ZAPYTANIE OFERTOWE Nr 2

w ramach projektu

PT. „JAKOŚĆ I TRADYCJA ZE STRZAŁKOWA"

realizowanego 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, zwanego dalej „Operacją"

I. ZAMAWIAJĄCY

Spółdzielnia Mleczarska Udziałowców z siedzibą w Strzałkowie
ul. Gen. Sikorskiego 28,
62-420 Strzałkowo

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – opis zadań

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja zadań szczegółowo opisanych w załączniku nr 1

2. Wykaz produktów podlegających promocji:
   1) TWARÓG WIEJSKI ZE STRZAŁKOWA,
   2) TWARÓG ŚMIETANKOWY ZE STRZAŁKOWA,
   3) TWARÓG PÓŁTŁUSTY ZE STRZAŁKOWA,
   4) MASŁO ZE STRZAŁKOWA.

   Wszystkie w/w produkty są wytwarzane w ramach systemu jakości „Jakość Tradycja".

3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera:

- Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia - Opis działań reklamowych wraz z dodatkowymi wytycznymi,
- Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego – Harmonogram rzeczowo-finansowy kampanii

4. Szacowana wartość całkowitego budżetu kampanii wynosi **810.984,00 PLN 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). Do wskazanej kwoty należy doliczyć podatek od towarów i usług w wysokości odpowiedniej do rodzaju świadczonych usług.

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

2. Wszystkie materiały reklamowe powinny promować produkty oraz systemy jakości, w ramach których wytworzono produkty wskazane w pkt. II. 2 niniejszego zapytania ofertowego.
3. 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.

III. PODSTAWA PRAWNA

Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów:

1. Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) nr 807/2014 z dnia 11 marca 2014 r. uzupełniające 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 wprowadzające 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 (Dz. U. 2015, poz. 349 ze zm.);

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 (Dz. U. z 2016 r., poz. 1080, ze zm.);
4. Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 stycznia 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu konkurencyjnego wyboru wykonawców zadań ujętych w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji i warunków dokonywania zmniejszeń kwot pomocy oraz pomocy technicznej (Dz.U.2017, poz. 106),
5. Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 380 ze zm), w szczególności art. 70^1 – 70^5.

IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. **Zamówienie realizowane będzie od dnia 01 marca 2018 r.**
2. Termin zakończenia realizacji zamówienia: **28.02.2019 r.**

V. TRYB PRZEPROWADZANEGO POSTĘPOWANIA

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

6. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia oferty, pokrywa Wykonawca.
7. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów w postępowaniu.

VI. ZASADY MODYFIKACJI TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO ORAZ ZMIAN OFERT. UDZIELANIE WYJAŚNIEŃ.

Zamawiający jest uprawniony do modyfikacji treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert.

2. W przypadku modyfikacji treści Zapytania Ofertowego, Zamawiający przedłuży termin składania ofert nie mniej niż 3 dni.
3. Informacja o zmianie zapytania ofertowego zostanie zamieszczona na stronie internetowej prowadzonej przez ARiMR (zgodnie z postanowieniami art. 43a ustawy).
4. Zmiana złożonej oferty przez Wykonawcę przed terminem otwarcia ofert jest możliwa jedynie w drodze wycofania oferty i ponownego złożenia zmienionej oferty dokonanej przed terminem określonym na składanie ofert.
5. Wykonawca może zwrócić się z pytaniem do Zamawiającego w formie mailowej o wyjaśnienie Zapytania ofertowego, nie później jednak niż na 4 dni przed terminem otwarcia ofert. Pytania należy kierować na adres mailowy: przetargi@smu.com.pl
6. Zamawiający udzieli wyjaśnień Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych drogą mailową.

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

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu:
   a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2016, poz. 1829 ze zm.);

b) są w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawne i terminowe wykonanie niniejszego zamówienia,

c) których oferta nie podlega odrzuceniu stosownie do postanowień zawartych w Rozdziale VIII.

2. Zamawiający uzna, że Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu na podstawie przedłożonych z ofertą dokumentów.

3. Wymogi formalne – jeżeli do przetargu przystępuje wspólnie kilka podmiotów - konsorcjum firm, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum.

4. **Weryfikacja wymogów dotyczących warunków udziału w postępowaniu oraz podstaw odrzucenia oferty nastąpi w oparciu o**:
   a) aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,
   b) aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika Urzędu Skarbowego, potwierdzające, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,
   c) aktualne zaświadczenie oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych potwierdzające, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem opłat oraz składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne, lub zaświadczenie że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

5. Wykonawca, z którym zostanie zawarta umowa na realizację przedmiotu zamówienia zobowiązany będzie do przedkładania Zamawiającemu dokumentów potwierdzających zawarcie i opłacenie ubezpieczenia na cały okres realizacji umowy.
6. W postępowaniu mogą brać udział Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu oraz których oferta nie podlega odrzuceniu - rozdział VIII.
7. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie przeprowadzona w oparciu o przedłożone przez Wykonawców dokumenty i oświadczenia metodą spełnia/nie spełnia.

VIII. ODRZUCENIE OFERTY

1. Oferta podlega odrzuceniu w przypadku, gdy:

1) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego lub

2) została złożona przez podmiot:

a) niespełniający warunków udziału w postępowaniu w sprawie wyboru przez Zamawiającego wykonawcy danego zadania/zadań ujętego w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji określonych w zapytaniu ofertowym lub

b) powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym lub osobami, o których mowa w art. 43a ust. 4 ustawy, lub

3) została złożona po terminie składania ofert określonym w zapytaniu ofertowym.

2. Oferta nie podlega odrzuceniu, mimo że została złożona przez podmiot powiązany osobowo lub kapitałowo z osobą, o której mowa w art. 43a ust. 4 ustawy, jeżeli osoba ta nie będzie brała udziału w dalszym postępowaniu w sprawie wyboru przez beneficjenta wykonawcy danego zadania ujętego w zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji.

3. Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym, lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego, lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające na:

1) uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;

2) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji spółki kapitałowej;

3) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;

4) 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;

5) pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

IX. WADIUM

1. Przystępując do niniejszego postępowania każdy Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium w wysokości: **25 000,00 zł** (*słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych*).
2. Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium przed upływem terminu składania ofert, t.j.: **do dnia 21.02.2018 r. do godz. 15:00.**
3. Wykonawca może wnieść wadium w pieniądzu, poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym, gwarancjach bankowych, gwarancjach ubezpieczeniowych, poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6 b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (t.j. Dz. U. z 2016, poz. 359 ze zm.).
4. Wadium wnoszone w pieniądzu wpłaca się przelewem na rachunek bankowy: 87 8543 0000 2001 1000 0925 0001 LBS Strzałkowo z adnotacją: *„wadium Zapytanie ofertowe nr 2 ”.*
5. Wadium wniesione w pieniądzu Zamawiający przechowuje na rachunku bankowym.
6. W przypadku wadium wnoszonego w pieniądzu, jako termin wniesienia wadium przyjęty zostaje termin uznania kwoty na rachunku Zamawiającego. Potwierdzoną za zgodność kserokopię dowodu zapłaty wadium należy dołączyć do oferty.
7. Wadium wniesione w pieniądzu, zostanie zwrócone wraz z odsetkami wynikającymi z umowy rachunku bankowego, na którym było ono przechowywane, pomniejszone o koszty prowadzenia rachunku bankowego oraz prowizji bankowej za przelew pieniędzy na rachunek bankowy wskazany przez Wykonawcę.

8. Wadium musi być zabezpieczone na okres 3 miesięcy, licząc od daty składania ofert – termin związania ofertą.
9. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium wszystkim wykonawcom po wyborze najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania, z wyjątkiem Wykonawcy, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza.
10. Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwróci wadium niezwłocznie po zawarciu umowy.
11. Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
12. Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana:
    a) odmówił podpisania umowy w sprawie przedmiotu zamówienia na warunkach określonych w ofercie, lub
    b) zawarcie umowy z sprawie realizacji przedmiotu zamówienia stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.

X. PRZYGOTOWANIE OFERTY

1. Oferta Wykonawcy musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszym Zapytaniem Ofertowym oraz opisem przedmiotu zamówienia określonym w Załączniku Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
2. **Na ofertę składają się w szczególności**:
    a) Wypełniony Formularz Ofertowy Wykonawcy, którego wzór określa Załącznik Nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
    b) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji przedmiotu zamówienia zgodnie z Załącznikiem Nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
    c) dokumenty wymienione w Rozdziale VII pkt 4 niniejszego Zapytania Ofertowego;
    d) oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty – według Załącznika Nr 4 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
    e) oświadczenie o braku powiązań z Zamawiającym - według Załącznika Nr 5 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
    f) dowód wniesienia wadium;

g) projekt graficzny/ baneru internetowego

h) projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook,

i) scenariusz spotu reklamowego 30 sekund,

j) scenariusz odcinka na YouTube,

k) kreację konkursu na profilu społecznościowym Facebook

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

f) dokumenty składające się na ofertę powinny mieć strony ponumerowane oraz być połączone w sposób trwały;

g) we wszystkich przypadkach, gdzie jest mowa o pieczątkach, Zamawiający dopuszcza złożenie czytelnego zapisu o treści pieczęci, np.: nazwa firmy, siedziba lub czytelny podpis w przypadku pieczęci imiennej.

5. Zamawiający zamieści na swojej stronie internetowej www.smu.com.pl edytowalny formularz do sporządzenia harmonogramu rzeczowo-finansowego realizacji przedmiotu zamówienia.

XI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

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

XII. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w nieprzezroczystym, trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie) uniemożliwiającym otwarcie i zapoznanie się z treścią oferty przed upływem terminu otwarcia ofert.
2. Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 1 egzemplarzu. Tabele z harmonogramem rzeczowo – finansowym realizacji działań, powinny być przygotowane w Excelu i załączone do oferty w formie papierowej.
3. Opakowanie powinno być oznakowane/opisane następująco: „ZAPYTANIE OFERTOWE Nr 2", opatrzone nazwą i adresem Wykonawcy, z dopiskiem **„**ZAPYTANIE OFERTOWE NIE OTWIERAĆ DO DNIA 21.02.2018 r. DO GODZINY 15:10"**),**
4. Ofertę należy złożyć w sekretariacie Zamawiającego lub wysłać do siedziby Zamawiającego: **Spółdzielnia Mleczarska Udziałowców z siedzibą w Strzałkowie, ul. Gen. Sikorskiego 28, 62-420 Strzałkowo do dnia 21 lutego 2018 r. do godz. 15:00**. Dla ofert przesłanych poczta/kurierem liczy się data i godzina dostarczenia oferty do sekretariatu Zamawiającego.

5. Oferty złożone po tym terminie zostaną odrzucone.
6. Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną ofertę przed upływem terminu składania ofert.
7. Wykonawca wycofując ofertę zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.
8. Otwarcie ofert nastąpi w **dniu 21.02.2018 r. o godzinie 15:10** w siedzibie Zamawiającego w Strzałkowie ul. Gen. Sikorskiego 28.

XIII. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy ocenie ofert zamawiający będzie stosować kryteria przedstawione poniżej:

Kryterium		Waga
I)K_1	Cena	30 %
II)	Kreacja (suma $K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5$)	
K_2	Projekt graficzny 3 postów na profil społecznościowy Facebook	15 %
K_3	Scenariusz spotu reklamowego telewizyjnego 30 sekund	25 %
K_4	Scenariusz odcinka na YouTube	15 %
K_5	Kreacja Konkursu na profilu społecznościowym Facebook	8 %
K_6	Projekt graficzny banneru internetowego	7 %

1. Ogólna ocena danej oferty zostanie obliczona wg następującego wzoru $W = K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5$

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów w ww. kryteriach zgodnie z poniżej przedstawionymi zasadami.

3. Oceny będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku ilości punktów wynikających z kryteriów oceny wyliczanych na podstawie poniższych wzorów:

4. Kryteria:

I. Kryterium Cena (K_1) – 30%

Cena netto przedmiotu zamówienia – maksymalna ilość punktów wynosi - 30 punktów

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

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

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

II. Kryterium - Kreacja

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

<u>Projekt graficzny 3 postów na profilu społecznościowym Facebook (K_2) – 15%</u>

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

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

- wygląd – estetyka kolorystyczna, rozmieszczenie elementów graficznych - do 5 punktów;
- spójność koncepcji wizualnej - do 5 punktów;
- oryginalność przedstawionych postów - do 5 punktów;

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

$$K_2 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 15\%$$

Scenariusz spotu reklamowego telewizyjnego 30 sekund (K_3) – 25%

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty scenariusz spotu reklamowego telewizyjnego 30 sekund, maksymalna liczba punktów wynosi 25 (maksimum) punktów.

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

- oryginalność scenariusza reklamowego poprzez nawiązanie do motywu przewodniego „masło i twaróg”, który Wykonawca ma wykorzystać przy projektowaniu rozwiązań konstrukcyjno-aranżacyjnych stoiska – do 12 punktów,
- estetyka kreacji oraz spójność wizualizacji poszczególnych elementów graficznych z motywem przewodnim, który Wykonawca ma wykorzystać przy projektowaniu rozwiązań konstrukcyjno-aranżacyjnych stoiska – do 13 punktów,

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

$$K3 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 25\%$$

Scenariusz odcinka na YouTube (K_4) – 15 %

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

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

- oryginalność scenariusza odcinka na YouTube poprzez nawiązanie do motywu przewodniego „masło i twaróg”, który Wykonawca ma wykorzystać przy projektowaniu rozwiązań konstrukcyjno-aranżacyjnych stoiska – do 7 punktów,
- estetyka kreacji oraz spójność wizualizacji poszczególnych elementów graficznych z motywem przewodnim, który Wykonawca ma wykorzystać przy projektowaniu rozwiązań konstrukcyjno-aranżacyjnych stoiska – do 8 punktów,

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

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

Kreacja konkursu na profilu społecznościowym Facebook (K_5) – 8 %

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączony do oferty kreacji konkursu na profilu społecznościowym Facebook, maksymalna liczba punktów wynosi 8 (maksimum) punktów.

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

- oryginalność kreacji konkursu poprzez nawiązanie do motywu przewodniego zdrowego odżywiania z systemem Jakość i Tradycja oraz twarogów i masła, który Wykonawca ma wykorzystać przy ogłoszeniu konkursu – do 8 punktów,

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

$$K_5 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 8\ \%$$

Projekt graficzny reklamy baneru interentowego (K_6) – 7 %

Kryterium będzie rozpatrywane w oparciu o załączone do oferty projekty graficznej baneru internetowego, maksymalna liczba punktów wynosi 7 (maksimum) punktów.

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

- wygląd – estetyka kolorystyczna, rozmieszczenie elementów graficznych - do 3 punktów;
- spójność koncepcji wizualnej - do 2 punktów;
- oryginalność przedstawionych projektów - do 2 punktów;

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

$$K_6 = \frac{\text{Ilość punktów uzyskana przez rozpatrywaną ofertę}}{\text{Najwyższa ilość punktów uzyskana spośród rozpatrywanych ofert}} \times 100 \times 7\ \%$$

XIV. WYBÓR NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszym Zapytaniu Ofertowym.
2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma najwyższą ogólną liczbę punktów.
3. Informację o wyniku postępowania Zamawiający zamieści na stronie internetowej prowadzonej przez ARiMR (zgodnie z postanowieniami art. 43a ustawy).
4. Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru ofert są ostateczne i nieodwołalne.

XV. ZAWARCIE UMOWY NA REALIZACJĘ KAMPANII

Zamawiający, w terminie 7 dni od zamieszczenia na stronie internetowej prowadzonej przez ARiMR (zgodnie z postanowieniami art. 43a ustawy) informacji o wyniku postępowania zawrze z Wykonawcą, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, umowę której istotne postanowienia zawarte są w Załączniku Nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

XVI. INNE POSTANOWIENIA

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zakończenia postępowania bez wyboru żadnej z ofert. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia względem Zmawiającego w przypadku skorzystania przez niego z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.
2. Przewiduje się możliwość zmiany umowy zawartej w wyniku przeprowadzonego na podstawie niniejszego zapytania ofertowego wyboru wykonawcy przedmiotu zamówienia. W takim przypadku zmiana ta nie spowoduje zmniejszenia lub zwiększenia zakresu świadczenia.
3. Zmiana umowy zawartej z wybranym wykonawcą powodująca zmniejszenie zakresu świadczenia jest dopuszczalna, jeżeli na skutek wystąpienia okoliczności niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia umowy do prawidłowego wykonania danego zadania wykonanie części prac objętych dotychczas tym zadaniem stało się zbędne, w szczególności w sytuacji zmiany umowy zawartej pomiędzy Zamawiającym a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR) na realizację Operacji 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 wykonawca dopuszczalne są także w następującym zakresie:
   1) zmiana ceny w przypadku zmiany stawki podatku VAT,
   2) w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizacje przedmiotu umowy,
   3) w zakresie harmonogramu przedmiotu zamówienia, w przypadku wystąpienia siły wyższej mającej wpływ na terminowości wykonania przedmiotu umowy,
   4) inne, istotne okoliczności, których Strony nie mogły przewidzieć w dacie zawarcia umowy, mimo dochowania należytej staranności, a które mogą mieć wpływ na zakres i terminowość realizacji przedmiotu umowy, w tym w zakresie zestawienia rzeczowo-finansowego Operacji.
6. Zmiany, o których mowa w ust. 4 i 5, są dopuszczalne wyłącznie za zgodą Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa.

I. ZAŁĄCZNIKI

1. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia - Plan finansowy operacji z harmonogramem realizacji. Opis działań reklamowych wraz z dodatkowymi wytycznymi
2. Formularz Ofertowy Wykonawcy (wzór)
3. Wzór umowy – (Istotne postanowienia umowy).
4. Oświadczenie o braku podstaw do odrzucenia oferty.
5. Oświadczenie o braku powiązań z Zamawiającym.

Załącznik Nr 1 do Zapytania Ofertowego nr 1

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia - Plan finansowy operacji z harmonogramem realizacji. Opis działań reklamowych wraz z dodatkowymi wytycznymi

PLAN FINANSOWY OPERACJI WRAZ Z ZESTAWIENIEM RZECZOWO - FINANSOWYM

Lp.	Zadanie	Mierniki rzeczowe		Koszty całkowite (w PLN)	Koszty kwalifikowalne (w PLN)
		jedn. miary	ilość (liczba)		
	1	2	3	4	5
ETAP IV					
4.1	**Reklama w Internecie**				**4 176,00**
4.1.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (4 miesiące)	sztuk	4	1 200,48	976,00
4.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (4 miesiące)	sztuk	4	3 936,00	3 200,00
4.1.3	**Reklama w telewizji**				**100 000,00**
4.1.4	Nagranie 2 spotów telewizyjnych (15 i 30 sekund) dot. masła i twarogów	sztuk	2	123 000,00	100 000,00
4.6	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**				**38 250,00**
4.6.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 4 miesiące)	sztuk	4	44 280,00	36 000,00
4.6.2	II konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	sztuk	1	2 767,50	2 250,00
4.7	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**				**38 000,00**
4.7.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	sztuk	1	46 740,00	38 000,00
4.7.2	**Inne kanału przekazu: billboardy**				**3 000,00**
4.7.3	Opracowanie billboardów (przygotowanie graficzne)	sztuk	1	1 230,00	1 000,00
4.7.4	Emisja reklamy na billboardach elektronicznych (1 szt. przy Praskiej Giełdzie w Warszawie i 1 szt. Przy Marpol-u w Warszawie)	sztuk	2	2 460,00	2 000,00
RZEM ETAP IV				**225 613,98**	**183 426,00**
ETAP V					
5.1	**Reklama w Internecie**				**26 576,00**
5.1.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (4 miesiące)	sztuk	4	1 200,48	976,00
5.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (4 miesiące)	sztuk	4	3 936,00	3 200,00
5.1.3	Emisja reklamy banerowej na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1,33 mln odsłon)	sztuk	1	27 552,00	22 400,00
5.5.	**Pokazy**				**81 000,00**
5.5.1	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (streaming live na YouTube) - 2 z 4	sztuk	1	18 450,00	15 000,00
5.5.1	Honorarium dla ambasadora marki promującego certyfikowane produkty - pokaz z jego udziałem w telewizji TVN w programie	sztuk	1	12 300,00	10 000,00

	"Dzień dobry TVN"				
5.5.2	Pokaz gotowania ambasadora marki w TVN w programie "Dzień dobry TVN"	sztuk	1	49 200,00	40 000,00
5.5.3	Przygotowanie do pierwszego pokazu z ambasadorem marki na żywo w Internecie (streaming live w YouTube)	sztuk	1	1 230,00	1 000,00
5.5.4	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (streaming live na YouTube) - 1 z 4	sztuk	1	18 450,00	15 000,00
5.7	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**				**38 250,00**
5.7.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 4 miesiące)	sztuk	4	44 280,00	36 000,00
5.7.2	III konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	sztuk	1	2 767,50	2 250,00
5.8	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**				**38 000,00**
5.8.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	sztuk	1	46 740,00	38 000,00
	RAZEM ETAP V			**226 105,98**	**183 826,00**
	ETAP VI				
6	**Reklama w telewizji**				**250 000,00**
6.0	Emisja spotu telewizyjnego dot. Masła i twarogów:, 70 emisje w TVN Style, 80 emisje w Kuchnia+, 55 emisji TVN	sztuk	150	307 500,00	250 000,00
6.1	**Reklama w radiu**				**2 200,00**
6.1.1	Emisja spotu radiowego w Meloradio Słupca (10 emisji)	sztuk	10	861,00	700,00
6.1.2	Emisja spotu radiowego w Meloradio Olsztyn (10 emisji)	sztuk	10	1 845,00	1 500,00
6.2	**Reklama w Internecie**				**25 532,00**
6.2.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (3 miesiące)	sztuk	3	900,36	732,00
6.2.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (3 miesiące)	sztuk	3	2 952,00	2 400,00
6.2.3	Emisja reklamy banerowej na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1,33 mln odsłon, 1 miesiąc)	sztuk	1	27 552,00	22 400,00
6.5	**Pokazy**				**100 000,00**
6.5.1	Honorarium dla ambasadora marki promującego certyfikowane produkty - pokaz z jego udziałem w telewizji TVN w programie "Dzień dobry TVN"	sztuk	1	12 300,00	10 000,00
6.5.2	Pokaz gotowania ambasadora marki w TVN w programie "Dzień dobry TVN"	sztuk	1	73 800,00	60 000,00
6.5.3	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (streaming live na YouTube) - 3 z 4	sztuk	1	18 450,00	15 000,00
6.5.4	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (streaming live na YouTube) - 4 z 4	sztuk	3	18 450,00	15 000,00
6.7	**Inne kanału przekazu: billboardy**				**3 000,00**

6.7.1	Opracowanie billboardów (przygotowanie graficzne)	sztuk	1	1 230,00	1 000,00
6.7.2	Emisja reklamy na billboardach elektronicznych (1 szt. przy Praskiej Giełdzie w Warszawie i 1 szt. Przy Marpol-u w Warszawie)	sztuk	2	2 460,00	2 000,00
6.8	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**				**34 500,00**
6.8.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 3 miesiące)	sztuk	3	33 210,00	27 000,00
6.8.2	IV konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	sztuk	1	2 767,50	2 250,00
6.8.3	I konkurs na Facebooku (w tym przygotowanie regulaminu przez prawnika dla wszystkich konkursów na Facebooku, przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	sztuk	1	6 457,50	5 250,00
6.9	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**				28 500,00
6.9.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	sztuk	1	35 055,00	28 500,00
			RAZEM ETAP VI	**545 790,36**	**443 732,00**
			Suma kosztów operacji	**997 510,32**	**810 984,00**

9. HARMONOGRAM PLANOWANEJ OPERACJI

Lp.	Zadanie	Data rozpoczęcia realizacji zadania	Data zakończenia realizacji zadania	Czas trwania zadania podany w dniach
	1	2	3	4
	ETAP IV			
4.1	**Reklama w Internecie**	**01.04.2018**	**31.07.2018**	**122**
4.1.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (4 miesiące)	01.04.2018	31.07.2018	122
4.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (4 miesiące)	01.04.2018	31.07.2018	122
3.1	**Reklama w telewizji**	**01.04.2018**	**31.07.2018**	**121**
2.1.1	Nagranie 2 spotów telewizyjnych (15 i 30 sekund) dot. masła i twarogów	**01.04.2018**	**31.07.2018**	**121**
4.6	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**	**01.04.2018**	**31.07.2018**	**122**

4.6.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 4 miesiące)	01.04.2018	31.07.2018	122
4.6.2	II konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	01.04.2018	31.07.2018	122
4.7	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**	01.04.2018	31.07.2018	122
4.7.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	01.04.2018	31.07.2018	122
3.8	**Inne kanału przekazu: billboardy**	01.05.2018	31.07.2018	**92**
3.8.1	Opracowanie billboardów (przygotowanie graficzne)	01.05.2018	31.05.2018	**31**
3.8.2	Emisja reklamy na billboardach elektronicznych (1 szt. przy Praskiej Giełdzie w Warszawie i 1 szt. Przy Marpol-u w Warszawie)	01.06.2018	31.07.2018	**61**
		ETAP V		
5.1	**Reklama w Internecie**	**01.08.2018**	**30.11.2018**	**122**
5.1.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (4 miesiące)	01.08.2018	30.11.2018	122
5.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (4 miesiące)	01.08.2018	30.11.2018	122
5.1.3	Emisja reklamy banerowej na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1,33 mln odsłon)	01.08.2018	30.11.2018	121
5.5.	**Pokazy**	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121
3.6.1	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (strraming live na YouTube) - 2 z 4	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121
3.6.2	Honorarium dla ambasadora marki promującego certyfikowane produkty - pokaz z jego udziałem w telewizji TVN w programie "Dzień dobry TVN"	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121

3.6.3	Pokaz gotowania ambasadora marki w TVN w programie "Dzień dobry TVN"	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121
2.7.1	Przygotowanie do pierwszego pokazu z ambasadorem marki na żywo w Internecie (streaming live w YouTube)	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121
2.7.2	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (strraming live na YouTube) - 1 z 4	**01.08.2018**	**30.11.2018**	121
5.7	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**	**01.08.2018**	**30.11.2018**	**122**
5.7.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 4 miesiące)	01.08.2018	30.11.2018	122
5.7.2	III konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	01.08.2018	30.11.2018	121
5.8	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**	01.08.2018	30.11.2018	122
5.8.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	01.08.2018	30.11.2018	122
	ETAP VI			
6	**Reklama w telewizji**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**122**
3.1.1	Emisja spotu telewizyjnego dot. Masła i Twarogów: 70 emisje w TVN Style, 80 emisji w Kuchnia+, 55 emisji TVN	01.12.2018	28.02.2019	122
6.1	**Reklama w radiu**	**01.12.2018**	**31.03.2019**	**59**
6.1.1	Emisja spotu radiowego w Meloradio Słupca (10 emisji)	01.12.2018	31.12.2018	31
6.1.2	Emisja spotu radiowego w Meloradio Olsztyn (10 emisji)	01.12.2018	31.12.2018	31
6.2	**Reklama w Internecie**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**90**
6.2.1	Emisja reklamy banerowej na portalu twojaslupca.pl (3 miesiące)	01.12.2018	28.02.2019	90

6.2.2	Emisja reklamy banerowej na portalu nowypm.pl (3 miesiące)	01.12.2018	28.02.2019	90
6.2.3	Emisja reklamy banerowej na portalach o zasięgu ogólnopolskim (~1,33 mln odsłon, 1 miesiąc)	01.12.2018	28.02.2019	28
6.5	**Pokazy**	**01.12.2019**	**28.02.2019**	**90**
6.5.1	Honorarium dla ambasadora marki promującego certyfikowane produkty - pokaz z jego udziałem w telewizji TVN w programie "Dzień dobry TVN"	01.12.2018	31.12.2018	31
6.5.2	Pokaz gotowania ambasadora marki w TVN w programie "Dzień dobry TVN"	01.12.2018	31.12.2018	31
6.5.3	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (strraming live na YouTube) - 3 z 4	01.12.2018	28.02.2019	**90**
6.5.4	Pokaz gotowania ambasodora marki transmitowany na żywo w Internecie (strraming live na YouTube) - 4 z 4	01.12.2018	28.02.2019	**90**
6.7	**Inne kanału przekazu: billboardy**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**59**
6.7.1	Opracowanie billboardów (przygotowanie graficzne)	01.12.2018	31.12.2018	31
6.7.2	Emisja reklamy na billboardach elektronicznych (1 szt. przy Praskiej Giełdzie w Warszawie i 1 szt. Przy Marpol-u w Warszawie)	01.12.2018	28.02.2019	89
6.8	**Inne kanały przekazu: media społecznościowe**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**90**
6.8.1	Kampania w mediach społecznościowych - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 9'000 odsłon, 3 miesiące)	01.12.2018	28.02.2019	90
6.8.2	IV konkurs na Facebooku (w tym przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	01.12.2018	28.02.2019	89
6.8.3	I konkurs na Facebooku (w tym przygotowanie regulaminu przez prawnika dla wszystkich konkursów na Facebooku, przeprowadzenie konkursu, wyłonienie 10 zwycięzców, wysyłka nagród, publiczne podsumowanie konkursu)	01.12.2018	28.02.2019	90

6.9	**Inny kanał przekazu: ambasador marki**	01.12.2018	**28.02.2019**	90
6.9.1	Wykorzystanie wizerunku ambasadora marki do reklamy zewnętrzenej typu outdoor, banerów reklamowych, plakatów, ulotek, reklamy w Internecie, reklam typu digital.	01.12.2018	28.02.2019	90

10. Podział operacji na etapy

Lp.	Nr etapu	Data rozpoczęcia realizacji etapu	Data zakończenia realizacji etapu	Czas trwania etapu podany w dniach
	1	2	3	4
4	IV (Czwarty)	01.04.2018	31.07.2018	122
5	V (Piąty)	01.08.2018	30.11.2018	122
6	VI (Szósty)	01.12.2018	28.02.2019	90

Opis działań reklamowych wraz z dodatkowymi wytycznymi

<u>Szczegółowe wytyczne do działań:</u>

2.1.1 Scenariusz musi być zaakceptowany przez SMU Strzałkowo. Wymagana obecność przedstawiciela SMU Strzałkowo podczas nagrań.

4.6.1/ 5.7.1/ 6.8.1 Obejmuje projekt 3 postów tygodniowo i publikację min. 2 postów tygodniowo o zasięgu płatnych reklam 9 000 odsłon każdego postu. W tym 4 post w miesiącu w postaci filmów. Posty mają nawiązywać do produktów certyfikowanych „Jakość Tradycja" oraz do Ambasadora marki.

Działanie również obejmuję zmiany zdjęcia w tle i zdjęcia profilowego- przy obowiązkowej akceptacji SMU Strzałkowo

4.6.2/ 5.7.2./ 6.8.2./ 3.9.2 Temat i koncepcja konkursu musi być zaakceptowana przez SMU Strzałkowo.

4.1.3/ 6.2.3 Reklama na portalach ogólnopolskich i osiągnięciu współczynnika CTR na poziomie min. 0,5%- 1%. Po przedstawieniu kosztorysu reklam, portale ogólnopolskie muszą być obowiązkowo zaakceptowane przez SMU Strzałkowo. SMU Strzałkowo ma prawo do wprowadzenia uwag.

3.6.1/ 2.7.2/ 4.4.1/ 5.5.1 Scenariusz musi być zgodnie z wytycznymi SMU Strzałkowo oraz zaakceptowany obowiązkowo przez Zamawiającego (SMU Strzałkowo). Wymagana obecność przedstawiciela SMU Strzałkowo podczas nagrań.

3.6.3./ 6.5.2. Wymagana obecność przedstawiciela SMU Strzałkowo podczas programu. Konsultacja scenariusza z Ambasadorem Marki- przy obowiązkowej akceptacji scenariusza przez SMU Strzałkowo.

4.7.1/ 5.8.1./ 6.9.1 Ambasadorem produktów podlegających promocji jest pan Mateusz Gessler.

3.1.1. Po przedstawieniu kosztorysu emisji muszą być obowiązkowo zaakceptowane godziny emisji reklamy w TV przez SMU Strzałkowo. SMU Strzałkowo ma prawo do wprowadzenia uwag.

Załącznik Nr 2 do Zapytania Ofertowego nr 2

FORMULARZ OFERTOWY WYKONAWCY

Dane Wykonawcy:

Nazwa: . .....

Siedziba: .....

Nr telefonu/faks: .....

adres-mail: .....

Województwo: .....

nr NIP: .....

nr REGON: .....

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Dane dotyczące Zamawiającego:

Spółdzielnia Mleczarska Udziałowców

ul. Gen. Sikorskiego 28

62-420 Strzałkowo

W odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe nr 1 w ramach projektu *pt.: JAKOŚĆ I TRADYCJA ZE STRZAŁKOWA"* 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 **netto:**

CENA netto **_ _ _ . _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ , _ _ 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:
   - posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2016, poz. 1829 ze zm.);
   - znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
   - posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
   - dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
   - dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
6. Oświadczamy, że oferta jest dla nas wiążąca przez okres 3 miesięcy, liczony od daty ustalonej na złożenie oferty.
7. Oświadczam (-my), ze przedmiot zamówienia wykonam (-my)osobiście/z udziałem podwykonawców*.
8. Wykaz części zamówienia, której wykonanie Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy:
   a) ……
   ……
   b) ……
   ……

Osoba do kontaktów z Zamawiającym:

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

zakres odpowiedzialności: ……

……

Załączniki do Formularza Ofertowego:

1. ……
2. ……
3. ……
4. ……

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r. .....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu podmiotu

*) niepotrzebne skreślić

Załącznik Nr 3 do Zapytania Ofertowego Nr 2

UMOWA NR …….*(wzór)*

z dnia …….

pomiędzy:

Spółdzielnią Mleczarską Udziałowców z siedzibą w Strzałkowie, ul. Gen. Sikorskiego 28, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, IX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000035625, NIP 6670003995

reprezentowaną przez:

Prezesa Zarządu - Piotra Borowskiego

Członka Zarządu – Andrzeja Ruminkiewicza

zwaną dalej **Zamawiającym**,

a

……..

……..

……..

zwanym dalej **Wykonawcą**

uwzględniając:

1. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) nr 807/2014 z dnia 11 marca 2014 r. uzupełniające 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 wprowadzające przepisy przejściowe;
2. Ustawę 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 (tj. Dz. U. z 2017 r., poz. 562 ze zm.);
3. Rozporządzenie 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 (Dz. U. 2016, poz. 1080 ze zm.);

Uzgodniono, co następuje:

§ 1 – Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca a Wykonawca zobowiązuje się do realizacji zadań w ramach projektu *pt.: JAKOŚĆ I TRADYCJA ZE STRZAŁKOWA"*, w zakresie określonym w zapytaniu ofertowym nr 2 oraz w załączniku 1 do niniejszej umowy, zwanych dalej „przedmiotem umowy" lub „przedmiotem zamówienia".
2. Wykonawca ma prawo posługiwać się podwykonawcami w celu należytego wykonania Umowy, z zastrzeżeniem, że wybrani przez niego podwykonawcy muszą zostać uprzednio

zatwierdzeni na piśmie przez Zamawiającego. W żadnym wypadku Zamawiający nie będzie ponosić konsekwencji potencjalnych sporów powstałych pomiędzy Wykonawcą a jego potencjalnymi podwykonawcami, w szczególności dotyczących zapłaty na ich rzecz wynagrodzenia z tytułu realizacji przez danego podwykonawcę powierzonych mu przez Wykonawcę działań wchodzących w zakres wykonania Umowy przez Wykonawcę. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność zarówno wobec podwykonawców jak również wobec Zamawiającego za rezultat działań podjętych celem realizacji niniejszej Umowy. Dotyczy to również odpowiedzialności finansowej i odszkodowawczej, która to odpowiedzialność Zamawiającego jest całkowicie wyłączona w przypadku działań Wykonawcy, który ponosi pełną odpowiedzialność w tym zakresie. Do zakresu odpowiedzialności Wykonawcy nie stosuje się ograniczenia odpowiedzialności wynikającej z art. 429 kodeksu cywilnego.

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

§ 2 - Czas trwania

1. Jeżeli z jakichkolwiek względów umowa o przyznaniu pomocy na realizację kampanii, o której mowa w § 1 ust.1 zostanie rozwiązana - niniejsza umowa wygasa i z tego tytułu Wykonawcy nie przysługują żadne roszczenia wobec Zamawiającego.
2. Termin rozpoczęcia realizacji umowy to 1 marca 2018 r., realizacja umowy dzieli się na trzy etapy.
3. Termin zakończenia kampanii – realizacji umowy: 28.02.2019 r.
4. Zamawiający ma prawo do czasowego zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy w przypadku gdy wymagane na jej wykonanie środki nie są dostępne w budżecie przedsięwzięcia. W takim przypadku Zamawiający zobowiązany jest do rozliczenia ze Wykonawcę w terminie 14 dni od dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania Umowy, z wyłączeniem sytuacji rozwiązania Umowy, o których mowa w § 10 Umowy udokumentowanych i zaakceptowanych uprzednio przez Zamawiającego kosztów kwalifikowanych, poniesionych do dnia zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy oraz zapłaty należnego wynagrodzenia.

§ 3 - Budżet przedmiotu umowy

1. Strony ustalają, że budżet przedmiotu umowy wynosi ……. **PLN netto,** (słownie: ……PLN), powiększony o przypadający podatek VAT, naliczony zgodnie z obowiązującą Wykonawcę podatku od towarów i usług VAT wynoszący ……PLN.
2. Kwota o której mowa w ust. 1 uwzględnia wszelkie zobowiązania Zamawiającego wobec Wykonawcy za realizację przedmiotu o którym mowa w § 1 ust. 1.
3. Budżet kampanii, nie może w żadnym wypadku ulec zwiększeniu, nawet jeżeli rzeczywisty koszt działań poniesionych przez Wykonawcę w związku z przeprowadzeniem kampanii przekracza koszt wskazany w załączniku 1. Wykonawca ponosi wyłączne ryzyko przekroczenia kosztów.

§ 4 – Realizacja działań

1. Wykonawca ponosi wyłączną odpowiedzialność techniczną, finansową i odszkodowawczą za działania określone w załączniku 1, w tym za ich zgodność z obowiązującymi przepisami krajowymi, wspólnotowymi oraz zasadami konkurencji mającymi zastosowanie w danej dziedzinie.
2. Zamawiający przydziela personel niezbędny do monitorowania i nadzoru realizacji działań przewidzianych w harmonogramie.
3. Wykonawca zobowiązuje się do:
   a) informowania i rozpowszechniania informacji o pomocy otrzymanej przez Zleceniodawcę 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;
   b) wyraźnego i czytelnego oznakowania materiałów informacyjnych i promocyjnych (w tym przekazów audiowizualnych, strojów dla hostess i kucharzy), związanych z realizowaną operacja (kampanią), 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: **a.borowska@smu.com.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, a następnie Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. 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 ust. 5 Wykonawca rozpocznie prace nad projektami co najmniej 55 dni przed ich realizacją, bądź produkcją, przy czym co najmniej 40 dni przed ich realizacją lub produkcją Wykonawca zobowiązany jest przesłać ostateczny projekt uwzględniający uwagi Zamawiającego – w całości – do akceptacji Zamawiającego. W przypadku niedotrzymania niniejszego terminu Wykonawca ponosi ryzyko, że Zamawiający nie dokona akceptacji przekazanych projektów materiałów w terminie pozwalającym Wykonawcy na ich realizację lub produkcję.

~~7.~~6. 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.).

~~8.~~7. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do wskazanych w ust. 5 i 6 projektów materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych oraz innych, o których mowa w ust. 5, które muszą zostać uwzględnione przez Wykonawcę niezwłocznie, nie później niż w ciągu 2 dni roboczych. 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.

~~9.~~8. 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 Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa lub Komisji Europejskiej, które dotyczą realizacji Przedmiotu Umowy.

~~10.~~9. W przypadku nieprzekazania kompletnych informacji lub dokumentów bądź też przekazania nieprawdziwych informacji przez Zamawiającego – Wykonawca nie będzie ponosił odpowiedzialności za skutki z tego wynikające, jednak jest zobowiązany do niezwłocznego zawiadomienia Zamawiającego o wykrytych nieprawidłowościach w celu przeprowadzenia kampanii zgodnie z Umową. Wykonawca zobowiązuje się do wykonywania wszelkich działań związanych z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem oraz standardami zawodowymi.

~~11.~~10. 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.

~~12.~~11. Osobami odpowiedzialnymi za kontakt pomiędzy Stronami i upoważnionymi do podejmowania decyzji związanych z wykonaniem kampanii, w tym w szczególności do akceptacji projektów materiałów przesłanych przez Wykonawcę, będą:

a) ze strony Zamawiającego: Agnieszka Borowska (dalej: „**Szef Projektu**”), adres e-mail a.borowska@smu.com.pl, nr telefonu 884 700 301 ze strony Wykonawcy: ……

§ 5 – Zasady płatności

1. Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Zamawiającemu faktur za:

a) działania zrealizowane w danym etapie realizacji Umowy nie później niż w ciągu 10 dni roboczych przed zakończeniem danego etapu, lub
b) zrealizowane działanie w danym etapie realizacji Umowy bezpośrednio po zrealizowaniu działania, lecz nie później niż w ciągu 10 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 14 dni przed ich wykonaniem.

2. Do każdej faktury powinny być dostarczone materiały potwierdzające realizację usług których dotyczy dana faktura. Przedstawione materiały powinny w szczególności w sposób nie pozostawiający wątpliwości potwierdzać zgodnie z umową wykorzystanie zatwierdzonych przez Zamawiającego i Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa projektów materiałów informacyjnych oraz zamieszczenie informacji o których mowa w § 4 ust. 3.
3. Zamawiający zobowiązuje się do regulowania wydatków kwalifikowanych (w rozumieniu obowiązujących przepisów a w szczególności 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) związanych z realizacją działań w ramach przedmiotu zamówienia w terminie **14 dni** od dnia otrzymania łącznie:
   - 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
4. W szczególności w przypadku gdy Zamawiający lub Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa lub inny podmiot odpowiedzialny za kontrolę prawidłowości realizacji działań stwierdzi, że umowa lub poszczególne działania zostały nienależycie wykonane przez Wykonawcę,

to zobowiązuje się on do zwrotu Zamawiającemu w całości wszystkich należności pieniężnych otrzymanych od Zamawiającego w związku z Umową

5. W przypadku nie uznania przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa kosztów kampanii z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, jest on zobowiązany do zwrotu na rzecz Zamawiającego wszystkich niezakwalifikowanych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa kosztów w terminie 14 dni od momentu pisemnego powiadomienia Wykonawcy o tym fakcie.
6. Postanowienia ust. 4 nie wyłączają możliwości dochodzenia od Wykonawcy kar umownych oraz roszczeń odszkodowawczych od Wykonawcy przez Zamawiającego na zasadach ogólnych.

§ 6 - Kary umowne

Strony postanawiają, że obowiązującą je formą odszkodowania w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań umownych będą kary umowne w następujących wypadkach i wysokościach:

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne:
   1) w przypadku opóźnienia w zakończeniu Kampanii, o którym terminie mowa w § 2 ust. 3 w wysokości 1 % wynagrodzenia umownego za każdy dzień opóźnienia ;
   2) w przypadku opóźnienia w usunięciu nieprawidłowości i błędów w realizacji Kampanii w wysokości 1 % wynagrodzenia umownego 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 § 2 ust. 2 i w zał. do niniejszej umowy pn.: Plan finansowy operacji wraz z zestawieniem rzeczowo – finansowym w wysokości 1% wynagrodzenia umownego 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 1 % wynagrodzenia umownego;
   5) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 6 w wysokości 1 % wynagrodzenia umownego 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. 8 tzn. nieuwzględnienia przez Wykonawcę, nie później niż w ciągu 2 dni roboczych uwag Zamawiającego w wysokości 0,1 % wynagrodzenia umownego za każdy dzień opóźnienia;
7) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 11 tzn. braku informacji na rzecz Zamawiającego o tworzeniu spotów reklamowych oraz innych obowiązków przewidzianych w tym ustępie w wysokości 0,1 % wynagrodzenia umownego za każdy dzień opóźnienia;
8) w przypadku niespełnienia przez Wykonawcę wymogu, o którym mowa w § 4 ust. 11 tj. niezatwierdzenia przez Zamawiającego projektów i to w formie pisemnej w wysokości 1 % wynagrodzenia umownego za każde naruszenie;
9) W przypadku niespełnienia przez Wykonawcę jakiegokolwiek obowiązku zapisanego w niniejszej umowie w wysokości 5% wynagrodzenia umownego;

w przypadku odstąpienia od umowy przez którąkolwiek ze stron, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w wysokości 20% wynagrodzenia umownego.

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.

§ 7 – Rozliczanie umowy

1. Rozliczanie umowy odbywa się etapami, zgodnie z podpisaną między Zamawiającym a Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. Oprócz wymagań przedstawionych w § 5 niniejszej umowy Wykonawca zobowiązuje się również do przekazania Zamawiającemu tabelarycznego zestawienia płatności rzeczywiście dokonanych za dany etap, oraz sprawozdania z przeprowadzonych działań w ramach kampanii za dany etap w terminie nie później niż 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. 2 Wykonawca zobowiązany jest do przedkładania dokumentów dowodowych potwierdzających poniesione wydatki oraz wszelkich, statystyk oraz materiałów dowodowych w postaci m.in.: fotografii, nagrań, tytułów prasowych zawierających przedmiotową reklamę, filmów wykonanych w ramach kampanii. Faktury oraz dokumenty towarzyszące wystawione w języku obcym muszą być przetłumaczone na język polski. W przypadku, gdy Wykonawca zlecił wykonanie części działań objętych niniejszą umową podwykonawcy, Wykonawca dodatkowo zobowiązuje się na żądanie Zamawiającego przedstawiać kopie faktur/rachunków przez podwykonawcę na Wykonawcę z tytułu realizacji ww. działań. 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 § 5.

§ 8 – Kontrole

1. Wykonawca zobowiązany jest prowadzić księgowość analityczną pozwalającą na identyfikację przychodów i rozchodów związanych z realizacją działań objętych Umową. Na wezwanie Zamawiającego, Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, Komisji Europejskiej i Europejskiego Trybunału Obrachunkowego, Wykonawca zobowiązany jest udostępnić wszelkie informacje i dokumenty niezbędne do weryfikacji wykonania przyjętych zobowiązań określonych w Umowie, w tym wszelkie faktury VAT otrzymane od Konsorcjantów (jeżeli dotyczy) i wszystkich podwykonawców, wystawione w ramach realizacji kampanii w okresie 5 lat od zakończenia realizacji działań.
2. Wykonawca przyjmuje do wiadomości i akceptuje, że Zamawiający oraz Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa i Komisja Europejska mogą w każdej chwili przeprowadzić kontrole techniczne i księgowe postępu prac i realizacji działań w ramach umowy. Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa oraz Komisja Europejska lub Europejski Trybunał Obrachunkowy, mają również dostęp do ksiąg i innych dokumentów Wykonawcy związanych z poniesionymi płatnościami w ramach umowy, od momentu jej podpisania przez pięć lat po dacie zapłaty ostatniej płatności na rzecz Wykonawcy.

§ 9 – Prawa własności intelektualnej

1. Wykonawca zobowiązuje się do ochrony lub zapewnienia ochrony wyników działań, które mogą być objęte prawami własności intelektualnej, uzyskanych w ramach wykonywania niniejszej umowy.
2. O ile strony nie ustalą inaczej na podstawie niniejszej Umowy i w ramach wynagrodzenia określonego w Umowie, Wykonawca przenosi na rzecz Zamawiającego bezwarunkowo i nieodwołalnie autorskie prawa majątkowe, 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. 2017, poz. 880 z późn. zm. –zwanej dalej „ustawą”) i jako takie będą podlegały ochronie wynikającej z przepisów ustawy (dalej „Utwory”) na wszystkich znanych polach eksploatacji w szczególności na następujących polach eksploatacji:
   a) wszelkie utrwalania i zwielokrotnienia Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechaniczną, optyczną, elektroniczną lub inną techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formacie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, wizyjnych i fonicznych, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci oraz wykonywania kopii tych utrwaleń;
   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 przekaże 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 przekaże, do wykonywania i zezwalania na rozpowszechnianie i korzystanie z opracowań Utworów, w tym m.in. tłumaczeń na inne języki, zmiany czcionki lub koloru oraz wykonywanie pozostałych praw zależnych;
   b) udziela w imieniu własnym oraz osób uprawnionych z tytułu osobistych praw autorskich do Utworów Zamawiającemu lub podmiotom wskazanym przez Zamawiającego zgody na wykonywanie w imieniu Wykonawcy oraz ww. osób autorskich praw osobistych do Utworów i z tego tytułu Zamawiający jest uprawniony w szczególności do: nadzorowania postępu realizacji Utworów, przeglądania materiałów roboczych, przekazywania materiałów roboczych do oceny osób trzecich, wnoszenia zmian i poprawek;
   c) wyraża zgodę na włączenie Utworów w całości lub w części do innego utworu lub też do połączenia z innym utworem.
7. Wykonawca z chwilą przekazania Zamawiającemu Utworów, przenosi na Zamawiającego prawo do uzyskania: patentu na wynalazek, prawa ochronnego na wzór użytkowy, prawa z rejestracji wzoru przemysłowego lub prawa ochronnego na znak towarowy, o ile Utwory lub ich części będą podlegać ochronie wynikającej ze stosownych przepisów ustawy – Prawo własności przemysłowej.
8. W przypadku wynalezienia nowego, nieznanego w momencie podpisania Umowy, pola eksploatacji, Wykonawca zobowiązuje się:

a) przenieść na Zamawiającego bez jakichkolwiek ograniczeń terytorialnych i czasowych autorskie prawa majątkowe do Utworów na nowym polu eksploatacji;
b) przenieść na Zamawiającego wyłączne prawo zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich na nowym polu eksploatacji;
c) udzielić zgód i upoważnień w zakresie określonym w ust. 6 Umowy i zobowiązać się nie wykonywać autorskich praw osobistych do Utworów, w tym oznaczania autorstwa utworów;
d) przenieść na Zamawiającego prawa określone w ust. 7 Umowy za cenę nie wyższą niż 200 netto (słownie: dwieście złotych) za każde nowo wynalezione pole eksploatacji.

9. Niezależnie od przeniesienia na Zamawiającego praw, o których mowa w niniejszym paragrafie, Wykonawca w ramach wynagrodzenia za przeprowadzenie Kampanii, w zakresie określonym ust. 6-8 powyżej, upoważnia Zamawiającego do korzystania z know-how zawartego w Utworach.
10. Wykonawca wyraża niniejszym zgodę, aby Komisji Europejska lub Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa 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.

§ 10 – Poufność i zakaz konkurencji

1. Wykonawca zobowiązuje się zachować w tajemnicy wszelkie informacje, przekazane przez Zamawiającego, jak też informacje do których Wykonawca uzyska dostęp po podpisaniu Umowy, w szczególności wszelkie informacje handlowe, techniczne i technologiczne Zamawiającego poznane w wyniku przeprowadzania Kampanii, bez względu na to czy zostały oznaczone, jako poufne czy nie zostały oznaczone żadnym równoznacznym określeniem i niezależnie czy były uzyskane przez Wykonawcę w formie pisemnej, ustnej, czy w jakiejkolwiek innej formie. 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 2003 r., nr 153, poz. 1503 z późn. zm.).

§ 11 – Rozwiązanie umowy

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

a) jeśli Wykonawca nie może uzyskać z własnej winy jednego z pozwoleń lub zezwoleń niezbędnych do realizacji umowy;

b) jeśli Wykonawca nie wykona jednego ze zobowiązań umownych, pomimo otrzymania od Zamawiającego wezwania do jego wykonania -w terminie dodatkowym do 3 dni roboczych od dnia odebrania wezwania wysłanego listem poleconym za potwierdzeniem odbioru;

a) 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 niniejsza umowa.

§ 14 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) zał. nr 1 pn: Plan finansowy operacji wraz z zestawieniem rzeczowo – finansowym.
   2) zał.nr 2 – Załącznik nr 1- do zapytania ofertowego nr 1.

Wykonawca **Zamawiający**

Załącznik Nr 4 do Zapytania Ofertowego Nr 2

pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie
o braku podstaw do odrzucenia oferty

Składając ofertę w postępowaniu na realizację na zadań w ramach projektu

pt.: JAKOŚĆ I TRADYCJA ZE STRZAŁKOWA"

oświadczam (-y), że nie ma podstaw do odrzucenia niniejszej oferty z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdziale VIII „Odrzucenie oferty" **Zapytania Ofertowego nr 2.**

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r.

.....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu podmiotu

pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie
o braku powiązań z Zamawiającym

Składając ofertę w postępowaniu na realizację zadań w ramach projektu

pt.: JAKOŚĆ I TRADYCJA ZE STRZAŁKOWA"

oświadczam (-y), że nie jestem (-śmy)podmiotem powiązanym kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające na:

- uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej;
- posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji spółki kapitałowej;
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika;
- pozostawianiu 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;
- pozostawaniu z Zamawiającym w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r. .....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli w imieniu podmiotu