



ZAPYTANIE OFERTOWE

Przygotowanie i realizacja zadania:

Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026

finansowanego z:

Funduszu Promocji Mleka

Spis treści

I. Zamawiający	2
II. Opis przedmiotu zamówienia	2
III. Podstawy prawne postępowania	2
IV. Termin realizacji zamówienia	3
V. Tryb postępowania	3
VI. Zmiana treści zapytania ofertowego, zmiana oferty, udzielanie wyjaśnień w toku postępowania	4
VII. Warunki udziału w postępowaniu	4
VIII. Odrzucenie oferty	5
IX. Wadium	5
X. Oferta	6
XI. Termin związania ofertą	7
XII. Miejsce, forma i termin składania ofert	8
XIII. Kryteria oceny	8
XIV. Wybór najkorzystniejszej oferty	12
XV. Zawarcie umowy z wykonawcą	12
XVI. Inne postanowienia	13
XVII. Załączniki	13



I. Zamawiający

Związek Młodzieży Wiejskiej

ul. Chmielna 6 lok. 6

00-020 Warszawa

NIP: 525-19-16-874

REGON: 000866930

KRS: 0000179144

tel.: +48 22 826 11 68

e-mail: zkzmw@zmw.pl

II. Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest:
 - a) przygotowanie kampanii promocyjnej;
 - b) przygotowanie projektów rozwiązań kreatywnych dla działań objętych zakresem kampanii promocyjnej;
 - c) realizacja zadania – projektu: **„Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026”**.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego: Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
3. Szacunkowa maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania Ofertowego wynosi **471 126,00 zł (czterysta siedemdziesiąt jeden tysięcy sto dwadzieścia sześć złotych) brutto**.
4. Budżet oferty złożonej w ramach niniejszego postępowania nie może być większy niż maksymalna wartość Przedmiotu Zamówienia wskazana w pkt. 3.
5. Szacunkowe maksymalne wartości dla poszczególnych zadań Kampanii wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
6. Wskazany w ofercie jednostkowy budżet dla każdego z poszczególnych zadań Kampanii nie może być większy, niż maksymalna wartość tego zadania, wskazana w Załączniku nr 1 do Zapytania Ofertowego.
7. Oferta winna zawierać wszystkie koszty związane z przygotowaniem i kompleksową realizacją Przedmiotu Zamówienia.
8. Oferty niespełniające powyższych kryteriów podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.

III. Podstawy prawne postępowania

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z:

- ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych tj. z dnia 21 maja 2025 r. (Dz.U. z 2025 r. poz. 683);
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U.2024.1061 t.j. z dnia 2024.07.17);
- rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz.U.2020.2244) (dalej jako: rozporządzenie),



- zasadami obsługi funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia nr 40/2025/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 6 maja 2025 roku.

IV. Termin realizacji zamówienia

Kampania będzie realizowana w **2 (dwóch)** etapach. Termin realizacji kampanii: **01.05.2026-30.11.2026**
Szczegółowy zakres i terminy realizacji poszczególnych etapów wskazane zostały w Załączniku nr 1 do Zapytania ofertowego.

Numer etapu	Data rozpoczęcia	Data zakończenia	Czas trwania etapu
I	01.05.2026	31.08.2026	4 miesiące
II	01.09.2026	30.11.2026	3 miesiące

V. Tryb postępowania

1. Postępowanie przeprowadzane jest w trybie jednoetapowego procesu obejmującego:
 - a) publikację Zapytania Ofertowego;
 - b) komisyjne otwarcie ofert;
 - c) weryfikację spełnienia przez oferentów wymogów formalnych udziału w postępowaniu i ocenę złożonych przez nich ofert;
 - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
2. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, wyłącznie w języku polskim.
3. Każdy Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych. Złożone oferty winny uwzględniać wykonanie wszystkich określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym form promocji.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych. Za ofertę wariantową zostanie m.in. uznana oferta, w której Oferent przedstawi więcej niż jedną kreację dla planowanego przedsięwzięcia lub działania w ramach przedmiotu zamówienia.
6. Zamawiający dopuszcza, by kilka podmiotów wspólnie złożyło ofertę (konsorcjum). W sytuacji opisanej w zdaniu poprzedzającym podmioty te zobowiązane są do ustanowienia lidera w celu reprezentowania ich w postępowaniu i w zawarciu umowy w przypadku wyboru złożonej przez nich oferty przez Zamawiającego. W przypadku oferty składanej przez grupę podmiotów wymagane jest także określenie zadań, które będą realizowane przez danego uczestnika konsorcjum (który uczestnik konsorcjum odpowiada za dane zadanie).
7. W przypadku oferty składanej w sposób opisany w pkt. 6 wymagane jest dołączenie do oferty kopii umowy konsorcjum uwierzytelnionej przez uczestników konsorcjum. Z treści umowy konsorcjum winna jednoznacznie wynikać możliwość oferowania i wykonania zadań objętych niniejszym zapytaniem oraz zakres umocowania lidera konsorcjum. W przypadku umocowania lidera do złożenia oferty lub reprezentowania uczestników konsorcjum w Zapytaniu Ofertowym poza umową, do oferty należy dołączyć stosowne pełnomocnictwo lub jego kopię uwierzytelnioną przez uczestników konsorcjum lub notariusza.
8. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia i dostarczenia oferty, pokrywa Oferent. Zamawiający nie odpowiada za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez Oferenta w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.
9. Oferty niespełniające kryteriów wskazanych w pkt. 3-8 podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.
10. W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że złożona przez Oferenta oferta opiewa na rażąco niską cenę w stosunku do założonego przedmiotu zamówienia, Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z



prośbą o potwierdzenie możliwości zrealizowania pełnego zakresu zamówienia w zaproponowanym przez siebie budżecie.

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

1. Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.
2. W przypadku modyfikacji treści Zapytania Ofertowego, Zamawiający może wskazać nowy termin składania ofert, dłuższy od pierwotnego terminu o czas niezbędny do wprowadzenia zmian w ofertach, o ile przedłużenie tego terminu jest konieczne z uwagi na istotną zmianę Zapytania ofertowego.
3. Informacja o modyfikacji zapytania ofertowego oraz o ewentualnym przedłużeniu terminu składania ofert zostanie przesyłana do wszystkich potencjalnych Oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.zmw.pl**
4. Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego, nie później jednak niż na 3 dni przed terminem otwarcia ofert.
5. Zapytania należy kierować do Zamawiającego na adres e-mail: **zkzwm@zwm.pl**
6. Zamawiający zastrzega sobie termin 2 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi drogą mailową.
7. Treść zapytań pozbawiona cech pozwalających na identyfikację Oferenta wraz z odpowiedziami będzie przesyłana do wszystkich potencjalnych Oferentów, do których przekazano Zapytanie Ofertowe oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego: **www.zmw.pl**
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień lub dokumentów dotyczących treści złożonych ofert.
9. Zmiana złożonej oferty przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia poprawionej oferty przed upływem terminu otwarcia ofert. Modyfikacja oferty po upływie terminu otwarcia ofert nie jest możliwa.
10. Wycofanie oferty przez Oferenta, wywołujące skutek jego odstąpienia od udziału w Zapytaniu, możliwe jest poprzez złożenie Zamawiającemu pisemnego oświadczenia w tym przedmiocie przez Oferenta lub osobę uprawnioną do jego reprezentacji. Oświadczenie tego rodzaju winno zostać złożone przed upływem terminu otwarcia ofert.

VII. Warunki udziału w postępowaniu

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Oferenci, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:
 - 1) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U.2024.236 t.j. z dnia 2024.02.21);
 - 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie objętym przedmiotowym Zapytaniem ofertowym oraz dysponują potencjałem ludzkim i potencjałem technicznym, zapewniającymi prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu zamówienia na podstawie niniejszego Zapytania;
 - 3) posiadają uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności w zakresie odpowiadającym przedmiotowi Zapytania Ofertowego oraz nie podlegają wykluczeniu z możliwości realizacji zadania na podstawie odrębnych przepisów lub prawomocnego wyroku sądu; znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu niniejszego zamówienia;
 - 4) nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji ani w stanie uzasadniającym złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości;
 - 5) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII;



- 6) którzy nie są powiązani z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, przez co rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobą wykonującą w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem Zapytania Ofertowego a Oferentem, polegające w szczególności na:
 - a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub osobowej;
 - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów w kapitale zakładowym lub akcji spółki;
 - c) pełnieniu funkcji członka zarządu, organu nadzorczego, prokurenta, pełnomocnika;
 - d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej; pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej, w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
 - e) pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku faktycznym lub prawnym, że może on budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności osób tym stosunkiem związanych.
- 7) wniosą wadium w wysokości i na zasadach określonych w rozdziale IX. WADIUM.
- 8) Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 1-5 Oferenci składają Oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym - załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego.
- 9) Na potwierdzenie spełnienia wymogów określonych w pkt. 6 Oferent składa Oświadczenie wg wzoru – Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania ofertowego.
- 10) Zamawiający weryfikuje, czy Oferent spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów metodą: spełnia/nie spełnia.
- 11) Zamawiający i Oferent nie mogą prowadzić negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywać jakichkolwiek zmian w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.

VIII. Odrzucenie oferty

Oferta podlega odrzuceniu gdy:

- 1) jej treść nie odpowiada treści Zapytania ofertowego,
- 2) została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
- 3) oferentem jest osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia,
- 4) została złożona po terminie składania ofert określonym w Zapytaniu ofertowym,

IX. Wadium

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Oferent zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: **20.000,00 PLN** (słownie: dwadzieścia tysięcy złotych).
2. Oferent zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 25 maja 2026 roku do godz. 11:30.**

Wadium wnoszone jest przelewem na rachunek bankowy Zamawiającego o numerze: **18 2030 0045 1110 0000 0268 9300** z adnotacją: „wadium Zapytanie ofertowe - *Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026*. Za termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku bankowym Zamawiającego.

3. Dowód wniesienia wadium należy załączyć do oferty.
4. Wadium zostanie zwrócone na rachunek bankowy, z którego dokonano jego wpłaty.
5. Wadium musi być zabezpieczone przez czas związania Oferenta ofertą.
6. Z zastrzeżeniem pkt. 10 zwrot wadium nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu przedmiotowego postępowania i podania do publicznej wiadomości informacji o wyniku postępowania.



7. W przypadku unieważnienia postępowania ofertowego lub zakończenia postępowania bez wyboru oferty Zamawiający zwróci wadium wszystkim Oferentom w terminie do 3 dni roboczych od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o unieważnieniu lub zakończeniu postępowania ofertowego bez wybrania oferty.
8. Oferentowi, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu z nim umowy.
9. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Oferenta, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
10. Zamawiający zatrzyma wadium wniesione przez Oferenta, którego oferta została wybrana, w przypadku, gdy
 - a) Oferent ten odmówił zawarcia umowy na warunkach określonych w ofercie lub
 - b) zawarcie umowy stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie tego Oferenta.
12. Od wniesionego wadium Oferentowi nie należą się odsetki.

X. Oferta

1. Oferta winna obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym oraz opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
2. Oferta powinna zawierać przynajmniej:
 - a. pełną nazwę i adres Oferenta oraz jego NIP, numer wpisu we właściwym dla niego rejestrze (np. KRS). Dane ujawnione w rejestrze winny potwierdzać, że osoba podpisująca ofertę jest uprawniona do reprezentacji Oferenta.
 - b. w przypadku gdy Oferent ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium RP – numer identyfikacyjny umożliwiający weryfikację Oferenta w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców kraju, w którym ma on siedzibę lub miejsce zamieszkania. Dodatkowo – wydruk z tego rejestru, na podstawie którego można potwierdzić, że osoba podpisująca ofertę jest uprawniona do reprezentacji Oferenta.
 - c. adres e-mail Oferenta – do korespondencji w sprawie przedmiotowego postępowania.
 - d. pełną nazwę i adres siedziby Zamawiającego (wraz z adresem korespondencyjnym, jeśli jest inny, niż adres siedziby).
 - e. nazwę projektu zgodnie z Zapytaniem Ofertowym,
 - f. datę sporządzenia oferty.
 - g. datę, do której Oferent jest związany ofertą (wymagane: 90 dni),
 - h. wartość brutto przedmiotu zamówienia oraz wysokość obowiązującej stawki VAT, przy czym na wartość oferty składa się kompleksowa realizacja Kampanii.
3. Ponadto oferta powinna zawierać:
 - 1) wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania;
 - 2) koncepcję strategii realizacji kampanii;
 - 3) projekt hasła przewodniego kampanii;
 - 4) projekt graficzny logotypu kampanii;
 - 5) projekt trzech postów na media społecznościowe Zamawiającego – Facebook;
 - 6) projekt graficzny namiotu wystawienniczego na Krajowe Dni Pola 2026;



- 7) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia uzupełniony przez Oferenta (Załącznik Nr 1 do Zapytania Ofertowego);
 - 8) oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
 - 9) dowód wniesienia wadium.
 - 10) aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,
 - 11) oświadczenie o braku powizań – według Załącznika nr 5 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
4. Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszym Zapytaniu Ofertowym muszą spełniać następujące wymogi:
- a) oferta powinna być sporządzona w formie pisemnej, pierwsza strona oferty powinna być sporządzona na papierze firmowym Oferenta lub być opatrzona jego pieczęcią firmową. Oferta, Formularz ofertowy zgodny z załącznikiem nr 2 oraz Oświadczenie Oferenta zgodne ze wzorem stanowiącym załącznik nr 3 niniejszego Zapytania ofertowego, muszą być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa. Ponadto każda zadrukowana strona oferty musi być parafowana przez Oferenta lub osobę umocowaną do jego reprezentowania. W przypadku oferty złożonej przy zadruku jednostronnym, parafować należy tylko zadrukowane strony.
 - b) w przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny, niż wskazany w Formularzu Ofertowym lub faktu udzielenia pełnomocnictwa nie sposób ustalić na podstawie danych ujawnionych we właściwym rejestrze (KRS, CEIDG), do oferty musi być załączone pełnomocnictwo w oryginale lub w kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub wystawcę pełnomocnictwa, określające jego zakres i podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta;
 - c) pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Oferenta lub właściwą osobę upoważnioną do reprezentowania danego Oferenta lub poświadczone notarialnie;
 - d) wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta;
 - e) dokumenty sporządzone w języku obcym muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Oferenta lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego;
 - f) dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane oraz być ze sobą połączone w sposób trwały;
 - g) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczętkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba oraz NIP albo czytelnego podpisu w przypadku pieczęci imiennej.
5. Oferty niespełniające wymogów opisanych w niniejszym rozdziale podlegają odrzuceniu z przyczyn formalnych.

XI. Termin związania ofertą

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



XII. Miejsce, forma i termin składania ofert

1. Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. w zamkniętej kopercie) z dopiskiem „ZAPYTANIE *Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026* NIE OTWIERAĆ DO DNIA 25 MAJA 2026 ROKU r. DO GODZINY 11:40”, uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo – finansowym realizacji działań powinny być załączone do oferty także w formie papierowej.
3. Opakowanie zawierające ofertę powinno być opatrzone co najmniej nazwą i adresem Oferenta oraz nazwą i adresem Zamawiającego.
4. **Termin i miejsce składania ofert** - Ofertę należy złożyć pod adresem:

Związek Młodzieży Wiejskiej
ul. Chmielna 6 lok. 6
00-020 Warszawa

w nieprzekraczalnym terminie do dnia 25 maja 2026 roku, godz. 11.30.

Liczy się data i godzina faktycznego dostarczenia oferty pod wskazany adres.

5. Oferty złożone po tym terminie podlegają odrzuceniu. Ofertę odrzuconą w warunkach opisanych w zdaniu poprzedzającym Zamawiający zwróci Oferentowi bez otwierania po upływie terminu otwarcia ofert wraz z adnotacją o przyczynie zwrotu.
6. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 25 maja 2026 roku o godzinie 11.40** pod adresem:

Związek Młodzieży Wiejskiej
ul. Chmielna 6 lok. 6
00-020 Warszawa

XIII. Kryteria oceny

1. Przy ocenie oferty Zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

	Kryterium	waga %
K ₁	Cena (brutto)	40%
K ₂	Kreacja – koncepcja strategii realizacji kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej	30%
K ₃	Projekt graficzny trzech postów na media społecznościowe (Facebook)	15%
K ₄	Projekt graficzny namiotu wystawienniczego na Krajowe Dni Pola 2026	15%

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



Kryterium nr 1 - Cena (K₁) – 40%

Cena **brutto** przedmiotu zamówienia – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium wynosi **40 punktów**.

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

$$K_1 = \frac{\text{cena najtańszej oferty (brutto w PLN)}}{\text{cena ocenianej oferty (brutto w PLN)}} \times 100 \times \text{waga } 0,40 = \text{max } 40 \text{ pkt.}$$

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

Kryterium nr 2 - Koncepcja strategii realizacji kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej (K₂) – 30%

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty: koncepcję strategii realizacji kampanii, projekt graficzny logotypu, projekt hasła kampanii promocyjnej.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **30 punktów**, zaś oferta w tym zakresie (w ramach kryterium nr 2) zostanie oceniona wg następujących podkryteriów:

Podkryterium 1: Koncepcja strategii realizacji kampanii - przewodnie, strategiczne założenia kampanii - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – **10 punktów**.

Podstawę kampanii powinna stanowić precyzyjnie sformułowana i przemyślana koncepcja, która musi w sposób spójny łączyć ogólny cel kampanii oraz jej szczegółowy zakres (działania, które obejmuje).

Przy ocenie tego podkryterium będą miały znaczenie:

- spójność zaproponowanej koncepcji z przedsięwzięciami zawartymi w opisie przedmiotu zamówienia – Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego,
- wysoka jakość zaproponowanych rozwiązań, nowatorstwo otwierające możliwości dla oryginalnej, zapamiętywalnej kreacji,
- zrozumienie istoty zamówienia i roli wykonawcy,
- sposób osiągnięcia założonego celu kampanii,
- sposób monitorowania postępów prac, raportowania zagrożeń dla realizacji kampanii

Wartości punktowe dla tego podkryterium [maksymalna liczba punktów: 10]

Koncepcja spełnia większość lub wszystkie ze wskazanych założeń	6-10 pkt.
Koncepcja spełnia w średnim stopniu wskazane założenia	2-5 pkt.
Koncepcja nie spełnia wskazanych założeń albo spełnia je w znikomym stopniu	0-1 pkt.



Podkryterium 2: Projekt graficzny logotypu – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów.

Projekt graficzny logotypu powinien stanowić graficzne nawiązanie do koncepcji strategii realizacji kampanii.

Przy ocenie tego podkryterium będą miały znaczenie:

- adekwatność zaproponowanego projektu graficznego logotypu do założeń merytorycznych Opisu przedmiotu zamówienia oraz do założeń strategii realizacji kampanii;
- oryginalność, zapamiętywalność logotypu;
- estetyka graficzna, która powinna ułatwiać kodowanie obrazu w świadomości odbiorców

Wartości punktowe dla tego podkryterium [maksymalna liczba punktów: 10]:

Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia, rozwiązania kreatywne; intrygujące/wyróżniające się; oryginalne, o wysokiej estetyce graficznej ułatwiające kodowanie obrazu w świadomości odbiorców	6-10 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia, wymagające dopracowania stosownie do treści wskazanych założeń	2-5 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-1 pkt.

Podkryterium 3: Projekt hasła / sloganu kampanii promocyjnej – maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – 10 punktów.

Hasło/slogan kampanii promocyjnej powinno stanowić podsumowanie, syntetyczne ujęcie koncepcji kampanii.

Przy ocenie tego podkryterium będą miały znaczenie:

- spójność i adekwatność zaproponowanego hasła/sloganu z założeniami merytorycznymi Opisu przedmiotu zamówienia oraz z założeniami strategii;
- zapamiętywalność – warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa hasła/sloganu powinna ułatwiać kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców

Wartości punktowe dla tego podkryterium [maksymalna liczba punktów: 10]:

Rozwiązania w pełnym stopniu spełniające w/w założenia	6-10 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia	2-5 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-1 pkt.

W opisanym **kryterium nr 2 (K₂)** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród wszystkich, ocenianych ofert.



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

$$K_2 = \frac{\text{ilość punktów uzyskana w tym kryterium przez ocenianą ofertę}}{\text{najwyższa liczba punktów uzyskana w tym kryterium spośród wszystkich ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,3 = \text{max } 30 \text{ pkt.}$$

Kryterium nr 3 – Projekt graficzny trzech postów na media społecznościowe (Facebook) (K₃) – 15%.

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty projekty postów do zamieszczenia w mediach społecznościowych Zamawiającego – Facebook.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **15 punktów**.

Przy ocenie tego kryterium będą miały znaczenie:

- spójność – czy posty tworzą logiczną, przemyślaną całość, czy widoczna jest jedna linia kreatywna i narracyjna; czy przekaz jest konsekwentny wizualnie i językowo;
- zgodność z celem kampanii;
- atrakcyjność dopasowana do medium – krótka, angażująca treść, która ma potencjał do generowania interakcji;
- jakość i estetyka projektów.

Wartości punktowe dla tego kryterium [maksymalna liczba punktów: 15]:

Rozwiązania spełniające większość bądź wszystkie ze wskazanych założeń	11-15 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia; wymagające dopracowania względem w/w założeń	6-10 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-5 pkt.

W opisanym **kryterium nr 3 (K₃)** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród wszystkich, ocenianych ofert.

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

$$K_3 = \frac{\text{ilość punktów uzyskana w tym kryterium przez ocenianą ofertę}}{\text{najwyższa liczba punktów uzyskana w tym kryterium spośród wszystkich ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,15 = \text{max } 15 \text{ pkt.}$$

Kryterium nr 4 – Projekt graficzny namiotu wystawienniczego na Krajowe Dni Pola (K₄) – 15%

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty projekt graficzny namiotu wystawienniczego.

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w ramach tego kryterium to **15 punktów**.



Przy ocenie tego kryterium będą miały znaczenie:

- zgodność z celem kampanii,
- atrakcyjność i estetyka projektu – nowoczesność i profesjonalizm projektu, atrakcyjność wizualna ekspozycji; spójność kolorystyczna i kompozycyjna,
- funkcjonalność i organizacja przestrzeni namiotu – ergonomia układu, rozmieszczenie stref informacyjnych i promocyjnych, czytelność ciągów komunikacji, możliwość komfortowej obsługi odwiedzających,
- widoczność i czytelność przekazu podczas wydarzenia – czy namiot jest widoczny z większej odległości; ekspozycja hasła promocyjnego, wielkość i rozmieszczenie elementów identyfikacyjnych;

Wartości punktowe dla tego kryterium [maksymalna liczba punktów: 15]:

Rozwiązania spełniające większość bądź wszystkie ze wskazanych założeń	11-15 pkt.
Rozwiązania w średnim stopniu spełniające w/w założenia; wymagające dopracowania względem w/w założeń	6-10 pkt.
Rozwiązania niespełniające w/w założeń albo spełniające je w znikomym stopniu	0-5 pkt.

W opisanym **kryterium nr 4 (K₄)** do obliczenia oceny przyjmowana będzie suma punktów uzyskanych przez ofertę ocenianą w stosunku do najwyższej sumy punktów uzyskanej spośród wszystkich, ocenianych ofert.

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

$$K_4 = \frac{\text{ilość punktów uzyskana w tym kryterium przez ocenianą ofertę}}{\text{najwyższa liczba punktów uzyskana w tym kryterium spośród wszystkich ofert}} \times 100 \times \text{waga } 0,15 = \text{max } 15 \text{ pkt.}$$

XIV. Wybór najkorzystniejszej oferty

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym Zapytaniu Ofertowym.
2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów spośród wszystkich ocenianych ofert. Jeżeli dwie lub więcej ofert przedstawią taki sam bilans punktowy na podstawie kryteriów określonych w niniejszym Zapytaniu ofertowym, za najkorzystniejszą ofertę spośród nich uznaje się ofertę z najniższą ceną.
3. Informację o wyniku postępowania Zamawiający prześle do wszystkich Oferentów, do których zostało skierowane Zapytanie Ofertowe oraz zamieści na stronie internetowej Zamawiającego: www.zmw.pl.
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwołalne.

XV. Zawarcie umowy z wykonawcą

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



spośród pozostałych, niepodlegających odrzuceniu ofert, bez przeprowadzania ponownego zapytania ofertowego w przedmiocie wyboru Wykonawcy.

XVI. Inne postanowienia

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

XVII. Załączniki

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



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

Tytuł zadania:

Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026

1.1 Produkty, których dotyczy zadanie: mleko i produkty mleczne

1.2 Miejsca realizacji zadania –TERYTORIUM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

1.3 Terminy realizacji poszczególnych zadań w ramach kampanii:

1. Opracowanie strategii kampanii wraz z logotypem – 05.2026
2. Opracowanie graficzne i merytoryczne ankiety – 05.2026
3. Opracowanie graficzne materiałów informacyjno-promocyjnych – 05.2026
4. Opracowanie graficzne i merytoryczne broszury – 05.2026
5. Opracowanie regulaminu konkursu przeprowadzonego podczas Dni Pola – 05.2026
6. Opracowanie graficzne gadżetów – 05.2026
7. Opracowanie scenariuszy, nagranie, montaż oraz post produkcja filmu promocyjnego – 05.2026
8. Emisja filmu promocyjnego na YouTube – 06.2026
9. Druk ankiet oraz broszury informacyjnej – 06.2026
10. Wykonanie gadżetów promocyjnych oraz gadżetu za wypełnienie ankiety – 06.2026
11. Wykonanie rollupów, ścianki oraz lady wystawienniczej – 06.2026
12. Wykonanie i rozstawienie namiotu wystawienniczego wraz z podłączeniem elektrycznym – 06.2026
13. Wynajęcie zaplecza targowego – 06.2026
14. Zatrudnienie koordynatora konkursu podczas Dni Pola – 06.2026
15. Zatrudnienie ekspertów podczas Dni Pola – 06.2026
16. Przygotowanie kącika edukacyjnego podczas Dni Pola – 06.2026
17. Przeprowadzenie warsztatów „zrób swój ser” – 06.2026
18. Zatrudnienie baristy mlecznego do pokazu podczas Dni Pola – 06.2026
19. Zatrudnienie obsługi technicznej podczas Dni Pola – 06.2026
20. Zatrudnienie fotografa podczas Dni Pola – 06.2026
21. Wynajem sprzętu elektronicznego na potrzeby realizacji kampanii – 06.-07.2026
22. Prowadzenie profili w social mediach – 06.-11.2026 (6 m-cy)
23. Wykupienie ubezpieczenia dla uczestników wizyt studyjnych – 07.2026
24. Zatrudnienie pilota podczas wizyt studyjnych – 07.2026
25. Przeprowadzenie warsztatów podczas wizyt studyjnych – 07.2026
26. Usługa transportowa związana z wizytami studyjnymi – 07.2026
27. Zakwaterowanie podczas wizyt studyjnych – 07.2026



28. Wyżywienie podczas wizyt studyjnych – 07.2026
29. Pomiar efektywności – 11.2026
30. Koordynacja kampanii – 05.-11.2026 (7 m-cy)

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

- a) Projekt jest finansowany ze środków funduszy promocji produktów rolno - spożywczych, o których mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji rolno-spożywczych (Dz.U.2021.1496 t.j. z dnia 2021.08.17). W związku z powyższym wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania muszą być oznaczone w sposób czytelny i wyraźny:
 - znakiem graficznym identyfikującym fundusze promocji (pliki graficzne dostępne na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/fundusze-promocji-produktowrolnospozywczych>;



- hasztagiem „#FunduszePromocji” oraz
 - logotypem Zamawiającego.
- b) Koszty oznaczeń opisanych powyżej, a znajdujących się na materiałach promocyjnych ramach kampanii muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.

1.5 Beneficjenci zadania:

TG1 – dzieci w wieku szkolnym i przedszkolnym oraz młodzież wraz z rodzicami, nauczycielami i opiekunami, uczestniczący w Krajowych Dniach Pola 2026

TG2 – osoby dorosłe podejmujące decyzje zakupowe

TG3 – rolnicy, producenci mleka ze szczególnym uwzględnieniem młodych mieszkańców wsi

1.6 Opis działań:

Kampania będzie łączyć nowoczesne metody promocji z tradycyjnymi formami edukacji, których głównym celem jest przełamanie negatywnych stereotypów i zwiększenie spożycia polskich produktów mlecznych.

Dla młodego pokolenia rolników zaplanowano cykl wyjazdów studyjnych do nowoczesnych przetwórni mlecznych i gospodarstw, które połączą teorię z praktyką. Uczestnicy nie tylko zobaczą na własne oczy proces produkcji, ale także wezmą udział w profesjonalnych warsztatach kulinarnych i serowskich, rozwijając swoje umiejętności pod okiem specjalistów.

Kolejnym punktem będzie aktywna obecność podczas Krajowych Dni Pola 2026, gdzie zaplanowaliśmy stworzenie specjalnej strefy łączącej rozrywkę z edukacją. Centralnym elementem będzie stoisko z charakterystycznym namiotem, które przyciągnie uwagę odwiedzających. Przestrzeń zostanie wyposażona w profesjonalną ściankę reklamową służącą jako tło do pamiątkowych zdjęć, które następnie będą udostępniane w mediach społecznościowych, oraz rollupy prezentujące kluczowe informacje o wartościach odżywczych mleka.

Podczas wydarzenia uczestnicy będą mogli wziąć udział w degustacjach różnorodnych produktów mlecznych, od tradycyjnych serów po nowoczesne propozycje mlecznych przekąsek, co pozwoli przełamać rutynę żywieniową i



pokazać mleko w nowej, atrakcyjnej formie. Specjalnie przygotowana broszura informacyjna w przystępny sposób przedstawi korzyści zdrowotne wynikające z regularnego spożywania nabiału, obali popularne mity oraz zaprezentuje nowoczesne oblicze polskiego mleczarstwa. Równie ważnym elementem będą spotkania z producentami mleka, którzy w bezpośrednich rozmowach będą dzielić się swoją pasją i wiedzą, budując most pomiędzy konsumentami a rolnikami.

Aby zwiększyć zaangażowanie uczestników odbędzie się konkurs z nagrodami, który poprzez zabawę utrwali kluczowe informacje o wartości mleka. Dodatkowo, każdy uczestnik wypełniający ankietę oceniającą działania otrzyma ekskluzywny gadżet premium, stanowiący nie tylko nagrodę, ale także przedłużenie kampanii w życiu codziennym odbiorców.

Równolegle prowadzona będzie dynamiczna kampania w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram), gdzie będą pojawiać się posty edukacyjne, relacje na żywo z przygotowań, konkursy oraz filmy prezentujące „kulisy” produkcji mleka.

Rezultatem tych działań ma być realna zmiana postaw konsumenckich – wzrost spożycia mleka i jego przetworów dzięki zwiększeniu wiedzy na temat ich właściwości zdrowotnych i kulinarnych. Kampania przyczyni się również do poprawy wizerunku mleczarstwa w oczach społeczeństwa, pokazując je jako nowoczesną i odpowiedzialną gałąź gospodarki. W dłuższej perspektywie kampania ma szansę nie tylko zwiększyć sprzedaż mleka, ale też wychować nowe pokolenie świadomych konsumentów oraz zmotywować młodych rolników do rozwoju w branży mleczarskiej, co wzmocni jej pozycję na rynku.

1.7 Cele zadania

Głównym celem kampanii jaki nam przyświeca jest wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych.

Celami szczegółowym kampanii są promocja spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe oraz działania informacyjne i edukacyjne, służące budowie pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów, a także przetwórców i producentów mleka.

Kampania została zaprojektowana tak, by poprzez działania realnie wpłynąć na wzrost spożycia mleka w Polsce oraz kształtować jego pozytywny wizerunek wśród konsumentów. Kluczowym elementem jest bezpośrednie dotarcie do dorosłych decydentów zakupowych – głównie rodziców i osób odpowiedzialnych za codzienne wybory żywieniowe w gospodarstwach domowych. To właśnie ta grupa, często nieświadomie kierująca się utrwalonymi schematami lub modnymi trendami, ma największy wpływ na to, jakie produkty trafiają na polskie stoły. Poprzez degustacje, pokazy kulinarne i atrakcyjne materiały informacyjne chcemy pokazać, że mleko i jego przetwory to nie tylko tradycyjny element diety, ale przede wszystkim uniwersalny, wartościowy składnik współczesnej kuchni, który warto świadomie wybierać każdego dnia.

Równolegle kampania będzie edukować społeczeństwo i przełamywać mity i nieporozumienia dotyczące mleka. W obliczu zalewu sprzecznych informacji i agresywnego marketingu zamienników roślinnych, wielu konsumentów zaczęło postrzegać nabiał przez pryzmat niepełnych lub błędnych danych. Dlatego tak ważne jest, by w przystępny i atrakcyjny sposób przedstawiać naukowe fakty dotyczące wartości odżywczych mleka, procesów jego produkcji oraz rzeczywistego wpływu na zdrowie.

Konsumenci coraz częściej chcą wiedzieć nie tylko co jedzą, ale też skąd pochodzą ich produkty i w jakich warunkach są wytwarzane. Dlatego kampania będzie pokazywać nowoczesne oblicze polskiego mleczarstwa – jako branży dbającej o dobrostan zwierząt, stosującej najwyższe standardy jakościowe i będącej ważną częścią lokalnych społeczności. Taka komunikacja pozwoli odbudować więź między producentami a konsumentami, co jest kluczowe dla trwałej zmiany nawyków żywieniowych.

Poprzez połączenie praktycznych aspektów konsumpcji mleka z edukacją i budowaniem pozytywnego wizerunku, kampania ma szansę nie tylko chwilowo zwiększyć spożycie mleka, ale przede wszystkim przywrócić mu należne



miejsce w świadomości Polaków jako produktu zdrowego, wartościowego i głęboko zakorzenionego w naszej tradycji kulinarnej.

Nasze cele chcemy zrealizować wg zasady S.M.A.R.T.

Sam projekt kampanii będzie:

- Szczegółowy - zadanie zostanie zrealizowane w oparciu o grupę docelową i jej potrzeby i oczekiwania,
- Mierzalny - dotrzemy do jak największej grupy osób,
- Osiągalny - posiadamy doświadczenie, wiedzę i narzędzia do przeprowadzenia kampanii.
- Realny: wzrost poziomu zaufania do polskich produktów spożywczych nastąpi wraz ze wzrostem świadomości konsumentów.
- Określony w czasie – kampania posiada określone ramy czasowe od 05.2026-11.2026

1.8 Monitoring i ewaluacja

Do monitorowania kampanii wykorzystamy następujące narzędzia:

- ilość wyświetleń na Instagramie,
- ilości wyświetleń na Facebooku,
- ankieta.

Za analizę danych zgromadzonych przy wykorzystaniu ww. narzędzi odpowiedzialny będzie koordynator projektu.

W trakcie trwania kampanii przeprowadzimy badanie ilościowe (ankieta) wśród uczestników konkursu. Ankieta umożliwi nam przeprowadzenie procesu badawczego i udzielenie odpowiedzi na postawione pytania.



1.9 Szczegółowy budżet zadania (Kampanii).

Lp.	Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia	Szczegółowy wykaz kosztów		Szczegółowa kalkulacja kosztów		
				ilość	cena jednostkowa	łącznie
1	2	3		4	5	6
1	reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach	1.1	Promocja na portalu społecznościowym Facebook – publikacja 6 postów w miesiącu (+ płatne reklamy gwarantujące min. 20 000 wyświetleń każdego posta)	6 m-cy	7 000,00 zł	42 000,00 zł
		1.2	Promocja na portalu społecznościowym Instagram - 6 postów w miesiącu	6 m-cy	3 000,00 zł	18 000,00 zł
		1.3	Emisja filmu promocyjnego na platformie YouTube wraz z płatnymi reklamami	1 msc.	5 000,00 zł	5 000,00 zł
2	promocja w punktach sprzedaży					
3	przygotowanie stoisk i materiałów informacyjno-promocyjnych	3.1	Opracowanie graficzne i merytoryczne ankiety	1 szt.	1 230,00 zł	1 230,00 zł
		3.2	Opracowanie graficzne materiałów informacyjno-promocyjnych (roll up, lada wystawiennicza, ścianka reklamowa, namiot wystawienniczy)	1 szt.	1 500,00 zł	1 500,00 zł



		3.3	Opracowanie graficzne i merytoryczne broszury	1 szt.	5 000,00 zł	5 000,00 zł
		3.4	Opracowanie graficzne gadżetów (gadżet Premium, torby z oznakowaniem, notesy z oznakowaniem, długopisy z oznakowaniem)	1 szt.	1 520,00 zł	1 520,00 zł
4	udział w pokazach, wystawach i targach					
5	organizacja szkoleń i konferencji					
6	prowadzenie serwisu internetowego					
7	najem powierzchni informacyjno-promocyjnych					
8	publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych	8.1	Druk ankiety	200 szt.	1,23 zł	246,00 zł
		8.2	Druk broszury	1 000 szt.	14,00 zł	14 000,00 zł
		8.3	Wykonanie roll'up	3 szt.	900,00 zł	2 700,00 zł
		8.4	Wykonanie ścianki reklamowej	1 szt.	6 000,00 zł	6 000,00 zł
		8.5	Wykonanie lady wystawienniczej	1 szt.	1 230,00 zł	1 230,00 zł
		8.6	Namiot wystawienniczy (3x6m)	1 szt.	16 500,00 zł	16 500,00 zł
9	Badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot	9.1	Pomiar efektywności kampanii wraz z analizą ankiet wykonany przez niezależny podmiot	1 szt.	8 000,00 zł	8 000,00 zł



10	wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do realizacji zadania	10.1	Opracowanie scenariusza, nagranie, montaż i post produkcja filmu promocyjnego nt. polskiego przemysłu mleczarskiego	1 usł.	65 000,00 zł	65 000,00 zł
		10.2	Wynagrodzenie koordynatora kampanii	7 m-cy	2 000,00 zł	14 000,00 zł
		10.3	Opracowanie strategii kampanii wraz z logotypem	1 szt.	8 000,00 zł	8 000,00 zł
		10.4	Wynajem sprzętu elektronicznego na potrzeby realizacji kampanii, np. laptopy, tablety.	1 usł.	12 000,00 zł	12 000,00 zł
		10.5	Torba z oznakowaniem	1 000 szt.	16,00 zł	16 000,00 zł
		10.6	Długopis z oznakowaniem	1 000 szt.	10,00 zł	10 000,00 zł
		10.7	Notes z oznakowaniem	1 000 szt.	15,00 zł	15 000,00 zł
		10.8	Gadżet Premium, np. czapka z daszkiem	200 szt.	50,00 zł	10 000,00 zł
		10.9	Podłączenie elektryczne	1 usł.	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.1	Wynajem zaplecza targowego (krzesła, stoły)	1 usł.	5 000,00 zł	5 000,00 zł
		10.1	Wynagrodzenie dla koordynatora quizu/konkursu	1 os.	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.1	Opracowanie quizu/konkursu odbywającego się podczas Krajowych Dni Pola	1 szt.	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.1	Spotkania z ekspertami – hodowcami, technologami mleczarskimi,	3 dni	1 000,00 zł	3 000,00 zł



		3	przetwórcami			
		10.1 4	Przygotowanie kącika edukacyjnego – „Droga mleczna – od pastwiska do sklepu” – zapewnienie przestrzeni i materiałów edukacyjnych	3 dni	1 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.1 5	Wynagrodzenie dla baristy mlecznego - pokaz	3 dni	3 000,00 zł	9 000,00 zł
		10.1 6	Warsztaty – „Zrób swój ser”	3 dni	3 000,00 zł	9 000,00 zł
		10.1 7	Wynagrodzenie dla obsługi technicznej podczas Krajowych Dni Pola (3 osoby/3 dni)	9 osób	1 000,00 zł	9 000,00 zł
		10.1 8	Wynagrodzenia dla fotografa podczas Krajowych Dni Pola (3 dni)	3 dni	1 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.1 9	Ubezpieczenie uczestników wizyt studyjnych	1 usł.	3 000,00 zł	3 000,00 zł
		10.2 0	Wynagrodzenie dla pilota podczas wizyt studyjnych	1 os.	1 500,00 zł	1 500,00 zł
		10.2 1	Warsztaty podczas wizyt studyjnych – praktyczne zajęcia terenowe nt. przemysłu mleczarskiego, podczas których uczestnicy zaczerpną wiedzy od ekspertów oraz poznają rzeczywiste warunki produkcyjne	3 usł.	1 500,00 zł	4 500,00 zł
		10.2 2	Usługa transportowa uczestników podczas wizyt studyjnych (pomiędzy przetwórniami i gospodarstwami)	1 usł.	24 000,00 zł	24 000,00 zł



11	zakup rzeczowych aktywów obrotowych						
12	najem środków trwałych albo amortyzacji zakupionych środków trwałych, w przypadku gdy zakup jest bardziej opłacalny lub najem jest niemożliwy						
13	badania naukowe i prace rozwojowe						
14	koszt w przypadku realizacji zadania poza siedzibą podmiotu wykorzystującego środki finansowe funduszu	podróży samolotem w klasie ekonomicznej, koleją lub innym publicznym środkiem transportu w I lub II klasie					
		podróży samochodem,					
		zakwaterowania	14.1	Zakwaterowanie związane z realizacją kampanii (Wizyty Studyjne) 80 osób x 2 dni	160 os./doby	480,00 zł	76 800,00 zł
		pobytu w miejscu realizacji operacji, w tym wyżywienia, przejazdów, połączeń telefonicznych	14.2	Wyżywienie związane z realizacją kampanii (Wizyty Studyjne) 80 osób x 3 dni	240 os./doby	160,00 zł	38 400,00 zł



15	działalności krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami danej branży				
RAZEM:					471 126,00 zł



FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa:	
Siedziba	
Nr telefonu	
adres-mail	
NIP	
REGON	

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

.....
.....

Dane Zamawiającego:

Związek Młodzieży Wiejskiej
ul. Chmielna 6 lok. 6
00-020 Warszawa

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe na *Przygotowanie i realizację zadania/projektu Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026* składamy niniejszą ofertę oświadczając, że akceptujemy w całości wszystkie warunki zawarte w Zapytaniu Ofertowym wraz z jego załącznikami.

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

CENA brutto: PLN

słownie złotych:.....

stawka podatku VAT:%



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

Osoba do kontaktów z Zamawiającym:

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



Załączniki do Formularza Ofertowego:

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

_____, dn. _____ r.

Podpis osoby uprawnionej do składania
oświadczeń woli w imieniu Oferenta

*) niepotrzebne skreślić



pieczęć Wykonawcy

**Oświadczenie
o braku podstaw do odrzucenia oferty**

Składając ofertę w postępowaniu na podstawie Zapytania ofertowego na przygotowanie i realizację zadania/projektu *Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026* oświadczam(-y), że nie ma podstaw do odrzucenia niniejszej oferty z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdziale VIII „Odrzucenie oferty” Zapytania Ofertowego.

_____, dn. _____ r.

Podpis osoby uprawnionej do składania
oświadczeń woli w imieniu Oferenta



UMOWA NR

z dnia

zawarta pomiędzy:

Związkiem Młodzieży Wiejskiej z siedzibą w Warszawie (00-020), przy ul. Chmielnej 6 lok. 6,

wpisanym do rejestru stowarzyszeń pod numerem KRS: 0000179144, NIP: 5251916874, reprezentowanym przez:

_____ - _____,

- zwanym dalej **Zamawiającym**,

a

_____ z siedzibą w _____ ujawnionym w krajowym rejestrze sądowym – rejestrze przedsiębiorców – pod numerem KRS*¹ / ujawnionym w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej*, NIP _____ REGON _____,

reprezentowanym przez: _____ - _____ */ działającego w imieniu własnym*,

- zwaną/ym dalej **Wykonawcą**

przy uwzględnieniu norm wynikających z:

- ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych tj. z dnia 21 maja 2025 r. (Dz.U. z 2025 r. poz. 683);
- ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U.2024.1061 t.j. z dnia 2024.07.17);
- rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz.U.2020.2244) (dalej jako: rozporządzenie),
- zasad obsługi funduszy promocji produktów rolno – spożywczych – zał. do Zarządzenia nr 40/2025/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 6 maja 2025 roku.

Strony uzgodniły, co następuje:

§ 1. Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i realizacji zadania/projektu *Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026* w zakresie określonym w Załączniku 1 do niniejszej umowy, zwanego dalej „Kampanią” lub „zadaniem”.
2. Wykonawca ma prawo posługiwać się podwykonawcami w celu należytego wykonania Umowy. W żadnym wypadku Zamawiający nie będzie ponosić konsekwencji potencjalnych sporów powstałych pomiędzy Wykonawcą a jego potencjalnymi podwykonawcami, w szczególności dotyczących zapłaty na ich rzecz

* niepotrzebne skreślić



wynagrodzenia z tytułu realizacji przez danego podwykonawcę powierzonych mu przez Wykonawcę działań wchodzących w zakres wykonania Umowy przez Wykonawcę. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność zarówno wobec podwykonawców jak również wobec Zamawiającego za rezultat działań podjętych celem realizacji niniejszej Umowy. Dotyczy to również odpowiedzialności finansowej i odszkodowawczej, która to odpowiedzialność w żadnym stopniu nie może obciążać Zamawiającego. Wykonawca nie może zwolnić się z odpowiedzialności powołując się na okoliczności wskazane w dyspozycji art. 429 kodeksu cywilnego.

3. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za swoje działania wynikające z realizacji niniejszej umowy wobec osób trzecich, w tym w szczególności wynikające ze spraw związanych z prawami autorskimi do utworów wytworzonych w związku z realizacją niniejszej umowy.

§ 2. Czas trwania

1. Niniejsza umowa wchodzi w życie z dniem jej podpisania.
2. Przewidywany termin realizacji kampanii: 01.05.2026-30.11.2026.
3. Zamawiający ma prawo do czasowego zawieszenia wykonywania umowy lub jej wypowiedzenia w przypadku, gdy wymagane na jej wykonanie środki nie są dostępne w budżecie przedsięwzięcia.
4. W sytuacji opisanej w ust. 3 Zamawiający ma obowiązek rozliczenia z Wykonawcą uprzednio zaakceptowanych przez Zamawiającego i udokumentowanych kosztów kwalifikowanych kampanii, poniesionych do dnia zawieszenia wykonania lub wypowiedzenia umowy przez Zamawiającego oraz do zapłaty dotychczas należnego wynagrodzenia Wykonawcy.
5. Postanowienia ust. 4 nie znajdują zastosowania do okoliczności skutkujących wypowiedzeniem umowy w trybie wskazanym w § 10.
6. Umowa obowiązuje do dnia rozliczenia końcowego kampanii przez Zamawiającego wobec KOWR i Funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.

§ 3. Budżet kampanii

1. Strony ustalają, że budżet przedmiotowej kampanii wynosi, (słownie:).
2. Kwota o której mowa w ust.1 uwzględnia wszelkie zobowiązania Zamawiającego wobec Wykonawcy za realizację przedmiotu o którym mowa w § 1 ust.1.
3. Budżet kampanii nie może w żadnym wypadku ulec zwiększeniu, nawet jeżeli rzeczywisty koszt działań poniesionych przez Wykonawcę w związku z przeprowadzeniem kampanii przekracza koszt wskazany w załączniku 1. Wykonawca ponosi wyłączne ryzyko poniesienia dodatkowych kosztów przy realizacji umowy.

§ 4. Realizacja działań

1. Wykonawca ponosi wyłączną odpowiedzialność techniczną, finansową i odszkodowawczą za realizację działań określonych w Załączniku 1, w tym za ich zgodność z obowiązującymi przepisami krajowymi, wspólnotowymi oraz zasadami uczciwej konkurencji mającymi zastosowanie w danej dziedzinie.
2. Zamawiający przydziela personel niezbędny do monitorowania i nadzoru realizacji działań przewidzianych w harmonogramie.
3. Wykonawca zobowiązuje się do wyraźnego i czytelnego oznakowania materiałów informacyjnych i promocyjnych (w tym przekazów audiowizualnych, strojów) związanych z realizowanym zadaniem (Kampanią), zgodnie z przepisami obowiązującymi w trakcie realizacji Kampanii, w terminie od dnia zawarcia umowy.
4. Wykonawca powiadamia Zamawiającego niezwłocznie na adres e-mail: zkzwm@zwm.pl, o wszelkich zdarzeniach, mogących zaszkodzić należytemu wykonaniu niniejszej Umowy w przewidzianym terminie z podaniem wszelkich niezbędnych szczegółów.
5. Wszystkie projekty materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzone w ramach operacji muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
6. W celu realizacji postanowień ust. 5 Wykonawca zobowiązuje się do przedkładania do akceptacji Zamawiającemu wszelkich projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. materiałów drukowanych, audiowizualnych, layoutów reklamy prasowej, layoutów strony internetowej, itp.) sporządzonych w ramach kampanii.



7. Akceptacja materiałów, o których mowa wyżej, dokonywana jest na podstawie projektów przedprodukcyjnych wykonanych w technice dostosowanej do planowanej produkcji (np. nośnik, nakład, format), uwzględniając standardy branżowe (np. wydruki próbne, cromalin, matchprint, animacje, filmy, rzuty ekranowe itp.).
8. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do wskazanych w pkt. 6 i 7 projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które muszą zostać uwzględnione przez Wykonawcę niezwłocznie, nie później niż w ciągu 5 dni roboczych. Wykonawca jest zobowiązany przesłać Zamawiającemu wskazane w zdaniu poprzednim projekty z uwzględnionymi uwagami Zamawiającego niezwłocznie po ich wprowadzeniu. W przypadku niezgłoszenia przez Zamawiającego uwag w terminie 3 dni licząc od dnia ich doręczenia Zamawiającemu, zakłada się że projekty te zostały przez Zamawiającego zaakceptowane.
9. Zamawiający zobowiązuje się przekazywać Wykonawcy wszelkie informacje niezbędne do właściwego wykonywania Umowy przez Wykonawcę.
10. W przypadku nieprzekazania kompletnych informacji lub dokumentów bądź też przekazania nieprawdziwych informacji przez Zamawiającego Wykonawca nie będzie ponosił odpowiedzialności za skutki z tego wynikające. Wykonawca jest jednak zobowiązany do niezwłocznego zawiadomienia Zamawiającego o wykrytych nieprawidłowościach w celu przeprowadzenia kampanii zgodnie z Umową.
11. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją kampanii zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.
12. W przypadku udostępniania przez Zamawiającego Wykonawcy w ramach realizacji niniejszej umowy danych osobowych, Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania w zakresie przetwarzania i ochrony tych danych osobowych postanowień rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119, s. 1) – zwane dalej „RODO” oraz stosownych przepisów prawa polskiego obowiązującego w przedmiotowym zakresie.
13. Osobami odpowiedzialnymi za kontakt pomiędzy Stronami i upoważnionymi do podejmowania decyzji związanych z wykonaniem kampanii, w tym w szczególności do akceptacji projektów materiałów przesłanych przez Wykonawcę, będą:
 - a) ze strony Zamawiającego: (dalej: „SzeF Projektu”), adres e-mail
 - b) ze strony Wykonawcy:, adres e-mail, nr telefonu

§ 5. Zasady płatności

1. Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Zamawiającemu faktur za działania wymagające zapłaty przed ich wykonaniem nie później niż na 7 dni przed ich wykonaniem.
2. Zamawiający zobowiązuje się do regulowania wydatków związanych z realizacją działań w ramach kampanii w terminie **14 dni** od dnia otrzymania prawidłowo wystawionych i doręczonych przez Wykonawcę faktur, chyba że krótszy termin płatności wynika z przyjętych przez Wykonawcę za uprzednią zgodą Zamawiającego zobowiązań wobec osób trzecich.
3. W szczególności w przypadku gdy Zamawiający, KOWR lub inny podmiot odpowiedzialny za kontrolę prawidłowości realizacji działań stwierdzi, że Umowa lub poszczególne działania zostały nienależycie wykonane z winy Wykonawcy, Wykonawca zobowiązany jest zwrócić Zamawiającemu należności pobrane od Zamawiającego w części odpowiadającej nienależycie zrealizowanym zadaniom.
4. W przypadku nieuznania przez KOWR kosztów kampanii z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, jest on zobowiązany do zwrotu na rzecz Zamawiającego wszystkich niezakwalifikowanych przez KOWR kosztów w terminie 14 dni od momentu pisemnego powiadomienia Wykonawcy o tym fakcie.
5. Postanowienia ust. 4 nie wyłączają dochodzenia roszczeń od Wykonawcy przez Zamawiającego na zasadach ogólnych.

§ 6. Rozliczanie umowy

1. Rozliczanie umowy odbywa się zgodnie z przepisami mającymi zastosowanie do środków finansowych z Funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przedkładania 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.



§ 7. Kontrole

1. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i akceptuje, że Zamawiający może w każdej chwili przeprowadzić kontrole techniczne postępu prac i realizacji działań w ramach umowy.

§ 8. Prawa własności intelektualnej

1. Wykonawca zobowiązuje się do ochrony lub zapewnienia ochrony wyników działań, które mogą być objęte prawami własności intelektualnej, uzyskanych w ramach wykonywania niniejszej umowy.
2. Na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia w niej określonego Wykonawca udziela Zamawiającemu licencji wyłącznej na korzystanie z autorskich praw majątkowych do Utworów wytworzonych w związku z realizacją niniejszej Umowy (dalej jako „Licencja”).
3. Przez Utwór należy rozumieć wszelkie materiały, w tym opracowania graficzne, wizualne i audiowizualne, jak również strony internetowe, będące wynikiem realizacji działań przewidzianych w Umowie w przypadku, gdy w całości, jak i w części posiadają one cechy utworów stosownie do art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1231 z późn. zm.).
4. Licencja udzielana jest na czas realizacji kampanii stanowiącej przedmiot niniejszej Umowy oraz doznaje ograniczeń terytorialnych każdorazowo gdy wynika to z charakterystyki danego działania kampanii.
5. Licencja uprawnia Zamawiającego do korzystania z autorskich praw majątkowych do Utworów na następujących polach eksploatacji:
 - a) wszelkie utrwalania i zwielokrotnienia Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechaniczną, optyczną, elektroniczną lub inną techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, wizyjnych i fonicznych, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywania kopii tych utrważeń, itp.;
 - b) wszelki obrót oryginałem lub egzemplarzami, na których Utwory utrwalono – wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału lub egzemplarzy, w tym wymianę egzemplarzy;
 - c) wszelkie inne rozpowszechnianie Utworów, w tym publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie Utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym prasa, radio, telewizja, Internecie oraz na platformach cyfrowych, w nieograniczonej ilości odtworzeń, wyświetleń, wykonań, wystawień i nadań i reemisji.
6. Udzielenie licencji następuje z chwilą przekazania Utworu Zamawiającemu, jednak nie wcześniej, niż po dokonaniu zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Wykonawcy wynagrodzenia za realizację zadania, którego Utwór dotyczy. Wykonawca będzie mógł wykorzystywać przygotowane przez niego Utwory wyłącznie we własnych celach marketingowych, w tym w ramach własnego portfolio, bez konieczności uzyskiwania na to odrębnej zgody Zamawiającego.
7. Licencja upoważnia Zamawiającego do wprowadzania zmian, przeróbek, modyfikacji Utworu oraz do wykonywania autorskich praw majątkowych do tak przerobionego Utworu na zasadach opisanych w niniejszym paragrafie.
8. Wykonawca gwarantuje, że osoby uprawnione z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów nie będą wykonywać takich praw w stosunku do Zamawiającego, jego następców prawnych ani innych podmiotów, którym Zamawiający przekaze Utwory.
9. Wykonawca z chwilą udzielenia licencji oraz w zakresie licencji:
 - a) zobowiązuje się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa Utworów; jednocześnie Wykonawca upoważnia Zamawiającego i osoby, którym Zamawiający to prawo przekaze, do wykonywania i zezwalania na rozpowszechnianie i korzystanie z opracowań Utworów, w tym m.in. tłumaczeń na inne języki, zmiany czcionki lub koloru oraz wykonywanie pozostałych praw zależnych;
 - b) udziela w imieniu własnym oraz osób uprawnionych z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów Zamawiającemu lub podmiotom wskazanym przez Zamawiającego zgody na wykonywanie w imieniu Wykonawcy oraz ww. osób autorskich praw osobistych do Utworów i z tego tytułu Zamawiający jest uprawniony w szczególności do: nadzorowania postępu realizacji Utworów, przeglądania materiałów roboczych, przekazywania materiałów roboczych do oceny osób trzecich, wnoszenia zmian i poprawek;



- c) wyraża zgodę na włączenie Utworów w całości lub w części do innego utworu lub też do połączenia z innym utworem.
10. W przypadku wynalezienia nowego, nieznanego w chwili zawarcia niniejszej Umowy pola eksploatacji, Wykonawca zobowiązuje się objąć opisanymi tu warunkami licencji nowe pole eksploatacji, przy czym wynagrodzenie Wykonawcy za jednokrotne rozszerzenie licencji nie może być wyższe, niż kwota 200 zł (dwieście złotych) netto za każde nowe pole eksploatacji.
11. W ramach udzielonej licencji Wykonawca upoważnia Zamawiającego do korzystania z know-how zawartego w Utworach.
12. Wykonawca wyraża niniejszym zgodę, aby KOWR miał prawo informować lub publikować informacje dotyczące w szczególności działań przewidzianych w Umowie, końcowej oceny tychże działań, jak również podmiotów, które uczestniczyły w ich realizacji razem z Wykonawcą.

§ 9. Poufność i zakaz konkurencji

1. Wykonawca zobowiązuje się zachować w tajemnicy wszelkie informacje, przekazane przez Zamawiającego, jak też informacje do których Wykonawca uzyska dostęp po podpisaniu Umowy, w szczególności wszelkie informacje handlowe, techniczne i technologiczne Zamawiającego poznane w wyniku przeprowadzania Kampanii, bez względu na to czy zostały oznaczone, jako poufne czy nie zostały oznaczone żadnym równoznacznym określeniem i niezależnie czy były uzyskane przez Wykonawcę w formie pisemnej, ustnej, czy w jakiegokolwiek innej formie.
2. W sytuacji uzyskania dostępu przez Wykonawcę do tajemnic Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do:
 - a) niewykorzystywania ich wbrew jakimkolwiek interesom Zamawiającego;
 - b) nie ujawnia, bezpośrednio lub pośrednio, danych i informacji stanowiących tajemnicę Zamawiającego w sposób inny niż zgodnie z postanowieniami Umowy;
 - c) zrekompensowania Zamawiającemu wszelkich szkód, które Zamawiający może ponieść w wyniku naruszenia tajemnicy Zamawiającego przez Wykonawcę przy czym odpowiedzialność Wykonawcy w żaden sposób nie jest ograniczona.
3. Wykonawca może ujawnić tajemnicę Zamawiającego wyłącznie organom administracji publicznej w zakresie wymaganym przez prawo.
4. Zobowiązania Wykonawcy wynikające z niniejszego paragrafu będą wiążące również po rozwiązaniu umowy przez okres 5 lat od zakończenia współpracy Stron.

§ 10. Zakończenie umowy

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

§ 11. Spory pomiędzy Wykonawcą a osobami trzecimi

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



§ 12. Kaucja gwarancyjna

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

§ 13. Postanowienia końcowe

1. Zmiany Umowy wymagają formy pisemnej w postaci aneksu pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych Umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
3. W przypadku stwierdzenia, że którekolwiek z postanowień Umowy jest z mocy prawa nieważne lub bezskuteczne, okoliczność ta nie będzie miała wpływu na ważność, skuteczność lub możliwość wyegzekwowania pozostałych postanowień, chyba że z okoliczności wynikać będzie w sposób oczywisty, że bez postanowień nieważnych lub bezskutecznych, Umowa nie została zawarta.
4. W sytuacji, o której mowa w ust. 3, Strony zobowiązują się zawrzeć aneks do Umowy, w którym sformułują postanowienia zastępcze, których cel gospodarczy i ekonomiczny będzie równoważny lub maksymalnie zbliżony do celu postanowień nieważnych lub bezskutecznych.
5. Jeżeli z okoliczności wynikać będzie w sposób oczywisty, że bez postanowień nieważnych lub bezskutecznych Umowa nie została zawarta, Strony zobowiązują się niezwłocznie przystąpić do negocjacji zmierzających do zawarcia nowej umowy, której cel gospodarczy i ekonomiczny będzie równoważny lub maksymalnie zbliżony do celu Umowy. Do czasu zakończenia negocjacji, o których mowa w zdaniu poprzednim, Strony zobowiązane będą do realizacji obowiązków przewidzianych w Umowie w takim zakresie, w jakim nie będzie to sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz słusznymi interesami Stron.
6. W przypadku nieosiągnięcia porozumienia co do treści postanowień zastępczych zastosowanie będą miały przepisy kodeksu cywilnego.
7. Spory mogące powstać na tle stosowania Umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Powoda.
8. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach – po jednym dla każdej ze Stron.
9. Następujące załączniki stanowią integralną część Umowy:
 - 1) Harmonogram rzeczowo – finansowy realizacji działań (zał. nr 1 do Zapytania ofertowego - Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia wraz z harmonogramem czasowym.
 - 2) Oferta Wykonawcy.

.....
ZAMAWIAJĄCY

.....
WYKONAWCA



.....
Dane identyfikacyjne Wykonawcy

Imię

Nazwisko

Stanowisko

OŚWIADCZENIE WS. POWIĄZAŃ

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

- 1) nie jestem powiązany kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym lub osobami, upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w jego imieniu, lub osobami wykonującymi w jego imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a Wykonawcą, poprzez:
 - a) uczestniczenie jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
 - b) posiadanie co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
 - c) pełnienie funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
 - d) pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli;
- 2) nie pozostaję z żadnym z podmiotów wymienionych w pkt. 1 niniejszego oświadczenia w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do mojej bezstronności, w stosunku do podmiotów uczestniczących w postępowaniu w sprawie konkurencyjnego trybu wyboru wykonawców dla zadania „Kraina Mlekiem Płynąca – promocja polskiego mleka podczas Krajowych Dni Pola 2026”.

..... dnia r.
(miejscowość)

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