawiera wszystkich wymaganych treścią niniejszego Zapytania dokumentów, nie spełnia warunków formalnych Zapytania ofertowego.
2. Oferta nie podlega odrzuceniu, mimo że została złożona przez podmiot powiązany osobowo lub kapitałowo z osobą, o której mowa w/w ust. 1 pkt 3, jeżeli osoba ta nie będzie brała udziału w dalszym postępowaniu w sprawie wyboru przez Zamawiającego (beneficjenta) wykonawcy zadań ujętych w Zapytaniu ofertowym - zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji.

### **XIII. 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. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne.
- 4. Informację o wyniku postępowania Zamawiający zamieści na Portalu ogłoszeń ARiMR oraz na stronie internetowej Zamawiającego: [pehnadobra.pl](http://pehnadobra.pl)

### **XIV. UNIEWAŻNIENIE POSTĘPOWANIA**

**Zamawiający zastrzega możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert lub unieważnienia postępowania na każdym etapie**

Oferentom nie przysługują żadne roszczenia względem Zamawiającego w przypadku skorzystania przez niego z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.

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

Zamawiający, w terminie do 10 dni od zamieszczenia na Portalu ogłoszeń ARiMR informacji o wyniku postępowania zawrze z oferentem, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, umowę, której istotne postanowienia zawarte są w Załączniku Nr 5 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

### **XVI. INNE POSTANOWIENIA**

- 1. Wybrany Oferent/Wykonawca zobowiązuje się do podpisania umowy w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego, po zakończeniu procedury oceny ofert i publikacji wyników postępowania.

2. Dopuszcza 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 Wykonawcy.
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 szczególności w sytuacji zmiany umowy na realizację Operacji zawartej pomiędzy Zamawiającym a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR) polegającej na ograniczeniu zakresu Operacji – skreślenia lub ograniczenia zadań zawartych w zakresie rzeczowo-finansowym Operacji to o identyczny zakres zmniejszenia realizacji Operacji zostanie zmniejszony zakres przedmiotu zamówienia realizowany przez Wykonawcę, wraz z identycznym zmniejszeniem kwoty budżetu- kosztu realizacji zadania lub części zadania, o które została ograniczona Operacja, w związku ze zmianą umowy pomiędzy Zamawiającym a KOWR.

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 i okolicznościach:
  - 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, Przez siłę wyższą należy rozumieć zdarzenie zewnętrzne, którego Strony umowy nie mogły przewidzieć, którego nie można było uniknąć, ani któremu Strony umowy nie mogły zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, której nie można przypisać drugiej Stronie, a która ma wpływ na realizację przedmiotu umowy, w tym w szczególności: powódź, pożar i inne klęski żywiołowe, strajki, nagłe przerwy w dostawie energii elektrycznej etc.
  - 4) w przypadku wystąpienia innych istotnych okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w chwili 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

Operacji.

6. Warunkiem wyrażenia zgody przez Zamawiającego na zmiany w umowie z Wykonawcą, o których mowa w w/w ust. 4 i 5, jest uprzednie wprowadzenie stosownych zmian w umowie Zamawiającego z KOWR (dotyczącej przedmiotowej Operacji).
7. Administratorem danych osobowych, które znajdują się w ofercie oraz załącznikach do oferty jest Zamawiający: Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks” Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna.  
Zamawiający będzie przetwarzał dane osobowe w określonych celach: analizy i oceny przedłożonej oferty, zawarcia i realizacji umowy. Każdy Oferent ma prawo zażądać dostępu do treści danych, które go dotyczą – poprawić je, zaktualizować, sprostować, przenieść, usunąć lub ograniczyć ich przetwarzanie. Każdy Oferent może też wnieść sprzeciw wobec przetwarzania udostępnionych danych osobowych. Każdy z Oferentów ma prawo do wycofania wyrażonej zgody. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych sprzed wycofania zgody.
8. Informacje zawarte w złożonych ofertach zostaną objęte przez Zamawiającego tajemnicą handlową i nie będą udostępniane innym podmiotom za wyjątkiem Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jako podmiotu współfinansującego operację i instytucji kontrolnych krajowych i UE oraz innych uprawnionych podmiotów na podstawie obowiązujących przepisów prawa.
9. Po zakończeniu postępowania Zamawiający umieści na Portalu ogłoszeń ARiMR oraz na stronie internetowej Zamawiającego informację o:
  - wyborze wykonawcy (wyborze najkorzystniejszej oferty) albo
  - odrzuceniu wszystkich złożonych ofert, albo
  - niezłożeniu żadnej oferty, albo
  - zakończeniu postępowania dotyczącego niniejszego Zapytania bez wyboru żadnej z ofert.

## **ZAŁĄCZNIKI**

1. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia – Plan finansowy Operacji wraz z zestawieniem rzeczowo-finansowym (etapy: I - II).
2. Formularz Ofertowy (wzór)
3. Oświadczenie Nr 1 Oferenta o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu - braku podstaw do odrzucenia oferty.
4. Oświadczenie Nr 2 Oferenta o braku powiązań z Zamawiającym.
5. Wzór umowy – (Istotne postanowienia umowy).

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia – Plan finansowy Operacji wraz z zestawieniem rzeczowo-finansowym (etapy I - II ).**

**1. Produkty rolne lub środki spożywcze, których dotyczy Operacja.**

- mięso świeże: szynka wieprzowa, łopátka wieprzowa;
- produkty wytwarzane na bazie mięsa (podgotowanego, solonego, wędzonego etc.): boczek naturalnie dobry, kiełbasa schabowa naturalnie dobra, kiełbasa naturalnie dobra, parówczaki naturalnie dobre, kabanosiki naturalnie dobre, szynka naturalnie dobra, schab naturalnie dobry, pasztet naturalnie dobry, parówki z szynki naturalnie dobre;
- zboża świeże lub przetworzone: kasza gryczana biała.

**2. MIEJSCE REALIZACJI OPERACJI**

Planowane miejsca realizacji wg kanałów przekazów:

- 1) telewizja- emisja w 1 stacji telewizyjnej, np. TVP Łódź lub równoważne (stacje regionalne)
- 2) radio- emisja w 2 stacjach radiowych, np. Eska Łódź, Eska Bełchatów. lub równoważnej (stacje regionalne)
- 3) Internet - emisja na 3 stronach internetowych, np. [www.kuchnia.wp.pl](http://www.kuchnia.wp.pl), [www.gotowanie.onet.pl](http://www.gotowanie.onet.pl), [kochbar.de](http://kochbar.de) (niemiecka strona internetowa) lub równoważne (strony o podobnym profilu) oraz YouTube, Facebook, dedykowana strona internetowa
- 4) prasa- emisja w 2 czasopismach, np. Dziennik Łódzki, Przepis na zdrowie lub równoważne (gazety lokalne lub ogólnopolskie)
- 5) marketing bezpośredni- plakaty, ulotki, potykacze, koszulki polo, fartuszki, bluzy, nakrycia głowy, kubki, podkładki, torby termiczne, butelki szklane, notesy magnetyczne, torby biodegradowalne, papier do pakowania wędlin- pokazy, degustacje, sklepy firmowe
- 6) pokazy- okolice sklepów firmowych Lidera Konsorcjum oraz punktów partnerskich
- 7) degustacje- okolice sklepów firmowych Lidera Konsorcjum, oraz punktów partnerskich
- 8) publikacje- książeczka do kolorowania, broszura informacyjna- pokazy
- 9) inne kanały przekazu- billboard, citylight, banery reklamowe: miasta w Polsce jak Łódź, Zduńska Wola, Sieradz, Bełchatów, Wieluń, Łowicz, Skierniewice, Pabianice, Wrocław lub równoważne (inne miasta o podobnej wielkości), wyświetlanie w punktach sprzedaży, ścianki reklamowe: sklepy firmowe Lidera Konsorcjum

**3. CEL REALIZACJI OPERACJI**

Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYCZANA BIAŁA) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego).

**3.1. UZASADNIENIE REALIZACJI OPERACJI**

Zwiększenie rozpoznawalności produktów ujętych w opisie operacji (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE

DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYCZANA BIAŁA) wymaga poniesienia nakładów na szeroko pojętą promocję. Dlatego konieczne jest wsparcie na działania pozwalające na dotarcie do odbiorców. W Polsce nadal obserwuje się niski poziom wiedzy na temat istnienia unijnych i krajowych systemów jakości, w ramach których wytwarzane są wysokojakościowe produkty. W rezultacie utrzymuje się niski popyt na te produkty. Działania informacyjne i promocyjne opisane w niniejszym opisie operacji skierowane są do konsumentów (grupa docelowa: osoby w wieku 30-60 lat, zamieszkałe w miastach powiatowych lub wojewódzkich), w szczególności w celu zapoznania ich z produktami wskazanymi we wniosku o przyznanie pomocy oraz zwrócenia uwagi na specyficzne cechy produktu. Dotarcie do konsumenta ma na celu zwiększenie wiedzy w zakresie wysokojakościowej produkcji a tym samym wzrost popytu na te produkty. Powinno to zapewnić zbyt tych produktów, a co za tym idzie podstawę do zwiększenia produkcji. Zaprezentowane w opisie operacji formy promocji pozwolą na przeprowadzenie kompleksowej kampanii reklamowej, realizowanej na wielu płaszczyznach. Formy reklamy będą się wzajemnie uzupełniać, co pozwoli na dotarcie do dużej grupy osób. Każda z osób będzie miała możliwość zetknięcia się z różnymi rodzajami reklamy, co zdecydowanie wpłynie na zwiększenie intensywności przekazu reklamowego.

#### 4. ZAKRES OPERACJI

Operacja obejmuje przeprowadzenie kampanii reklamowej następujących produktów:

- BOCZEK NATURALNIE DOBRY,
- KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA,
- KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA,
- PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE,
- KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE,
- SZYNKA NATURALNIE DOBRA,
- SCHAB NATURALNIE DOBRY,
- PASZTET NATURALNIE DOBRY,
- PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE,
- ŁOPATKA WIEPRZOWA,
- SZYNKA WIEPRZOWA,
- KASZA GRYCZANA BIAŁA

#### 5. KOSZTY REALIZACJI OPERACJI

##### 5. KOSZTY REALIZACJI OPERACJI

Lp.	Kanał przekazu	Wartość netto PLN	Wartość brutto PLN
1	Telewizja	160 000,00	196 800,00
2	Radio	84 000,00	103 320,00
3	Internet	84 000,00	103 320,00
4	Prasa	36 000,00	44 280,00
5	Marketing bezpośredni	888 300,00	1 092 609,00
6	Pokazy	143 988,00	154 660,00
7	Degustacje	323 067,10	365 157,10
8	Publikacje	63 000,00	77 490,00
9	Inne kanały przekazu	647 500,00	796 425,00
<b>Razem</b>		<b>2 429 855,10</b>	<b>2 934 061,10</b>



Poniżej szczegółowy zakres kampanii reklamowej:

#### REKLAMA TELEWIZYJNA

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Spot telewizyjny 15s</b>					
II	2.1.1	Przygotowanie scenariusza spotu TV 15 sek.- rozliczenie złożonego projektu	szt.	10	-
II	2.1.2	Produkcja spotów TV 15 sek	szt.	10	-
II	2.1.4	Emisja spotu TV	szt.	100	-
<i>W ramach zadania zostanie przygotowanych 10 spotów reklamowych promujących produkty objęte kampanią w różnych ujęciach (m.in. spot z produktami dla dzieci, spot świąteczny).</i>					
<b>RAZEM</b>					<b>160 000,00</b>

#### REKLAMA RADIOWA

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Spot radiowy 30s</b>					
II	2.2.1	Przygotowanie scenariusza spotu radiowego 30 sek- rozliczenie złożonego projektu	szt.	3	-
II	2.2.2	Produkcja spotów 30 sek	szt.	3	-
II	2.2.3	Emisja spotu w radio	szt.	1000	-
<b>RAZEM</b>					<b>84 000,00</b>
<i>Zadania obejmują przygotowanie i emisję spotu reklamowego o długości 30s. Spot zostanie nagrany w profesjonalnym studiu przy udziale profesjonalnych lektorów.</i>					

#### REKLAMA INTERNETOWA

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Dedykowana strona internetowa</b>					
I	1.1.1	Przygotowanie projektu rozbudowy dedykowanej strony internetowej- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.1.2	Hosting i zarządzanie dedykowaną stroną internetową	m-ce	6	-
II	2.3.1	Hosting i zarządzanie dedykowaną stroną internetową	m-ce	6	-
<i>Dedykowana strona internetowa pod adresem <a href="http://www.dobreizcertyfikatemqafp.com.pl">www.dobreizcertyfikatemqafp.com.pl</a> została przygotowana do poprzedniej kampanii. W ramach tego zadania planowane jest utrzymanie dedykowanej strony internetowej i przedłużenie jej hostingu o kolejne 12 miesięcy. Nastąpiłaby rozbudowa strony o zakładkę z Produktami z aktualnej kampanii oraz nowe przepisy na potrawy z wykorzystaniem produktów objętych kampanią (zdjęcia tych potraw zostaną przygotowane w ramach zadania - sesji zdjęciowej) Zostaną także zaktualizowane treści i banery reklamowe pojawiające się na stronie.</i>					
<b>Reklama w Social Mediach</b>					
I	1.1.3	Przygotowanie projektu dedykowanego profilu kampanii na Facebook- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.1.4	Przygotowanie grafiki i postu do publikacji na Facebook- rozliczenie złożonego projektu	szt.	24	-
I	1.1.5	Zarządzanie profilem na Facebook	m-ce	6	-
II	2.3.2	Przygotowanie grafiki i postu do publikacji na Facebook- rozliczenie złożonego projektu	szt.	24	-
II	2.3.3	Zarządzanie profilem na Facebook	m-ce	6	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie dedykowanego profilu kampanii na Facebooku oraz zarządzanie tym kanałem przez okres trwania kampanii, a także przygotowywanie atrakcyjnych treści i grafik celem promowania produktów objętych kampanią. W ciągu 12 miesięcy zostanie przygotowanych min. 48 postów opatrzonych grafiką.</i>					

Reklama banerowa					
II	2.3.4	Przygotowanie projektu internetowego baneru- rozliczenie złożonego projektu	szt.	2	-
II	2.3.5	Emisja banerów internetowych	ilość wyświetleń	200 000	-
<i>Zadania obejmują przygotowanie projektu i emisję banerów reklamowych w internecie. Na potrzeby kampanii zostaną przygotowane 2 projekty banerów o różnych formatach. Banery będą wyświetlały się osobom pasującym do grupy docelowej. Po kliknięciu w baner użytkownicy będą odsyłani na dedykowaną stronę internetową. Banery będą miały formę dynamiczną (z ruchomymi elementami).</i>					
<b>RAZEM</b>					<b>84 000,00</b>

#### REKLAMA PRASOWA

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Reklamy prasowe</b>					
I	1.2.1	Przygotowanie projektu reklamy prasowej- rozliczenie złożonego projektu	szt.	3	-
I	1.2.2	Emisja reklamy banerowej w prasie	szt.	6	-
<b>RAZEM</b>					<b>36 000,00</b>
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i emisję reklamy banerowej w prasie. Zakładane formaty reklamy: 1/4 lub 1/2 strony.</i>					

#### MARKETING BEZPOŚREDNI

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Plakaty reklamowe</b>					
I	1.3.1	Przygotowanie projektu plakatu format B1- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
I	1.3.3	Przygotowanie projektu plakatu format B2- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
I	1.3.2	Wydruk plakatów format B1	szt.	600	-
I	1.3.4	Wydruk plakatów format B2	szt.	600	-
II	2.4.1	Przygotowanie projektu plakatu format B1- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
II	2.4.3	Przygotowanie projektu plakatu format B2- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
II	2.4.2	Wydruk plakatów format B1	szt.	600	-
II	2.4.4	Wydruk plakatów format B2	szt.	600	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję plakatów reklamowych. Plakat format B1 ma wymiary 680 x 980 mm. Plakat format B2 ma wymiary: 480 x 680 mm. Wydruk plakatów na papierze o gramaturze 130g, kreda błysk.</i>					
<b>Ulotki reklamowe</b>					
I	1.3.5	Przygotowanie projektu ulotki reklamowej format A5- rozliczenie złożonego projektu	szt.	3	-
I	1.3.6	Wydruk ulotek reklamowych format A5	szt.	10000	-
II	2.4.5	Przygotowanie projektu ulotki reklamowej format A5- rozliczenie złożonego projektu	szt.	3	-
II	2.4.6	Wydruk ulotek reklamowych format A5	szt.	10000	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję ulotek format A5 ma wymiary: 148 x 210 mm. Wydruk ulotek na papierze o gramaturze 130g, kreda błysk.</i>					

<b>Potykanie reklamowe</b>					
I	1.3.7	Przygotowanie projektu potykania reklamowego- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.8	Produkcja potykanek reklamowych	szt.	100	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję potykanek reklamowych. Potykanie aluminiowe z obciążnikiem, dwustronne, stabilne, odporne na wiatr i inne warunki atmosferyczne. Potykanie będą wykorzystywane przy okazji wydarzeń związanych z promocją promowanych produktów (pokazy, degustacje) oraz będą umieszczone przed sklepami firmowymi oraz wewnątrz sklepów.</i>					
<b>Koszulka polo</b>					
I	1.3.9	Przygotowanie projektu koszulki polo- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.10	Produkcja koszulek polo	szt.	1200	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję koszulki polo z kołnierzykiem. Koszulka polo premium wykonana w 100% z bawełny o gramaturze 180g. Bardzo miękki i miły materiał. Zapinana na guziki. Koszulki w pełnej rozmiarówce od rozm. S do 6XL. Koszulki będą wydawane pracownikom sklepów firmowych Lidera Konsorcjum, aby promować produkty oraz systemy jakości. Będą także stanowiły gadżet wydawany podczas pokazów uczestnikom pokazów.</i>					
<b>Fartuszek kuchenny</b>					
I	1.3.11	Przygotowanie projektu fartuszka kuchennego- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.12	Produkcja fartuszków reklamowych	szt.	1500	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie i produkcję fartuszków reklamowych. Materiał: 100% bawełna, gramatura: 320 g/m<sup>2</sup>, wymiary: ok. 72 x 86 cm. Fartuszki reklamowe będą przekazane pracownikom Lidera Konsorcjum, aby np. w sklepach firmowych promować produkty i systemy jakości. Dodatkowo będą rozdawane podczas wydarzeń związanych z promocją produktów, tj. pokazy.</i>					
<b>Bluza polarowa</b>					
I	1.3.13	Przygotowanie projektu bluzy polarowej - rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.14	Produkcja bluz polarowych	szt.	1200	-
<i>Zadania obejmują przygotowanie i produkcję bluz reklamowych. Materiał: polar, różne rozmiary. Materiały reklamowe będą rozdawane podczas wydarzeń związanych z promocją produktów, tj. pokazy, degustacje. Dodatkowo wskazane materiały reklamowe będą przekazane pracownikom Lidera Konsorcjum, aby np. w sklepach firmowych promować produkty i systemy jakości.</i>					

<b>Nakrycia głowy</b>					
I	1.3.15	Przygotowanie projektu nakrycia głowy- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.16	Produkcja nakryć głowy	szt.	1200	-
<i>Zadania obejmują przygotowanie nakrycia głowy (furażerki lub opaski). Materiał: 100% bawełna. Nakrycia głowy będą przekazane pracownikom Lidera Konsorcjum, aby np. w sklepach firmowych promować produkty i systemy jakości.</i>					
<b>Kubki reklamowe</b>					
I	1.3.17	Przygotowanie projektu kubka reklamowego- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.18	Produkcja kubków reklamowych	szt.	1000	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję kubków reklamowych. Kubek ceramiczny o pojemności 300 ml pokryty specjalną warstwą pod sublimację. Na kubku zostanie naniesiony projekt graficzny. Kubki będą rozdawane klientom podczas pokazów za udział w konkursach wiedzy na temat QAFP oraz podczas degustacji.</i>					
<b>Podkładki korkowe pod kubek</b>					
I	1.3.19	Przygotowanie projektu podkładki korkowej pod kubek- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
I	1.3.20	Produkcja podkładek pod kubek	szt.	5000	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję podkładek pod kubki reklamowe. Podkładki wykonane z korka, górna warstwa powleczona papierem o gramaturze min. 180 g o wymiarach 9x9 cm. Podkładki będą rozdawane klientom podczas pokazów za udział w konkursach wiedzy na temat QAFP oraz podczas degustacji.</i>					
<b>Torby termiczne</b>					
I	1.3.21	Przygotowanie projektu torby termoizolacyjnej do przechowywania żywności- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.22	Produkcja toreb termicznych	szt.	10000	-
<i>Zadanie obejmuje przygotowanie projektu oraz produkcję toreb termoizolacyjnych. Torba termoizolacyjna foliowa o wymiarach ok. 44cm x 47cm i pojemności 30l. Utrzymuje ciepło lub zimno potraw aż do 2 godzin. Na torbie zostanie umieszczony nadruk zgodnie z projektem. Torby będą rozdawane klientom sklepów firmowych Lidera Konsorcjum oraz rozdawane na pokazach i degustacjach jako forma promocji produktów i systemów jakości.</i>					

Szkłana butelka					
I	1.3.23	Przygotowane projektu szklanej butelki z drewnianą pokrywką, pojemność 500 ml.- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.24	Produkcja szklanych butelek z drewnianą pokrywką, pojemność 500 ml	szt.	500	-
Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję szklanej butelki do wody. Szklana butelka wysokiej jakości z drewnianą pokrywką. Pojemność: 500 ml. Szczelne zamknięcie. Butelka będzie oznakowana zgodnie z projektem. Butelki będą rozdawane na pokazach i degustacjach jako forma promocji produktów i systemów jakości.					
Notesy magnetyczne na lodówkę					
I	1.3.25	Przygotowanie projektu notesu magnetycznego na lodówkę- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.26	Produkcja notesów magnetycznych na lodówkę	szt.	5000	-
Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję notesu magnetycznego na lodówkę. Notes o wymiarach ok. 10x15 cm z możliwością wydruku własnego projektu. Notesy będą rozdawane na pokazach i degustacjach jako forma promocji produktów i systemów jakości.					
Torby reklamowe BIOdegradowalne					
I	1.3.27	Przygotowane projektu torby reklamowej BIOdegradowalnej- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.3.28	Produkcja toreb reklamowych biodegradowalnych	szt.	200000	-
Torebki-BIO o grubości ok. 15 mikrometrów z nadrukiem o wymiarach (30x2x8x50+/-5%)cm, do pakowania lekkich produktów (do 1-1,5kg) na rolce o minimalnej grubości 12-13 mikrometrów. Torebki o grubości ok 15mikr zwalniają z naliczania opłaty recyklingowej przy sprzedaży w nich produktów spożywczych luzem bez opakowań własnych producenta oraz z prowadzenia ewidencji jak przy reklamówkach z tworzyw sztucznych. Torby będą rozdawane jako gratis do zakupów dla klientów w sklepach firmowych Lidera Konsorcjum jako forma promocji produktów oraz systemów jakości.					
Papier do pakowania wędlin					
II	2.4.7	Przygotowane projektu papieru do pakowania wędlin- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
II	2.4.8	Produkcja papieru do pakowania wędlin	szt.	20000	-
Zadanie obejmuje przygotowanie projektu i produkcję reklamowego papieru do pakowania wędlin. Papier dzielony na arkusze o wymiarach 700x440 mm. Gramatura papieru ok. 40g, pokryty specjalną powłoką, która przyczynia się do lepszego przechowywania wędlin.					
<b>RAZEM</b>					<b>888 300,00</b>

#### POKAZY

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Pokaz</b>					
II	2.5.1	Przygotowanie projektu stoiska pokazowego- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
II	2.5.2	Produkcja stoiska pokazowego	szt.	1	-
II	2.5.3	Wynagrodzenie dla kucharza	h	30	-
II	2.5.4	Wynagrodzenie dla hostess	h	40	-
II	2.5.5	Naczynia jednorazowe do wydawania produktów	szt.	15000	-
II	2.5.6	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- boczki naturalnie dobre- 33,45 zł/kg	kg	300	-
II	2.5.7	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kiełbasa schabowa naturalnie dobra- 20,31 zł/kg	kg	300	-
II	2.5.8	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kiełbasa naturalnie dobra- 21,28 zł/kg	kg	300	-
II	2.5.9	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- parówczaki naturalnie dobre- 20,77 zł/kg	kg	200	-
II	2.5.10	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kabanosiki naturalnie dobre- 71,80 zł/kg	kg	500	-
II	2.5.11	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- szynka naturalnie dobra- 31,31 zł/kg	kg	100	-
II	2.5.12	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- schab naturalnie dobry- 33,90 zł/kg	kg	100	-



II	2.5.13	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- pasztet naturalnie dobry- 12,97 zł/kg	kg	100	-
II	2.5.14	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- parówki z szynki naturalnie dobre- 22,47 zł/kg	kg	200	-
II	2.5.15	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- łopatka wieprzowa- 14,28 zł/kg	kg	750	-
II	2.5.16	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- szynka wieprzowa- 16 zł/kg	kg	750	-
<b>RAZEM</b>					<b>143 988,00</b>

*Pokaz kulinarny z użyciem foodtrucka do degustacji oraz stoiska pokazowego przygotowanego w ramach poprzedniej kampanii, z materiałami zaktualizowanymi o nowe produkty kampanii. Wymiary stoiska: długość 500 cm, szerokość 300 cm. Konstrukcja drewniana przygotowana z heblowanych belek z sosny 9x9cm. Tylne ściany zabudowane konstrukcją meblową z lightboxem, umożliwiającym wyświetlanie materiałów reklamowych. Stoisko zawierać będzie również aneks meblowy na kółkach z blatem roboczym. Na potrzeby obecnej kampanii zostaną wymienione następujące części stoiska:*

- obudowa lady - zabudowa drewniana z elementami z zielonym mchem, stylistyka dopasowana do nowej kampanii zgodnie z projektem,
- ledon na nowy ledon z nazwą kampanii. Wymiary ledonu: wymiar ok. 180x26 cm, oświetlony technologią LED, frezowany pod kształt,
- plansze informacyjne z nazwami produktów objętych nową kampanią,
- zostanie wynajęty sprzęt niezbędny do przeprowadzenia pokazu kulinarnego- przykładowo: lada chłodnicza o szer. 120 cm, grill gazowy np. firmy Broil King oraz patelnia elektryczna.

*W II etapie odbędą się 4 pokazy. Pokazy będą się odbywały w miejscach ogólnie dostępnych (w okolicach sklepów Lidera Konsorcjum). W zakres pracy kucharza wchodzi: przygotowanie receptury/ przepisu autorskiego na przygotowanie produktów objętych kampanią, przygotowania do przeprowadzenia pokazu, ustalenie szczegółów i harmonogramu prac, w trakcie pokazu grillowanie/ przygotowywanie potraw na żywo, opowiadanie o sposobie przygotowania potraw, produktach z certyfikatem QAFF oraz zaletach żywności oznaczonej certyfikatem QAFF, porcjowanie, nakładanie i wydawanie przygotowanych potraw uczestnikom pokazu*

*Na wynagrodzenie dla kucharza składa się zapłata za prace przygotowawcze do pokazu, m.in. przygotowanie przepisów, przygotowanie scenariusza przebiegu pokazu, przygotowanie produktów na poka (w sumie 10 godzin) oraz zapłata za udział w pokazie i przygotowanie potraw (w sumie 20 godzin, po 5 godzin w trakcie każdego pokazu- łącznie 30 godzin pracy). W każdym pokazie będą uczestniczyły 2 hostessy. Każda z nich będzie pracowała 5 godzin podczas każdego pokazu. Łącznie: 4 pokazy x 2 hostessy x 5 godzin= 40 godzin pracy. Zakres prac hostess podczas pokazu: przygotowanie produktów (rozpakowanie, pokrojenie i przygotowanie porcji degustacyjnych oraz pokrojenie produktów do podgrzewania), przygotowanie stoiska pokazowego (m.in. ułożenie produktów w ladzie, uruchomienie sprzętów, ułożenie gadżetów, próbek, ulotek) częstowanie klientów produktami podczas trwania pokazu, opowiadanie o zaletach produktów z certyfikatem QAFF, wydawanie próbek produktów oraz gadżetów, rozdawanie ulotek klientom, zachęcanie do udziału w pokazie i ewentualnych konkursach, sprzątnięcie stoiska pokazowego, spakowanie gadżetów i produktów. W skład zestawu naczyń jednorazowych wchodzić będą: talerzyk papierowy lub tacka oraz sztuczne drewniane lub plastikowe. Na każdym pokazie zostanie wydane ok. 3 tys porcji różnych produktów (średnia waga 1 porcji ok. 200-250g) oraz 3 tys. próbek produktów zapakowanych hermetycznie w opakowania po ok. 100g.*

#### DEGUSTACJE

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Degustacje</b>					
II	2.6.1	Przygotowanie projektu oznaczenia reklamowego foodtrucka do przeprowadzenia degustacji- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
II	2.6.2	Wynajęcie foodtrucka do przeprowadzenia degustacji	m-ce	6	-
II	2.6.3	Oklejenie foodtrucka zgodnie z projektem	szt.	1	-
II	2.6.4	Wynagrodzenie dla kierowcy foodtrucka	h	500	-
II	2.6.5	Wynagrodzenie dla hostess prowadzących degustację	h	600	-
II	2.6.6	Wynagrodzenie dla kucharza przygotowującego potrawy	h	300	-
II	2.6.7	Naczynia jednorazowe: talerze, widelce, noże (cena za komplet)	szt.	5 000	-
II	2.6.8	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- boczek naturalnie dobry- 33,45 zł/kg	kg	300	-
II	2.6.9	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kiełbasa schabowa naturalnie dobra- 20,31 zł/kg	kg	700	-
II	2.6.10	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kiełbasa naturalnie dobra- 21,28 zł/kg	kg	700	-
II	2.6.11	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- parówczaki naturalnie dobre- 20,77 zł/kg	kg	500	-
II	2.6.12	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- kabanosiki naturalnie dobre- 71,80 zł/kg	kg	800	-
II	2.6.13	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- szynka naturalnie dobra- 31,31 zł/kg	kg	310	-
II	2.6.14	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- schab naturalnie dobry- 33,90 zł/kg	kg	310	-

II	2.6.15	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- paszтет naturalnie dobry- 12,97 zł/kg	kg	300	-
II	2.6.16	Koszt produktów własnych- koszt wytworzenia bez marży- parówki z szynki naturalnie dobre- 22,47 zł/kg	kg	400	-
<b>RAZEM</b>					<b>323 067,10</b>
<p><i>Degustacje z użyciem foodtrucka będą odbywać się w okolicach sklepów firmowych Lidera Konsorcjum. W ramach kampanii odbędzie się 40 degustacji, które będą odbywać się w dni weekendowe (piątek i sobotę). W czasie trwania II etapu występuje 26 weekendów. Planuje się, że foodtruck będzie wykorzystany przez 20 weekendów (6 dodatkowych weekendów traktowanych jest jako weekendy zapasowe, na wypadek niemożliwości przeprowadzenia degustacji w danym terminie, np. ze względów pogodowych, osobowych czy losowych). W ramach zadania Wynagrodzenie dla kierowcy foodtrucka uwzględniono średni czas pracy na jedną degustację- 12,5 godziny: przygotowanie auta do transportu oraz spakowanie niezbędnych materiałów, produktów (ok. 15 min), dojazd na miejsce degustacji (ok. 2,5 h), rozpakowanie stoiska degustacyjnego, produktów w miejscu degustacji (ok. 0,5h), czas trwania degustacji wraz z czasem na jej przygotowanie (ok. 6 h), spakowanie stoiska degustacyjnego, produktów itp. (o. 0,5h), droga powrotna (ok. 2,5 h), rozpakowanie auta (ok. 15 min). W każdej degustacji wezmą udział 2 hostessy. Czas pracy każdej hostessy wynosi 7,5 godzin podczas każdej degustacji. Zakres prac hostess podczas degustacji: przygotowanie produktów do degustacji (rozpakowanie, pokrojenie i przygotowanie porcji degustacyjnych oraz pokrojenie produktów do podgrzewania), przygotowanie stoiska degustacyjnego (m.in. uruchomienie sprzętów, ułożenie gadżetów, próbek, ulotek), częstowanie Klientów produktami podczas trwania degustacji, opowiadanie o zaletach produktów z certyfikatem QAFP, wydawanie próbek produktów oraz gadżetów, rozdawanie ulotek klientom, zachęcanie do udziału w degustacji, sprzątnięcie stoiska degustacyjnego, spakowanie gadżetów i produktów. W zakres pracy kucharza wchodzi: przygotowanie receptury/ przepisu autorskiego na przygotowanie produktów objętych kampanią, przygotowania do przeprowadzenia degustacji, ustalenie szczegółów i harmonogramu prac, w trakcie degustacji przygotowywanie potraw na żywo, opowiadanie o sposobie przygotowania potraw oraz zaletach żywności oznaczonej certyfikatem QAFP, porcjowanie, nakładanie i wydawanie przygotowanych potraw uczestnikom degustacji. Wynagrodzenie dla kucharza obejmuje zapłatę za prace przygotowawcze do degustacji, m.in. przygotowanie przepisów, przygotowanie harmonogramu degustacji, przygotowanie produktów na degustację (łącznie 20 godzin) oraz zapłatę za udział w degustacji i przygotowanie potraw podczas degustacji. Czas pracy 7 h podczas każdej degustacji, czyli 7h x 40 degustacji = 280 godzin. Udział w degustacjach 280 h + przygotowanie do degustacji 20 h = 300 godzin. W skład zestawu naczyń jednorazowych wchodzić będą: talerzyk papierowy lub tacka papierowa oraz sztuczne drewniane lub plastikowe. W ramach degustacji wydawanych jest ok. 300 porcji produktów o średniej wadze ok. 80-100g oraz ok. 300 próbek produktów hermetycznie zapakowanych o wadze ok. 100g.</i></p>					

#### PUBLIKACJE

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Książeczka do kolorowania dla dzieci</b>					
I	1.4.1	Przygotowanie projektu książeczki do kolorowania dla dzieci- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.4.2	Wydruk książeczek do kolorowania dla dzieci	szt.	10000	-
<p><i>Książeczka dla dzieci z informacjami o produktach w ramach kampanii oraz obrazkami do kolorowania. Książeczka w formacie A4 o wymiarach: 210x297 mm zawiera 12 stron + okładka, Okładka offset 250 g, Środek: papier offset 140g</i></p>					
<b>Broszura informacyjna</b>					
I	1.4.3	Przygotowanie projektu broszury informacyjnej z opisami produktów - rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.4.4	Wydruk broszur informacyjnych	szt.	1000	-
<p><i>Broszura format A4 o wymiarach 210x297 mm wydrukowana na papierze o gramaturze 300 g kreda mat, ilość stron 4.</i></p>					
<b>RAZEM</b>					<b>63 000,00</b>

#### INNE KANAŁY PRZEKAZU

Etap	Nr zadania	Nazwa zadania	Jedn.	Ilość	Wartość netto
<b>Wyświetlanie spotów w punktach sprzedaży na TV</b>					
II	2.1.3	Przeferwamentowanie plików ze spotu TV na spot do wyświetlania na TV w punktach sprzedaży	szt.	10	-
<p><i>W ramach zadania będzie odbywała się emisja spotów 15 sek przygotowanych w kanale Telewizja. Wyprodukowane spoty zostaną przeformatowane i dostosowane do możliwości wyświetlania ich na monitorach TV w punktach sprzedaży Lidera Konsorcjum.</i></p>					
<b>Reklama outdoor- billboard, citylight</b>					
I	1.5.1	Przygotowanie projektu reklamy na billboardach- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
I	1.5.3	Przygotowanie projektu reklamy na citylight- rozliczenie złożonego projektu	szt.	4	-
I	1.5.2	Emisja reklamy na billboardach	szt.	50	-

I	1.5.4	Emisja reklamy na citylight	szt.	50	-
II	2.7.1	Przygotowanie projektu reklamy na billboardach- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
II	2.7.3	Przygotowanie projektu reklamy na citylight- rozliczenie złożonego projektu	szt.	5	-
II	2.7.2	Emisja reklamy na billboardach	szt.	50	-
II	2.7.4	Emisja reklamy na citylight	szt.	50	-
<p><i>W ramach zadania zostanie przygotowany projekt oraz odbędzie się emisja reklam. Emisja reklam będzie odbywać się na następujących nośnikach: billboard 12m2, citylight o wymiarach 120*80 cm. Łącznie w trakcie całej kampanii zostanie użyte 200 nośników.</i></p>					
<b>Reklama outdoor- banery reklamowe</b>					
II	2.7.5	Przygotowanie projektu banerów reklamowych- rozliczenie złożonego projektu	szt.	10	-
II	2.7.6	Wydruk banerów reklamowych wraz z montażem w 30 lokalizacjach	szt.	30	-
<p><i>W ramach zadania zostanie przygotowany projekt oraz odbędzie się emisja reklam. Emisja reklam będzie odbywać się w 30 lokalizacjach w okolicy sklepów firmowych Lidera Konsorcjum. Wielkość banera zostanie dopasowana do powierzchni w danej lokalizacji. W sumie zostanie wydrukowane ok. 150 m2 banerów reklamowych.</i></p>					
<b>Ścianki reklamowe</b>					
I	1.6.3	Przygotowanie projektu ścianek reklamowych- rozliczenie złożonego projektu	szt.	3	-
I	1.6.4	Produkcja ścianek reklamowych	szt.	3	-
<p><i>Zadania obejmują przygotowanie i produkcję ścianek reklamowych. Format 100 cm x200, materiał blackout 440g. Ścianki reklamowe będą wykorzystywane w sklepach firmowych podczas przeprowadzania degustacji oraz podczas pokazów. Ścianki będą transportowane pomiędzy miejscami degustacji.</i></p>					
<b>Key visual kampanii i sesja zdjęciowa produktów</b>					
I	1.6.1	Key visual kampanii- rozliczenie złożonego projektu	szt.	1	-
I	1.6.2	Sesja zdjęciowa produktów (packshoty + zdjęcia stylizowane + zdjęcia potraw)	szt.	1	-
<p><i>W ramach zadania zostanie wykonany key visual kampanii oraz przeprowadzona sesja zdjęciowa produktów. Przygotowanie key visual kampanii obejmuje zbudowanie strategii komunikacyjnej, wyodrębnienie grup docelowych oraz dobranie treści/claimów, sposobu komunikacji do odbiorców kampanii. Przygotowanie projektów grafik oraz treści i layoutów, wykorzystanych w komunikacji podczas trwania kampanii. Po wyborze koncepcji zostanie przygotowana sesja zdjęciowa, podczas której wykonane zostaną wszystkie niezbędne zdjęcia do przygotowania grafik i materiałów oraz packshoty produktów promowanych w ramach kampanii. Sesja zdjęciowa obejmuje przygotowanie zdjęć oraz packshotów każdego produktu, a także zdjęć stylizowanych oraz zdjęć potraw z użyciem produktów z kampanii. Każdy produkt będzie miał min. jeden packshot oraz min. 2 zdjęcia stylizowane. W sumie zostanie przygotowanych min. 12 packshotów, min. 24 zdjęcia stylizowane. Zostanie też wykonane min. 10 zdjęć wspólnych produktów z danej kategorii np. zdjęcie 2 produktów dla dzieci.</i></p>					
<b>RAZEM</b>					<b>647 500,00</b>

<b>RAZEM:</b>	<b>2 429 855,10</b>
---------------	---------------------

## 6. LICZBA I RODZAJ KANAŁÓW PRZEKAZU

6. LICZBA I RODZAJ KANAŁÓW PRZEKAZU:	Wartość wskaźnika realizacji operacji (liczba):
telewizja	1
radio	2
internet	6
prasa	2
marketing bezpośredni (plakaty, ulotki, potykaçy, koszulki polo, fartuszki, bluzy, nakrycia głowy, kubki, podkładki, torby termiczne, butelki szklane, notesy magnetyczne, torby biodegradowalne, papier do pakowania wędlin )	14
udział w targach	0
pokazy	4
degustacje	40
publikacje (książeczka do kolorowania, broszura informacyjna)	2
inne kanały przekazu, (Key Visual, billboardy, citylighty, banery):	4

## 7. ZASIĘG TERYTORIALNY

### Obszar co najmniej dwóch województw RP:

zachodnio-pomorskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie, lubuskie, wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, mazowieckie, podlaskie, łódzkie, świętokrzyskie, lubelskie, dolnośląskie, opolskie, śląskie, małopolskie, podkarpackie.

### Obszar wykraczający poza terytorium RP

(rynek wewnętrzny UE)

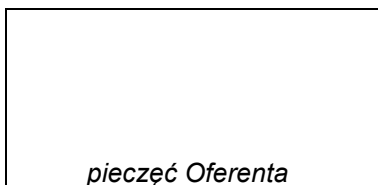
Niemcy (internet)

## 8. HARMONOGRAM PLANOWANEJ OPERACJI

Operacja będzie trwała 316 dni i będzie realizowana w dwóch etapach.

<sup>a</sup> Etap, w ramach którego realizowane są zadania (nr etapu)	<sup>e</sup> Data rozpoczęcia realizacji etapu	<sup>h</sup> Data zakończenia realizacji etapu	Czas trwania etapu podany w dniach
1	2	3	4
I	20.11.2023	31.03.2024	133
II	01.04.2024	30.09.2024	183





pieczęć Oferenta

Zamawiający:

Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks”  
Karol Chachulski Wincenty Chachulski spółka jawna

adres do składania ofert: **Patoki 23, 98-170 Widawa**

### FORMULARZ OFERTOWY

#### Dane Oferenta - Wykonawcy:

nazwa: .....

adres siedziby:.....

adres-mail:.....

nr NIP: ..... nr KRS .....

adres korespondencyjny jeśli jest inny niż adres siedziby:

.....

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe z dnia 22.08.2023 r. w ramach projektu - Operacji pt.: „Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYCZANA BIAŁA) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego) w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 składam/y niniejszą ofertę oświadczając, że akceptuję/my w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jego załącznikami.

1. Oferuję/my wykonanie całości przedmiotu zamówienia, zgodnie z postanowieniami w/w Zapytania Ofertowego, za cenę:

**CENA netto** ....., ..... **PLN** słownie złotych:

.....

.....

2. Oświadczam/y, że niniejsza oferta obejmuje całość przedmiotu zamówienia i jest sporządzona zgodnie z w/w Zapytaniem Ofertowym, w tym opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku nr 1 do w/w Zapytania Ofertowego oraz jej zakres odpowiada przedmiotowi zamówienia określone w w/w Zapytaniu ofertowym.
3. **Oczekiwany przez Oferenta jeden z systemów płatności** – wymienionych w części XI Kryterium K<sub>2</sub> niniejszego Zapytania: .....  
.....
4. Oświadczam/y, że wykonam/y całość w/w przedmiotu zamówienia w terminie określonym w Zapytaniu Ofertowym.
5. Oświadczam/y, że oferta jest wiążąca dla Oferenta przez okres ..... dni, liczony od daty ustalonej na składanie ofert. (minimum 60 dni)
6. Oświadczam/my, że przedmiot zamówienia wykonam/y: osobiście/samodzielnie - z udziałem podwykonawców\*.
7. Wykaz części przedmiotu zamówienia, której wykonanie Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy/om – oraz dane podwykonawców:
  - a).....  
.....
  - b) .....  
.....

**Osoba do kontaktów z Zamawiającym:** .....

tel. kontaktowy: ..... e-mail: .....

zakres umocowania/uprawnień:  
.....

Załączniki do Formularza Ofertowego:

- 1) Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji przedmiotu zamówienia,
  - 2) Oświadczenie Nr 1 Oferenta o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu - braku podstaw do odrzucenia oferty wraz ze stosownymi zał.
  - 3) Oświadczenie Nr 2 Oferenta o braku powiązań z Zamawiającym,
  - 4) potwierdzenie wniesienia wadium,
  - 5) materiały reklamowe określone w ust. 3 części VII. (Zawartość oferty) Zapytania,
  - 6) .....
- pełnomocnictwo, w przypadku podpisywania oferty przez pełnomocnika.

Ofertę niniejszą składam/y na ..... kolejno ponumerowanych stronach.

....., dn. \_\_ . \_\_ . 2023 r. ....

\* ) niepotrzebne skreślić

podpis/y osób uprawnionych do składania oświadczeń woli  
w imieniu Oferenta (opatrzone pieczętką/ami imienną/y mi  
lub czytelne opisanie imienia i nazwiska osoby podpisującej)

pieczęć Oferenta

**Oświadczenie Nr 1 Oferenta o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu -  
braku podstaw do odrzucenia oferty**

Składając ofertę w postępowaniu na realizację na zadań w ramach projektu- Operacji **pt.:** „Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY,(...))oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego) w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, zwaną dalej „Operacja” lub „projekt” lub „kampania reklamowa”.

oświadczam/y, że

- 1) posiadam/y status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2023 r., poz. 221 ze zm.) oraz nie podlegam/my wykluczeniu z możliwości realizacji zadań na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnych wyroków sądu;
- 2) posiadam/y niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotem zamówienia oraz dysponuję/my potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania przedmiotu zamówienia niniejszego Zapytania ofertowego, w tym zgodnie z wymogami ust. 1 pkt 2 części VI. Zapytania ofertowego;
- 3) posiadam/my ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej za szkody wynikłe z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę nie niższą niż równowartość w złotych kwoty 2.000.000,00 PLN;
- 4) znajduję/my się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawne i terminowe wykonanie niniejszego przedmiotu zamówienia;
- 5) nie znajduję/my się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości;
- 6) nie zalegam/my z płatnościami składek do ZUS, podatków i opłat do Urzędu Skarbowego;
- 7) nie ma podstaw do odrzucenia niniejszej oferty z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdz. XII „Odrzucenie oferty” Zapytania Ofertowego.

Załączniki do Oświadczenia Nr 1:

- a) Wykaz zrealizowanych kampanii reklamowych,
- b) Zestawienie zrealizowanych wymaganych form reklamy,
- c) Lista pracowników, zleceniobiorców,
- d) aktualna polisa OC
- e) referencje od co najmniej 3 zamawiających,...

....., dn. \_\_ . \_\_ . 2023 r.

.....  
podpis/y osób uprawnionych do składania  
oświadczeń woli w imieniu Oferenta

pieczęć Oferenta

**Oświadczenie Nr 2 Oferenta  
o braku powiązań z Zamawiającym**

Składając ofertę w postępowaniu na realizację zadań w ramach projektu- Operacji **pt.:** „Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYCZANA BIAŁA) oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego) w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, zwaną dalej „Operacją” lub „projekt” lub „kampania reklamowa”.

oświadczam/y, że nie jestem/śmy podmiotem powiązany(m) kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym:

Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania między podmiotem ubiegającym się o przyznanie pomocy (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 Oferentem/Wykonawcą, polegające na:

- a) uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej,
- b) posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji spółki kapitałowej,
- c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika,
- d) pozostawaniu 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,
- e) pozostawaniu z oferentem/wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

....., dn. \_\_ . \_\_ .2023 r.

.....  
podpis/y osób uprawnionych do  
składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta

**Załącznik Nr 5 do Zapytania ofertowego**

**UMOWA NR .....(wzór)**

**z dnia ..... 2023 r.**

zawarta w ....., zwana dalej „Umową”

pomiędzy:

Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe „Kawiks” Karol Chachulski  
Wincenty Chachulski spółka jawna  
zwanym dalej „**Zamawiającym**”,

a

.....  
zwanym dalej „**Wykonawcą**”

Strony uwzględniając m.in. postanowienia:

- 1) ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 2422 ze zm.), zwanej dalej „ustawą”,
- 2) rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 lipca 2016 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach poddziałania „Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 2401 ze zm.); zwanego dalej „rozporządzeniem”;

uzgodniły, co następuje:

**§ 1 – Przedmiot umowy.**

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do realizacji zadań w ramach projektu-Operacji *pt.: „Promocja produktów wytwarzanych przez grupę producentów (BOCZEK NATURALNIE DOBRY, KIEŁBASA SCHABOWA NATURALNIE DOBRA, KIEŁBASA NATURALNIE DOBRA, PARÓWCZAKI NATURALNIE DOBRE, KABANOSIKI NAURALNIE DOBRE, SZYNKA NATURALNIE DOBRA, SCHAB NATURALNIE DOBRY, PASZTET NATURALNIE DOBRY, PARÓWKI Z SZYNKI NATURALNIE DOBRE, ŁOPATKA WIEPRZOWA, SZYNKA WIEPRZOWA, KASZA GRYZANA BIAŁA)* oraz upowszechnienie wiedzy o tych produktach i systemach jakości, w ramach których te produkty zostały wytworzone (System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP- kulinarne mięso wieprzowe, wędliny oraz System rolnictwa ekologicznego), w ramach poddziałania 3.2 Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, w zakresie określonym w Zapytaniu ofertowym oraz w załączniku 1 do niniejszej umowy, zwanych dalej „przedmiotem umowy” lub „przedmiotem zamówienia” lub „Operacją”, w celu realizacji Operacji, w tym osiągnięcia wskaźników określonych w umowie zawartej przez Zamawiającego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR), dotyczącej przedmiotowej Operacji.
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. 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.
4. Wykonawca zobowiązuje się, w toku realizacji przedmiotu Umowy oraz przez okres 5 lat od daty otrzymania przez Zamawiającego płatności końcowej z tytułu realizacji Operacji, do realizacji przedmiotu Umowy, w tym do rozliczenia wykonanych zadań, do stosownego przestrzegania postanowień zawartych w umowie zawartej przez Zamawiającego z KOWR, dotyczącej przedmiotowej Operacji – wyciąg/kopię w/w umowy Zamawiający przekaże Wykonawcy (wzór w/w umowy jest zamieszczony na stronie internetowej KOWR). Zamawiający poinformuje pisemnie Wykonawcę o dacie otrzymania w/w płatności końcowej.

## **§ 2 - Czas trwania.**

1. Termin rozpoczęcia realizacji umowy to dzień podpisania niniejszej Umowy.
2. Termin zakończenia kampanii/Operacji **do 30.09.2024 r.**
3. Jeżeli z jakichkolwiek względów umowa o przyznaniu pomocy na realizację Operacji, o której mowa w § 1 ust.1 zostanie rozwiązana - niniejsza umowa wygasa i Wykonawcy przysługuje od Zamawiającego jedynie wynagrodzenie za odebrane/potwierdzone przez Zamawiającego prace/usługi lub dostarczone materiały.
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 z Wykonawcą w terminie 14 dni od dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania Umowy, z wyłączeniem sytuacji rozwiązania Umowy, o których mowa w § 11 Umowy, udokumentowanych i zaakceptowanych uprzednio przez Zamawiającego kosztów kwalifikowanych, poniesionych do dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy oraz zapłaty należnego wynagrodzenia dla Wykonawcy.

## **§ 3 - Budżet umowy.**

1. Strony ustalają, że budżet przedmiotu umowy wynosi kwotę, *zgodną z ofertą wybranego wykonawcy, nie więcej niż, 2.429.855,10 PLN netto*, (słownie: ..... złotych).

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 Operacji/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 Operacji

#### **§ 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:
  - 1) wykonania zakresu rzeczowego operacji zgodnie z zestawieniem rzeczowo-finansowym operacji, które zawiera załącznik nr 1 do umowy,
  - 2) przedstawianie Zamawiającemu, nie później niż w dacie przedstawiania faktur za dany etap, materiałów potwierdzających wykonanie zadania, tj.:
    - a) materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych opracowanych na potrzeby realizacji operacji, w formie oryginałów (np. ulotki, prasa, gadżety, itp.), a jeżeli ich przekazanie w formie oryginału nie jest możliwe (np. stoiska, plakaty wielkoformatowe itp.) mogą zostać przekazane ich zdjęcia zapisane na płycie CD lub innym nośniku elektronicznym,
    - b) innego materiału dowodowego potwierdzającego realizację zadań;
  - 3) osiągnięcia celu Operacji oraz wskaźników jego realizacji, nie później niż do dnia złożenia przez Zamawiającego wniosku o płatność końcową;
  - 4) spełnienia wymagań określonych odrębnymi przepisami prawa, jeżeli ich spełnienie jest wymagane w odniesieniu do realizowanej Operacji;
  - 5) poinformowania osób trzecich, o których mowa w art. 51 ust. 2 akapit drugi rozporządzenia 809/2014, o obowiązku poddania się przez nich kontroli w zakresie dokumentów handlowych, o których mowa w tym przepisie;
  - 6) informowania i rozpowszechniania, w ramach realizacji przedmiotu umowy w zakresie uzgodnionym z Zamawiającym, informacji o pomocy otrzymanej przez Zamawiającego z EFRROW, zgodnie z przepisami załącznika III do rozporządzenia 808/2014 opisanymi szczegółowo w Księdze wizualizacji znaku Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020, opublikowanej na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, w trakcie realizacji Operacji (kampanii), w terminie od dnia zawarcia umowy;
  - 7) wyraźnego i czytelnego oznakowania materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (w tym przekazów audiowizualnych, stoisk promocyjnych na wystawach, targach itp.), związanych z realizowaną Operacją, zgodnie z przepisami Załącznika III do rozporządzenia 808/2014 opisanymi szczegółowo w Księdze wizualizacji znaku Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020, opublikowanej na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, w trakcie realizacji operacji, 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, w tym w szczególności utrudnień lub braku możliwości realizacji zadań w związku z obowiązywaniem na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii ogłoszonych na podstawie ustawy z dnia 5 grudnia 2008 r. o zapobieganiu oraz zwalczaniu zakażeń i chorób zakaźnych u ludzi w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2 lub wprowadzenia stanu nadzwyczajnego w związku z zakażeniami tym wirusem - o ile będzie obowiązywać w/w stan zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii.

5. Wszystkie projekty materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, scenariuszy spotów tv, radiowych, prezentacji itp.) opracowywane w ramach danego etapu Operacji muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego, a następnie Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (KOWR). Do pojęcia wskazanego wyżej należą również projekty wszelkich zabudów, w tym stoisk targowych, eventów, degustacji, spotów telewizyjnych, odcinków na YouTube. Przy czym Zamawiającemu przysługuje również prawo do wyboru hostess na targi.
6. W celu realizacji postanowień § 4 ust. 5 Wykonawca zobowiązany jest przesłać do akceptacji Zamawiającego komplet projektów materiałów opracowanych w ramach danego etapu operacji łącznie dla wszystkich zadań realizowanych w ramach etapu, w terminie **co najmniej 55 dni** przed datą rozpoczęcia realizacji tego etapu. Przedkładane projekty powinny uwzględniać uwagi Zamawiającego zgłaszane w toku ich opracowywania. *(przedmiotowe zagadnienie będzie przedmiotem szczegółowych uzgodnień pomiędzy Zamawiającym a wybranym Wykonawcą).*

W przypadku niedotrzymania powyższego terminu Wykonawca ponosi ryzyko, że Zamawiający nie uzyska akceptacji KOWR przekazanych projektów materiałów w terminie pozwalającym Wykonawcy na ich realizację lub produkcję.

Akceptacja materiałów, o których mowa w ust. 5, 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.).
7. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do wskazanych w ust. 5 i 6 projektów materiałów, które muszą zostać uwzględnione przez Wykonawcę.

Wykonawca jest zobowiązany przesłać Zamawiającemu wskazane w zdaniu poprzednim projekty z uwzględnionymi uwagami Zamawiającego niezwłocznie po ich wprowadzeniu, ale nie później niż w ciągu 2 dni roboczych od wniesienia uwag przez Zamawiającego.
8. W przypadku wniesienia uwag przez KOWR do projektów materiałów, Wykonawca w terminie nie dłuższym niż 5 dni od dnia otrzymania od Zamawiającego informacji o wyniku dokonanej przez KOWR oceny, przekaże Zamawiającemu poprawione materiały uwzględniające zgłoszone uwagi lub uzasadnienie ich nieuwzględnienia.
9. Wykonawca w terminie nie dłuższym niż **5 dni** od dnia otrzymania od Zamawiającego informacji o wyniku dokonanej przez KOWR oceny poprawionych materiałów, przekaże Zamawiającemu ponownie poprawione materiały



uwzględniające zgłoszone uwagi KOWR/Zamawiającego lub uzasadnienie ich nieuwzględnienia.

10. Brak przedłożenia przez Wykonawcę Zamawiającemu wszystkich projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych w terminie umożliwiającym ich przedłożenie KOWR przed dniem rozpoczęcia realizacji danego etapu skutkuje odmową Zamawiającego wypłaty na rzecz Wykonawcy kosztów danego zadania.
11. 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, w tym w szczególności wytycznych i wskazówek ze strony KOWR lub Komisji Europejskiej, które dotyczą realizacji przedmiotu Umowy.
12. 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 Operacji zgodnie z Umową. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.
13. Wykonawca zobowiązany będzie informować Zamawiającego co najmniej na 30 dni naprzód o tworzeniu spotów reklamowych, czy też innych filmów, jak i tworzeniu wszelkiej innej produkcji telewizyjnej (w tym również na YouTube) i Wykonawca zapewni przedstawicielowi Zamawiającego obecność podczas ww. zdarzeń. Jednocześnie wszelkie działania, tj. w szczególności gadżety, scenariusze, spoty tv oraz inne projekty muszą być zatwierdzone przez Zamawiającego – w formie pisemnej i przedstawione Zamawiającemu przez Wykonawcę co najmniej na 30 dni przed zdarzeniem, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym.
14. Osobami odpowiedzialnymi za kontakt pomiędzy Stronami i upoważnionymi do podejmowania decyzji związanych z wykonaniem przedmiotu umowy, w tym w szczególności do akceptacji projektów materiałów przesłanych przez Wykonawcę, będą:
  - a) ze strony Zamawiającego: ..... (dalej: „**Kierownik Projektu**”),  
adres e-mail .....
  - b) ze strony Wykonawcy:.....

## **§ 5 – Rozliczanie i odpowiedzialność za realizację umowy.**

1. Rozliczanie umowy odbywa się etapami, zgodnie z podpisaną umową pomiędzy Zamawiającym a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. Oprócz wymagań przedstawionych w § 4 niniejszej umowy Wykonawca zobowiązuje się również do przekazania Zamawiającemu:
  - a) tabelarycznego zestawienia płatności rzeczywiście dokonanych za dany etap,
  - b) sprawozdania z przeprowadzonych działań w ramach Operacji za dany etap w terminie nie później niż 7 dni po zakończeniu danego etapu. Sprawozdania,

o których mowa powyżej, będą przedstawione zgodnie ze wzorem udostępnionym przez Zamawiającego.

2. Razem z zestawieniem wydatków o którym mowa w ust. 1 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.

Wszystkie te dowody, o których mowa w niniejszym ustępie zobowiązany jest Wykonawca przekazać Zamawiającemu w terminie nie później niż 7 dni po zakończeniu danego etapu. Niniejszy zapis w żadnym razie nie zmienia Zasad płatności, o których mowa w § 6.

3. W ramach dokumentów i materiałów składanych za ostatni etap realizacji Operacji Wykonawca jest zobowiązany złożyć sprawozdanie z realizacji całości przedmiotu umowy, zgodnie ze wzorem udostępnionym przez Zamawiającego (sprawozdanie konieczne do złożenia przez Zamawiającego wniosku o płatność końcową).
4. W przypadku zrealizowania przez Wykonawcę zadania, określonego w załączniku nr 1 do umowy, po przekroczeniu terminu wskazanego dla danego etapu w załączniku nr 1 do umowy, Zamawiający nie zwraca Wykonawcy kosztów danego zadania (nie uznaje i nie dokonuje płatności faktur dotyczących danego zadania).
5. W przypadku gdy Zamawiający, KOWR lub inny podmiot odpowiedzialny za kontrolę prawidłowości realizacji działań stwierdzi, że umowa lub poszczególne działania zostały nienależycie wykonane przez Wykonawcę, to Wykonawca zobowiązuje się do zwrotu Zamawiającemu odpowiednio:
  - 1) całości wszystkich należności pieniężnych otrzymanych od Zamawiającego w związku z Umową jeżeli zostanie stwierdzone nienależyte wykonanie całej Umowy lub jej części skutkującej odmową KOWR wypłaty Zamawiającemu całości pomocy.
  - 2) części należności pieniężnych otrzymanych od Zamawiającego w związku z Umową dotyczących stwierdzonych nienależycie wykonanych działań w ramach Umowy.
6. W przypadku nie uznania przez KOWR kosztów Operacji 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.
7. Postanowienia ust. 5 i 6 nie wyłączają możliwości dochodzenia od Wykonawcy kar umownych oraz roszczeń odszkodowawczych od Wykonawcy przez Zamawiającego na zasadach ogólnych.
8. Skutkiem przedłożenia przez Wykonawcę fałszywego dowodu (podrobionych, przerobionych, nierzetelnych lub stwierdzających nieprawdę dokumentów lub

oświadczeń) poniesienia kosztu lub innego fałszywego dowodu realizacji przedmiotu umowy przedkładanego następnie przez Zamawiającego dla KOWR w celu otrzymania pomocy w ramach Operacji może być odmowa ze strony KOWR wypłaty pomocy Zamawiającemu oraz konieczność zwrotu przez Zamawiającego dotychczas otrzymanych pomocy, a ponadto wykluczenie Zamawiającego z takiego samego środka lub rodzaju operacji w roku kalendarzowym, w którym stwierdzono niezgodność oraz w kolejnym roku kalendarzowym.

W przypadku gdy powyższe wyniknie z przyczyn Wykonawcy, Wykonawca jest zobowiązany do zrekompensowania Zamawiającemu wysokości w/w kwot szkody, w tym kwot nieotrzymanych od KOWR i/lub zwróconych do KOWR.

## § 6 – Zasady płatności.

1. Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Zamawiającemu faktur za:
  - a) działania zrealizowane w danym etapie realizacji Umowy nie później niż w terminie ....., lub
  - b) zrealizowane działanie w danym etapie realizacji Umowy bezpośrednio po zrealizowaniu działania, lecz nie później niż w ciągu .... dni roboczych przed zakończeniem danego etapu; lub
  - c) działania wymagające zapłaty przed ich wykonaniem (np. emisja spotu reklamowego w telewizji, programów śniadaniowych) realizowane w danym etapie realizacji Umowy nie później niż .....  
*(w/w terminy będą ustalone stosownie do wskazanego przez danego Oferenta-Wykonawcę w jego ofercie oczekiwanego przez Oferenta jednego z systemów płatności – Kryterium K2 Zapytania ofertowego)*
2. Do każdej faktury powinny być dostarczone materiały potwierdzające realizację usług których dotyczy dana faktura, w szczególności Wykonawca jest zobowiązany do przekazania opracowanych na potrzeby realizacji operacji materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych i innego materiału dowodowego potwierdzającego realizację zadań.  
Przedstawione materiały powinny w szczególności w sposób nie pozostawiający wątpliwości potwierdzać zgodnie z umową wykorzystanie zatwierdzonych przez Zamawiającego i KOWR projektów materiałów informacyjnych oraz zamieszczenie informacji o których mowa w § 4 ust. 3 pkt 4 i 5.
3. W przypadku wezwania Zamawiającego przez KOWR do wyjaśnienia faktów istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy lub przedstawienia dowodów na potwierdzenie tych faktów, związanych z fakturami dostarczonymi przez Wykonawcę i dołączonymi do nich materiałami, Wykonawca jest zobowiązany do pisemnego ustosunkowania się zagadnień zawartych w wezwaniu KOWR w terminie 10 dni od otrzymania informacji od Zamawiającego.
4. Zamawiający zobowiązuje się do regulowania wydatków kwalifikowanych (w rozumieniu obowiązujących przepisów a w szczególności w/w rozporządzenia MRiRW związanych z realizacją działań w ramach przedmiotu zamówienia w terminie **... dni** od dnia otrzymania łącznie: *(w/w termin będzie ustalony stosownie do wskazanego przez danego Oferenta-Wykonawcę w jego ofercie oczekiwanego przez Oferenta jednego z systemów płatności – Kryterium K2 Zapytania ofertowego)*.

- 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,
  - potwierdzeń zapłaty dla wszystkich ew. podwykonawców Wykonawcy;
  - potwierdzeń publikacji, emisji, statystyk z facebook, foto relacji z eventów, targów i wszystkich potwierdzeń na okoliczność kompletnego i należytego wykonania niniejszej umowy.
5. Zasady płatności będą uwzględniać oświadczenie złożone przez Wykonawcę w ofercie w zakresie Kryterium K<sub>2</sub> – wybrany przez Oferenta–Wykonawcę system płatności

### **§ 7 – Kontrole, inne zobowiązania.**

1. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i zobowiązuje się w okresie realizacji Operacji oraz przez okres 5 lat od dnia otrzymania przez Zamawiającego płatności końcowej:
  - 1) do umożliwienia przedstawicielom KOWR przeprowadzenia kontroli na miejscu, oraz kontroli w trybie art. 46 ust. 1 pkt 1 ustawy;
  - 2) umożliwienia przedstawicielom KOWR, Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji rolnictwa (ARiMR), Ministra Finansów, Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Komisji Europejskiej, Europejskiego Trybunału Obrachunkowego, organów kontroli państwowej i Krajowej Administracji Skarbowej oraz innym podmiotom upoważnionym do takich czynności, dokonywania audytów i kontroli dokumentów związanych z realizacją Operacji i wykonaniem obowiązków po zakończeniu realizacji Operacji lub audytów i kontroli w miejscu realizacji Operacji oraz zobowiązuje się do uczestnictwa osoby upoważnionej przez Wykonawcę;
  - 3) przechowywania całości dokumentacji związanej z realizacją Operacji - niniejszej Umowy;
  - 4) prowadzenia dla wszystkich transakcji związanych z realizacją operacji:
    - a) oddzielnego systemu rachunkowości albo korzystania z odpowiedniego kodu rachunkowego, o których mowa w art. 66 ust. 1 lit. c pkt i rozporządzenia 1305/2013 w ramach prowadzonych ksiąg rachunkowych, albo
    - b) zestawienia faktur lub równoważnych dokumentów księgowych na formularzu opracowanym przez ARiMR i udostępnionym przez KOWR, gdy na podstawie odrębnych przepisów Zamawiający nie jest obowiązany do prowadzenia ksiąg rachunkowych.
  - 5) udostępnienia uprawnionym podmiotom informacji niezbędnych do monitorowania i ewaluacji Operacji.
2. Wykonawca zobowiązuje się do informowania Zamawiającego o terminach i miejscu realizacji zadań ujętych w zestawieniu rzeczowo – finansowym Operacji (np. targi, wystawy, degustacje, pokazy, billboardy, szkolenia, konferencje, itp.), co najmniej 35 dni przed faktyczną datą rozpoczęcia realizacji zadania oraz niezwłocznie o zmianach w zakresie podanych terminów i miejsc realizacji w/w zadań aby Zamawiający mógł poinformować KOWR, w celu umożliwienia przeprowadzenia kontroli na miejscu w trakcie realizacji operacji.
3. Skutkiem uniemożliwienia przeprowadzenia kontroli związanych z przyznaną pomocą w trakcie realizacji Operacji oraz po złożeniu wniosku o płatność jest

odmowa ze strony KOWR wypłaty pomocy Zamawiającemu oraz konieczność zwrotu przez Zamawiającego dotychczas otrzymanych pomocy, w przypadku gdy powyższe wyniknie z przyczyn Wykonawcy, Wykonawca jest zobowiązany do zrekompensowania Zamawiającemu wysokości w/w kwot (nieotrzymanych od KOWR i/lub zwróconych do KOWR).

### **§ 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 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, wynikające z zaplanowanych działań w kampanii, do wszelkich materiałów, łącznie z opracowaniami graficznymi, wizualnymi i audiowizualnymi, jak również stronami internetowymi, będących wynikiem realizacji działań przewidzianych w Umowie w przypadku, gdy w całości, jak i w części spełniały cechy utworów stosownie do art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j.: Dz. U. z 2022 r., poz. 2509 z późn. zm. – zwanej dalej „ustawą o prawie autorskim”) 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 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 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, wykonań, wystawień i nadań i reemisji;
3. Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do Utworów z chwilą ich przekazania Zamawiającemu.
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 prześle 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 prześle, 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 200,00 netto (słownie: dwieście złotych) za każde nowe 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 Komisji Europejskiej lub KOWR miały prawo informować lub publikować informacje dotyczące w szczególności działań

przewidzianych w Umowie, końcowej oceny tychże działań, jak również podmiotów, które uczestniczyły w ich realizacji razem z Wykonawcą.

### **§ 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 10 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 (t.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 1233 z późn. zm.).

### **§ 10 - Kary umowne.**

Strony uzgadniają, że w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań umownych są ustalone kary umowne w następujących wypadkach i wysokościach:

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne:
  - 1) w przypadku opóźnienia w zakończeniu Operacji, o którym terminie mowa w § 2 ust. 2 w wysokości 1,0 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy za każdy dzień opóźnienia;
  - 2) w przypadku opóźnienia w usunięciu nieprawidłowości i błędów w realizacji Operacji w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 niniejszej umowy

- za każdy dzień opóźnienia licząc od dnia wyznaczonego przez Zamawiającego na ich usunięcie;
- 3) w przypadku opóźnienia w wykonaniu poszczególnych etapów, o których mowa w zał. nr 1 do Umowy w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 niniejszej umowy za każdy dzień opóźnienia;
  - 4) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 5 tzn. braku akceptacji przez Zamawiającego, bądź Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa za każde takie naruszenie w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy;
  - 5) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 6 w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy za każdy dzień opóźnienia w przedłożeniu do akceptacji projektów materiałów, o których mowa w § 4 ust. 5;
  - 6) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 7 tzn. nieuwzględnienia przez Wykonawcę, nie później niż w ciągu 2 dni roboczych uwag Zamawiającego, w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy za każdy dzień opóźnienia;
  - 7) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 13 tzn. braku przekazania informacji Zamawiającemu o tworzeniu spotów reklamowych oraz innych obowiązków przewidzianych w tym ustępie w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 umowy za każdy dzień opóźnienia;
  - 8) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 11 tj. braku zatwierdzenia przez Zamawiającego projektów i to w formie pisemnej, w wysokości 1,0 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy za każde naruszenie;
  - 9) w przypadku niezrealizowania działań informacyjnych i promocyjnych, zgodnie z przepisami Załącznika III do rozporządzenia 808/2014 opisanymi szczegółowo w Księdze wizualizacji znaku Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020, opublikowanej na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, w wysokości **1,0 %** od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy;
  - 10) w przypadku nieuwzględnienia, w oddzielnym systemie rachunkowości zdarzenia powodującego poniesienie kosztów kwalifikowalnych albo gdy do jego identyfikacji nie wykorzystano odpowiedniego kodu rachunkowego, zgodnie z § 7 ust. 1 pkt 4 Umowy, w wysokości **10 %** kosztów (wartości) danego zdarzenia/zagadnienia;
  - 11) w przypadku niepoinformowania Zamawiającego o terminach i miejscu realizacji zadań, zgodnie z § 7 ust. 2 Umowy, w wysokości **100 %** kosztów (wartości) danego zadania;
  - 12) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę jakiegokolwiek innego obowiązku zapisanego w niniejszej umowie, poza określonymi w powyższych pkt 1- 11, w wysokości 0,5 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy;
  - 13) w przypadku odstąpienia od umowy przez którąkolwiek ze stron, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, w wysokości 10,0 % od kwoty określonej w § 3 ust. 1 Umowy.



2. Kary umowne mogą się kumulować.
3. Strony mogą dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego wysokości kar umownych.
4. Niezależnie od przewidzianych w niniejszym paragrafie kar umownych Zamawiający może zlecić na koszt i ryzyko Wykonawcy wykonanie prac innemu podmiotowi - w razie braku realizacji obowiązków umownych przez Wykonawcę, w szczególności opisanych w § 4 niniejszej Umowy.

#### **§ 11 – Rozwiązanie umowy.**

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

- 1) jeśli Wykonawca nie może uzyskać z własnej winy jednego z pozwoleń lub zezwoleń niezbędnych do realizacji Umowy;
- 2) jeśli Wykonawca nie wykona jednego ze zobowiązań umownych, pomimo otrzymania od Zamawiającego wezwania do jego wykonania - w terminie dodatkowym do 3 dni roboczych od dnia odebrania wezwania wysłanego listem poleconym za potwierdzeniem odbioru;
- 3) jeśli Wykonawca rażąco narusza postanowienia niniejszej Umowy.

#### **§ 12 – 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.

#### **§ 13 – Postanowienia mające zastosowanie w przypadku rozbieżności.**

W przypadku rozbieżności pomiędzy postanowieniami niniejszej umowy a ofertą Wykonawcy, jedyną prawnie wiążącą jest Umowa.

#### **§ 14 Zagadnienia danych osobowych.**

1. W przypadku udostępniania Wykonawcy przez Zamawiającego 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), zwane „RODO” oraz stosownych przepisów prawa polskiego obowiązującego w tym zakresie.
2. W sytuacjach gdy w związku z realizacją Umowy Wykonawca będzie przekazywać lub zaistnieje konieczność lub zasadność przekazania danych osobowych Zamawiającemu Wykonawca uzyska wymagane zgody na przetwarzanie danych osobowych, w tym na przekazanie danych osobowych Zamawiającemu oraz uprawnionym podmiotom, które będą przetwarzały te dane w związku z realizacją Operacji i rozliczaniem Operacji, zgodnie z w/w przepisami RODO.

#### **§ 15 - 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) Zapytanie ofertowe Zamawiającego, w tym Zał. nr 1 do Zapytania ofertowego - Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia - Plan finansowy Operacji wraz z zestawieniem rzeczowo-finansowym.
  - 2) oferta Wykonawcy.

**Wykonawca**

**Zamawiający**