

ZAPYTANIE OFERTOWE nr ZPM 02/03/2023
dotyczące
przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu
„Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego”

1. Informacja o podstawach prawnych

Postępowanie dotyczące wyboru Wykonawcy prowadzone jest zgodnie z konkurencyjną procedurą wyboru na podstawie prawa, w szczególności:

1. ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1496);
2. ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (t.j. Dz. U. 2022, poz. 1360);
3. 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. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322);
4. Zasad Obsługi Funduszy Promocji Produktów Rolno-Spożywczych, stanowiących Załącznik nr 1 do Zarządzenia Nr 06/2022/Z Dyrektora Generalnego KOWR z dnia 20 stycznia 2022 r.

Ilekcroć w Zapytaniu Ofertowym jest mowa o Wykonawcy należy przez to również rozumieć Oferenta.

2. Informacja o Zamawiającym

Związek „Polskie Mięso”

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa

KRS 0000063289, NIP 526-17-19-336, Regon 010700994

Tel. +48 22 830 26 56

mail: biuro@polskie-mieso.pl

Związek „Polskie Mięso” to organizacja, która reprezentuje interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów, działających w obrębie branży mięsnej oraz współpracujących z nią w zakresie ich działalności wytwórczej, handlowej i/lub usługowej, w szczególności wobec organów państwowych.

Zrzeszenie kształtuje i upowszechnia zasady etyki w działalności gospodarczej, w szczególności opracowując i doskonaląc normy rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym.

Zadaniem Związku „Polskie Mięso” jest przyczynianie się do tworzenia warunków rozwoju życia gospodarczego oraz wspieranie inicjatyw gospodarczych członków. Równocześnie ZPM może, we współpracy z właściwymi organami oświatowymi, popierać rozwój kształcenia zawodowego, wspierać naukę zawodu w zakładach pracy oraz doskonalenie zawodowe pracowników. Istotnym zadaniem Związku Polskie Mięso jest również promocja mięsa oraz wyrobów z niego.

3. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu pt. „Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego”

PODSTAWOWE DANE O PROJEKCIE	
Nazwa projektu	„Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego”.
Łączny termin realizacji	Od 1 kwietnia 2023 roku do 31 marca 2024 roku
Miejsce realizacji	Polska.
Cele kampanii	<ul style="list-style-type: none">• Promocja wśród producentów i przetwórców niskoemisyjnego sposobu produkcji wieprzowiny z uwzględnieniem metod redukcji GHG i sekwestracji węgla w produkcji mięsa oraz komunikacja konsumencka w odniesieniu do produktów mięsnych wytworzonych z uwzględnieniem redukcji śladu węglowego i dobrostanu zwierząt;• Działania mające na celu zabezpieczenie branży przed kryzysami wizerunkowymi oraz kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców wieprzowiny oraz mięsa wieprzowego;• Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce;• Kreowanie pozytywnego wizerunku hodowców i przetwórców drobiu.
Adresaci	<ul style="list-style-type: none">• Przetwórcy mięsa, hurtownicy, sieci handlowe, konsumenci;• Środowiska opiniotwórcze: blogerzy, influencerzy, dietetycy, organizacja wspierające zdrowy styl życia, służba zdrowia, organizacje zajmujące się ochroną środowiska;• Instytucje ustawodawcze, rządowe, samorządowe, doradcze w kraju. <p>Komunikacja kierowana do mediów branżowych i popularnych, zwłaszcza do działów zajmujących się rolnictwem, gospodarką, zdrowiem, lifestylem, ekologią, klimatem.</p> <p>Media społecznościowe targetowane z uwzględnieniem krytycznych grup demograficznych (generacje młodsze do</p>

	średniego wieku są najbardziej skłonne rezygnować z konsumpcji mięsa).
Budżet zamówienia	904 700 PLN brutto, w tym zawarty jest podatek VAT.
Niedopuszczalność ofertowa	W ofercie proponowane działania nie mogą być przedstawione jako warianty (wariantowość).
Źródło finansowania projektu	Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego, Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego.
Obowiązkowa informacja	<p>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 (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1496). Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania biuletyn, korespondencja mailowa i pisemna, muszą być oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania:</p> <p><i>„Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego oraz z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”</i></p> <p>oraz logo Zamawiającego.</p> <p>Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.</p>
Monitoring i ewaluacja	<p>Monitoring prowadzony będzie przez cały okres trwania kampanii. W jego zakres wchodzić będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • monitoring publikacji w prasie, radio, telewizji i internecie wykorzystujący zewnętrzne narzędzia; • monitoring wzmianek w mediach społecznościowych, wykorzystujący zewnętrzne narzędzia informatyczne; • monitoring wyników działań reklamowych prowadzonych w mediach społecznościowych realizowany przy użyciu narzędzi dostępnych w ramach platform mediów społecznościowych. <p>Na zakończenie projektu przygotowany zostanie raport z monitoringu mediów tradycyjnych i elektronicznych oraz mediów społecznościowych, który będzie zawierał dokumentację materiałów, które ukazały się w związku z projektem.</p> <p>Dodatkowo, przygotowane zostanie zestawienie wyników kampanii reklamowej.</p> <p>Ewaluacja będzie przeprowadzona na podstawie:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • zasięgu działań reklamowych w mediach społecznościowych; • liczby publikacji prasowych i internetowych wygenerowanych projektu; • liczby odsłon podstrony internetowej, która powstanie przy projekcie; • liczba komunikatów prasowych wysłanych do mediów. <p>Całość zostanie podsumowana raportem.</p>
Obowiązek kaucji	Wybrany Wykonawca w ciągu 7 dni od zawarcia umowy musi wpłacić na konto Zamawiającego kaucję w wysokości 50 000 PLN tytułem zabezpieczenia należytego wykonania umowy. Kaucja będzie zwrócona w ciągu 7 dni od dnia całkowitego rozliczenia kampanii KOWR z Zamawiającym. Szczegóły w projekcie umowy – Załącznik nr 6.

4. Opis i cele

4.1. Kontekst zadania

Sektory mięsa: drobiowego i wieprzowego stoją przed wieloma wyzwaniami. Wiele z nich dotyczy szeroko pojętej ochrony wizerunku branży mięsnej.

Mimo że sektor stale się unowocześnia, zwiększa efektywność zużycia surowców i minimalizuje negatywne skutki hodowli, prezentowany jest jako jeden z głównych winowajców niszczenia środowiska oraz znaczący czynnik ocieplania klimatu. Przeciwnicy branży przypisują jej działaniu szereg negatywnych konsekwencji zdrowotnych. Coraz częściej działalność sektora wywołuje także kontrowersje mieszkańców wsi, którzy nie prowadzą produkcji rolniczej.

Zarzuty stawiane przez przeciwników branży często nie znajdują potwierdzenia w badaniach naukowych, jednak emocje i niewiedza opinii publicznej umożliwia ich popularyzację. Jednostkowe przypadki przekroczeń prawa pokazywane są jako powszechna praktyka sektora zagrażająca całej zbiorowości konsumentów. Tezy te znajdują silny oddźwięk w mediach. W efekcie coraz więcej osób sprzeciwia się hodowli świń, drobiu czy też bydła mięsnego, a samo spożywanie mięsa zaczyna być postrzegane jako nieetyczne oraz szkodliwe tak dla zdrowia człowieka jak i środowiska naturalnego.

4.2. Cele

Edukacja liderów opinii, decydentów oraz zabezpieczenie branży mięsnej przed kryzysami wizerunkowymi, które bezpośrednio wpływają na poziom zaufania i wysokość spożycia przez potencjalnych konsumentów.

Przygotowanie i prowadzenia komunikacji kryzysowej mającej na celu utrzymanie i/lub zwiększanie sprzedaży i spożycia mięsa.

Zwiększenie świadomości i wiedzy wśród dziennikarzy mediów oraz konsumentów (poprzez działania mające na celu informowanie o jakości i zaletach mięsa oraz ich walorów odżywczych i prozdrowotnych w zrównoważonej diecie).

Przyjęte do realizacji cele główne strategii Funduszu Promocji: Mięsa Wieprzowego i Mięsa Drobiowego muszą być zgodne z zasadami SMART:

- Sprecyzowany – przeprowadzenie kampanii w prasie i Internecie, która będzie zapobiegać szerzeniu negatywnych i nieprawdziwych informacji dotyczących całej branży mięsnej.
- Mierzalny – reklama w mediach społecznościowych, jak też działania PR będą stale monitorowane, a ich efekty będą podlegały regularnej ewaluacji.
- Akceptowalny – założone cele są w pełni osiągalne dzięki prowadzeniu kampanii kilkoma kanałami równolegle (strona www, media społecznościowe, prasa itp.) przy wsparciu biura prasowego i kancelarii prawnej oraz przeprowadzeniu analiz na temat kwestii zdrowotnych/ środowiskowych, które posłużą budowaniu lepszego wizerunku branży.
- Realny – przeprowadzenie kampanii na rynku krajowym w tym edukacja liderów opinii oraz decydentów pozytywnie wpłynie na preferencje zakupowe konsumentów i zminimalizuje negatywne opinie o branży.

Cele szczegółowe dla mięsa wieprzowego:

- Zabezpieczenie branży przed kryzysami wizerunkowymi tzw. „złej prasie” ukazującej negatywną ocenę mięsa wieprzowego;
- Wspieranie działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności, dobrostanu zwierząt, zrównoważonej produkcji i ochrony środowiska

Cele szczegółowe dla mięsa drobiowego:

- Zabezpieczenie branży przed szkodliwym ustawodawstwem, np. dotyczącym ubojów na religijnych lub pasz GMO;
- Zabezpieczenie branży przed kryzysami wizerunkowymi, mogącymi negatywnie wpłynąć na poziom zaufania do mięsa drobiowego, w tym w szczególności obalenie mitów dotyczących GMO, hormonów i antybiotyków w mięsie drobiowym;

5. Szczegółowy opis działania

Działania realizowane w ramach wniosku koncentrować się będą na dwóch elementach: ochronie wizerunku polskiego sektora mięsa i przeciwdziałaniu kryzysom wizerunkowym. Będą polegać na kreowaniu wartościowych materiałów, które będą służyły budowaniu pozytywnej narracji wobec branży. Zadanie będzie realizowane w: prasie, mediach społecznościowych, Internecie.

W ramach działań zostaną zrealizowane następujące zadania:

1. Działania reklamowe w wybranych kanałach komunikacji
 - 1.1. Artykuły sponsorowane w prasie branżowej o nakładzie minimum 2,5 tys. sztuk;
 - 1.2. Kampania reklamowa w Internecie upowszechniająca merytoryczne argumenty na temat branży prowadzona w serwisach: Facebook, Instagram oraz Twitter;
 - 1.3. Kampania z wybranym influencerem/youtuberem, wspierająca ochronę wizerunku branży, prowadzona na kanale wybranego influencera/youtubera;
 - 1.4. Działania marketingowe prowadzone w mediach ogólnopolskich i branżowych;

- 1.5. Działania marketingowe realizowane w mediach śniadaniowych i/lub mediach lifestylowych (np. parentingowych, pismach kobiecych).
2. Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych:
 - 2.1. Opracowanie grafik i infografik do wykorzystania na portalach Facebook, Instagram, Twitter i ewentualnie w artykułach sponsorowanych;
 - 2.2. Skład materiałów informacyjno-promocyjnych obejmuje nomenklaturę graficzną i opracowanie analiz w formie pliku Pdf, która będzie publikowana na stronie www oraz przekazywana dziennikarzom poprzez biuro prasowe;
 - 2.3. Rozbudowa strony internetowej wnioskodawcy, poprzez utworzenie podstrony.
3. Prowadzenie serwisu internetowego
 - 3.1. Przebudowa serwisu internetowego wnioskodawcy- utworzenie podstrony;
 - 3.2. Prowadzenie utworzonej podstrony;
 - 3.3. Prowadzenie stałej komunikacji w mediach społecznościowych (Twitter, Facebook, Instagram) w częstotliwości minimum 4 postów miesięcznie w każdym z serwisów (12 postów miesięcznie).
4. Prowadzenie stałego dialogu z kluczowymi mediami, budowanie relacji eksperckiej tak, by w przyszłości była ona dla mediów naturalnym źródłem pozyskiwania opinii, wiedzy, informacji i komentarzy dotyczących branży i jej produktów.
 - 4.1. Utworzenie 6 komunikatów prasowych.
 - 4.2. Prowadzenie biura prasowego:
 - wysyłka 6 komunikatów prasowych do mediów branżowych i ogólnopolskich;
 - umówienie 10 wywiadów lub komentarzy do mediów;
 - przygotowanie też do wywiadów, które tego wymagają;
 - odpowiedzi na pytania dziennikarzy w razie pojawienia się takich pytań drogą mailową;
 - kierowanie do mediów wniosków o sprostowania lub próśb o korektę nieprawdziwych treści, jeśli takie publikacje się pojawiają;
 - przygotowanie raportów z publikacji medialnych;
 - ścisła współpraca z kancelarią prawną, o ile pojawią się sytuacje wymagające interwencji prawnej i wyczerpią się drogi polubownego załatwienia sprawy;
 - przygotowanie raportów z publikacji medialnych.
 - 4.3. Comiesięczne prowadzenie monitoringu mediów przy pomocy zewnętrznego narzędzia do monitoringu.
 - 4.4. Przygotowanie instrukcji komunikacji kryzysowej w formie wewnętrznego dokumentu do wykorzystania przez branżę mięsną np. w sytuacjach kryzysowych.
 - 4.5. Analizy sytuacji kryzysowych i ustalenia stanu faktycznego do określenia potencjału procesowego przez kancelarię prawną (opracowanie raz na kwartał przez agencję PR).
 - 4.6. Działania prawne w przypadku wystąpienia nierzetelnych i nieprawdziwych zarzutów/oskarżeń oponentów wobec branży. Podjęcie działań prawnych zależć będzie od indywidualnej oceny wnioskodawcy i wyczerpania się dróg polubownego załatwienia sprawy.
5. Badania naukowe:
 - 5.1. Realizacja 4 analiz na temat kwestii zdrowotnych i/lub środowiskowych i/lub finansowych i/lub związanych z technologią produkcji, które posłużą budowaniu lepszego wizerunku branży.
 - 5.2. Przygotowanie 2 opinii eksperckich na tematy związane z sektorem mięsnym w kwestiach zdrowotnych i/lub środowiskowych i/lub finansowych i/lub związanych z technologią produkcji.

5.3. Realizacja 2 prostych badań opinii publicznej na temat działalności branży i ważnych aspektów zdrowotnych/ środowiskowych, na podstawie 2-3 pytań.

6. Zasady ologowania i stopka finansowania

Zadanie jest finansowane ze środków funduszy promocji produktów rolno-spożywczych, o których mowa w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji rolno-spożywczych (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r. poz. 1496).

W związku z powyższym wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania muszą być **oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania** o następującej treści:

„Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
i Sfinansowano z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”

oraz musi zawsze być dodane logo Zamawiającego.

Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji i są objęte budżetem.

8. Budżet projektu

Maksymalny budżet projektu, w całym okresie kampanii wynosi **904 700 PLN brutto**, w tym zawarty jest podatek VAT. Poszczególne koszty projektu zawarte są w tabeli poniżej:

Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
	Ilość	Cena jednostkowa	Łącznie
Artykuły sponsorowane w magazynie Polskie Mięso.	6	4 000,00	335 800,00
Kampania reklamowa prowadzona w serwisie Facebook, Instagram oraz Twitter – 1,5 mln wyświetleń.	1	86 800,00	
Kampania z udziałem minimum jednym wybranym influencerem/youtuberem wspierająca ochronę wizerunku branży	1	55 000,00	
Działania marketingowe prowadzone w internetowych i/lub prasowych mediach ogólnopolskich i/lub mediach lifestylowych (np. parentingowych, pismach kobiecych) i/lub branżowych.	1	80 000,00	
Działania reklamowe realizowane w Internecie w Google (GDN, SEM) – 3 mln wyświetleń.	1	90 000,00	
Opracowanie grafik i infografik.	1	13 400,00	30 900,00
Skład materiałów informacyjno-promocyjnych.	1	17 500,00	
Przebudowa serwisu internetowego wnioskodawcy – utworzenie podstrony.	1	9 000,00	130 800,00
Prowadzenie utworzonej podstrony.	12	4 650,00	
Prowadzenie stałej komunikacji w mediach społecznościowych (Twitter, Facebook, Instagram) w częstotliwości minimum 4 postów miesięcznie w każdym z serwisów.	12	5 500,00	
Opracowanie 6 komunikatów prasowych.	6	1 100,00	335 100,00

Prowadzenie biura prasowego.	12	8 300,00	
Prowadzenie monitoringu mediów.	12	4 300,00	
Przygotowanie instrukcji komunikacji kryzysowej.	1	6 700,00	
Analizy sytuacji kryzysowych i ustalenia stanu faktycznego do określenia potencjału procesowego przez kancelarię prawną.	4	5 150,00	
Stała obsługa prawna.	1	150 000,00	
Realizacja 4 analiz na temat kwestii zdrowotnych i/lub środowiskowych i/lub finansowych i/lub związanych z technologią produkcji, które posłużą budowaniu lepszego wizerunku branży.	4	10 000,00	72 100,00
Przygotowanie 2 opinii eksperckich na tematy związane z sektorem mięsnym w kwestiach zdrowotnych i/lub środowiskowych i/lub finansowych i/lub związanych z technologią produkcji.	2	5 450,00	
Realizacja 2 prostych badań opinii publicznej na temat działalności branży i ważnych aspektów zdrowotnych/środowiskowych, na podstawie 2-3 pytań.	1	21 200,00	

UWAGA:

1. Koszty niezgodne ze specyfikacją projektową i przekraczające budżet nie mogą być sfinansowane w ramach projektu (zadania) z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.
2. Warunkiem rozliczenia poszczególnych działań jest przedłożenie wraz z odpowiednim dokumentem księgowym właściwych materiałów dowodowych, potwierdzających realizację poszczególnych działań w ramach zadania wraz z czytelną informacją o finansowaniu.

9. Warunki udziału w postępowaniu

9.1. Warunki formalne dla oferty

1. Oferta musi obejmować całość zamówienia i być sporządzona w języku polskim. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych. Oferty częściowe zostaną odrzucone.
2. Nie dopuszcza się składania ofert wariantowych.
3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę na całość zamówienia.
4. Cena oferowana za wykonanie całości przedmiotu zamówienia musi być podana w PLN w kwocie brutto.
5. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego Zapytania Ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.
6. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.
7. Wymaga się, aby **wszystkie dokumenty** składające się na odpowiedź na niniejsze Zapytanie Ofertowe miały **ponumerowane strony i były trwale ze sobą połączone w jeden dokument (ofertę)**. Szczegóły oraz inne wymogi co do warunków złożenia

oferty patrz punkt 1 Rozdziału 12 Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty oraz poniżej punkt 8 i 10.

8. Oferta powinna:
 - a. zawierać nazwę (firmę), adres lub siedzibę Wykonawcy, numer telefonu, adres e-mail do kontaktu, numer NIP (dla podmiotów polskich);
 - b. zawierać termin związania ofertą;
 - c. być podpisana: wszystkie dokumenty własne i załączniki, o których mowa w punkcie 10 niniejszej części, w tym kopie dokumentów, muszą być **podpisane** przez Wykonawcę lub przez należycie umocowanego przedstawiciela w sposób **umożliwiający identyfikację podpisu wraz z imienną pieczętką osoby podpisującej***.
9. Do udziału w postępowaniu będą dopuszczeni Wykonawcy, którzy legitymują się odpowiednią wiedzą i doświadczeniem niezbędnym do wykonania zamówienia.
10. Wykonawca zobowiązany jest złożyć wraz z Ofertą podpisaną przez osoby upoważnione zawierającą opis realizacji wszystkich działań objętych przedmiotowym zadaniem, następujące podpisane* dokumenty:
 - a. Formularz Oferty – Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego;
 - b. Oświadczenie Podmiotu, że w przypadku wyboru jego oferty wyraża on zgodę na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji danego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości, zgodnie z Załącznikiem nr 2 do Zapytania Ofertowego.
 - c. Oświadczenie Podmiotu dotyczące wyrażenia zgody na udostępnienie przez Związek Polskie Mięso danych Oferenta, którego to oferta zostanie wybrana, w celu przekazania informacji innym Oferentom o zwycięskiej Ofercie, zgodnie z Załącznikiem nr 3 do Zapytania Ofertowego;
 - d. Oświadczenie Podmiotu o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, zgodnie z Załącznikiem nr 4 do Zapytania Ofertowego;
 - e. Oświadczenie Podmiotu o braku powiązań określonych w § 8 ust. 3 pkt 1-4 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. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322), zgodnie z Załącznikiem nr 5 do Zapytania Ofertowego;
 - f. Wzór umowy zgodnie z Załącznikiem nr 6 do Zapytania Ofertowego.
 - g. Dokument potwierdzający, że podmiot składający ofertę jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności.
 - h. Aktualne na 2 dni przed złożeniem oferty odpisy z KRS albo rejestru przedsiębiorców CEIDG.
 - i. Wykaz 3 projektów PR z branży rolno-spożywczej, w których zarządzano zewnętrzną sytuacją kryzysową (wyłączając kryzys wewnętrzny). Przedstawione projekty nie mogą być starsze niż 5 lat na dzień składania oferty na niniejsze Zapytanie.
 - j. Rekomendacje od przedstawicieli opisanych firm z branży rolno-spożywczej.
 - k. Wykaz co najmniej 2 autorskich raportów zawierających analizy /trendy/omawiania/tematów związanych w branżą rolno-spożywczą.
 - l. Prezentacja zespołu (minimum 3 osób), który jest doświadczony w obsłudze projektów dla branży rolno-spożywczej oraz zarządzania sytuacją kryzysową i działań antykryzysowych.

** Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

9.2. Warunki formalne dla Wykonawcy

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - a. nie podlegają wykluczeniu,
 - b. spełniają warunki udziału w postępowaniu,
 - c. 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 2017 r. poz. 2168, 2290, 2486, z 2018 r. poz. 107, 398),
 - d. znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy.
2. Wykluczeniu podlegają Oferenci:
 - a. zaistniała w negatywnym zakresie choćby jedna z okoliczności wymienionych w punkcie 1;
 - b. w stosunku, do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
 - c. którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.

9.3. Dopuszczenie oferty do oceny merytorycznej

1. Prezentacja lub inny dokument tekstowy zapisany zawierający przygotowanie rekomendacji sposobu realizacji projektu, w tym strategię komunikacji w ramach projektu wraz z:
 - a. opracowaniem raportu diagnozującego sytuację komunikacyjną polskiego rynku wieprzowiny ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni internetowej oraz mediów społecznościowych, kluczowych influencerów oraz podmiotów mających największy wpływ na dyskurs w zakresie sentymentu emocji oraz odbioru branży wieprzowej w tym raport ilościowy i jakościowy, który wskaże możliwe dodatkowe kanały dotarcia do grup docelowych w ramach działań w mediach społecznościowych, poza obecnym już portalem Twitter;
 - b. propozycją działań w zakresie mierzenia się z mitami dotyczącymi branży wieprzowej i generowanie komunikatów, opartych na faktach i badaniach naukowych;
 - c. rekomendacje działań kryzysowych w oparciu o toczące się sytuacje kryzysowe przez ostatnie 6 miesięcy (1 działanie do wyboru) wokół branży drobiowej związane z rozpowszechnianiem nieprawdziwych i szkalujących informacji na temat mięsa i przetworów drobiowych obrazujących opinii publicznej szkodliwość takich informacji dla świadomości konsumenckiej oraz gospodarki kraju;
 - d. wskazaniem sposobów poprawy wizerunku branży drobiarskiej nadszarpniętego przez nieprawdziwe informacje;
 - e. wskazaniem działań neutralizujących, wyjaśniających lub aktywnie negujących nieprawdziwe informacje rozpowszechniane w mediach, w tym w mediach społecznościowych;
 - f. przedstawieniem propozycji pozostałych działań wraz z uzasadnieniem niezbędnych do prawidłowej i efektywnej realizacji zadania (projektu).

2. Przygotowanie całościowego budżetu projektu, obejmującego koszty związane z realizacją działań opisanych w pozycji „Szczegółowy opis działania”.

10. Odrzucenie oferty

Oferta podlega odrzuceniu, jeśli wystąpi jedna z poniższych przyczyn:

1. Nie spełnia wymogów formalnych;
2. Jej treść nie odpowiada treści Zapytania Ofertowego;
3. Została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu;
4. Jej wybór skutkowałby tym, że wykonawcą zadania byłaby osoba fizyczna, o której mowa w § 8 ust. 3 rozporządzenia z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych;
5. Została złożona po terminie.

11. Opis sposobu dokonywania oceny

Ocenianie będą wyłącznie oferty nieodrzucone, które spełniły wymogi formalne Zapytania Ofertowego. Ocena ofert zostanie przeprowadzona, przez co najmniej 2 osobową Komisję oceniającą powołaną w formie ustnej lub pisemnej przez Prezesa Zarządu Związku Polskie Mięso. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 punktów. Komisja dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów:

L.P.	Nazwa Kryterium [K]	Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w danym kryterium
1.	Trafność analizy bieżącej sytuacji i dostosowanie do niej proponowanej rekomendacji sposobu realizacji projektu, w tym strategii komunikacji wraz z opisanymi załącznikami 9.3 punkt 1, litery od a do f.	70
2.	Cena	30

Kryterium [K1] – Trafność analizy bieżącej sytuacji i dostosowanie do niej proponowanej rekomendacji sposobu realizacji projektu, w tym strategii komunikacji wraz z opisanymi załącznikami 9.3 punkt 1, litery od a do f.

W tym kryterium Komisja przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów. maksymalnie 70 punktów, to jest w przedziale od 0 do 70 punktów, biorąc pod uwagę ocenę trafności analizy bieżącej sytuacji i dostosowanie do niej proponowanej strategii komunikacji wraz z propozycją pozostałych działań niezbędnych do prawidłowej i efektywnej realizacji zadania (projektu).

Kryterium [K2] – Cena brutto

W tym kryterium Komisja przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 30 punktów, natomiast pozostali Oferenci,

którzy zaproponowali wyższą odpowiednio mniej punktów, obliczoną według poniższego wzoru:

$$C = \frac{C \text{ min.}}{C x} \times 30 \text{ pkt}$$

Gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena brutto”;

C min. – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

C x – cena oferty badanej.

12. Termin, forma, metoda oraz zmiany lub odwołanie złożenia oferty

- Ofertę należy złożyć do **23 marca 2023 roku, do godziny 10:00**, w siedzibie Związku „Polskie Mięso” przy ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa.
 - Ofertę należy złożyć w **dwóch egzemplarzach**, w zaklejonej kopercie z tytułem: „**Zapytanie ofertowe ZPM 02/03/2023**”.
 - Każdy egzemplarz osobno **musi być** albo zbindowany, albo sklejonny albo w inny sposób mieć trwale połączone strony składające się na egzemplarz, tak by tworzyły jedną całość.
 - Na **dzień przed** planowanym dniem złożenia oferty **należy umówić się** telefonicznie na dzień i godzinę złożenia oferty, dzwoniąc pod numer +48 722 220 019 lub +48 722 220 018.
- Wykonawca może, przed upływem terminu składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę. Informacja o wszelkich zmianach zostanie opublikowana na stronie internetowej www.polskie-mieso.pl.
- W związku z zagrożeniem epidemicznym SARS-Cov-2 lub wystąpieniem innej siły wyższej Zamawiający zastrzega sobie prawo zmiany terminu lub odwołania realizacji projektu.
- Wszystkie koszty związane ze sporządzeniem i złożeniem oferty ponosi Wykonawca.
- Oferty przesłane po terminie, o którym mowa w punkcie 1, nie będą rozpatrywane.

13. Dodatkowe informacje

- Postępowanie prowadzone jest jednoetapowo i obejmuje:
 - opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - komisyjne otwarcie ofert,
 - weryfikację spełnienia wymogów formalnych,
 - ocenę złożonych ofert,
 - wybór najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający dopuszcza możliwość powierzenia przez Wykonawcę części zamówienia podwykonawcom. W przypadku powierzenia podwykonawcy mają zastosowanie odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego, w sytuacjach w nim opisanych. Zamawiający zastrzega sobie prawo wglądu do umów z podwykonawcami.
- Zamawiający nie dopuszcza negocjacji ofert.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści Zapytania Ofertowego wraz z załącznikami bez podania przyczyny. Informacje o zmianach zostaną opublikowane na stronie www.polskie-mieso.pl.
- Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
- Postępowanie prowadzi się w języku polskim.
- Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.

8. Żadne ze stwierdzeń zawartych w niniejszym Zapytaniu Ofertowym nie stanowi, ani też nie będzie stanowiło zobowiązania, czy też przyrzeczenia do zawarcia umowy z jakimkolwiek podmiotem odpowiadającym na jego treść. Podmiot odpowiadający na treść niniejszego Zapytania Ofertowego wyraża zgodę na fakt, że z tytułu przygotowania i złożenia Oferty w stosunku do Związku Polskie Mięso nie będzie rościć sobie jakichkolwiek roszczeń finansowych, w szczególności zwrotu kosztów lub wynagrodzenia za jej przygotowanie, złożenie albo odszkodowania.
9. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej wśród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana, jako najkorzystniejsza, nie podpisze z Zamawiającym umowy w terminie do 7 dni od dnia rozstrzygnięcia konkurencyjnej procedury wyboru Wykonawcy albo gdyby podpisanie umowy z takim Wykonawcą (Oferentem) stało się niemożliwe z innych przyczyn, w tym tych, które są wymienione w części 9.2. punkt 2 w *Rozdziale 9. Warunki udziału w postępowaniu*.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania na każdym jego etapie lub wydłużenia terminów bez podania przyczyny i bez dokonania wyboru Wykonawcy zadania, o czym niezwłocznie poinformuje na stronie www.polskie-mieso.pl. W takiej sytuacji ma zastosowanie zdanie drugie punktu 8 niniejszego rozdziału.
11. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny. W takiej sytuacji ma zastosowanie zdanie drugie punktu 8 niniejszego rozdziału.
12. Informacja o wyniku postępowania zostanie umieszczona na stronie internetowej Związku Polskie Mięso www.polskie-mieso.pl.
13. Wykonawcy składający oferty zostaną poinformowani o wyborze najkorzystniejszej oferty drogą elektroniczną (e-mail).
14. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

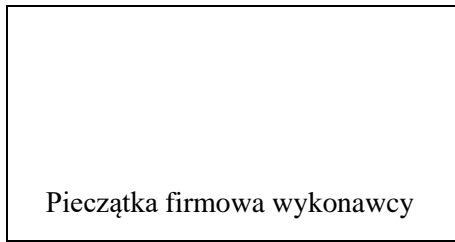
Zapytanie Ofertowe zamieszczono na stronie www.polskie-mieso.pl.

Wszelkie pytania dotyczące niniejszego Zapytania Ofertowego prosimy kierować za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail): oferta@polskie-mieso.pl.

Adres biura

Związek Polskie Mięso
ul. Chałubińskiego 8, lok. 3210
00-613 Warszawa

Serdecznie zapraszamy Państwa do udziału w powyższym projekcie.



.....
(Miejscowość, data)

FORMULARZ OFERTY

.....
(nazwa Wykonawcy)

.....
(adres lub siedziba Wykonawcy)

.....
(NIP)

.....
(nr tel., adres email)

Przystępując do udziału w postępowaniu na

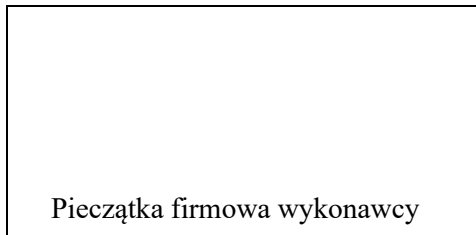
.....
.....
.....
.....

oświadczam, że:

1. Zapoznałem się z Zapytaniem Ofertowym i nie wnoszę do niego zastrzeżeń.
2. Oferuję wykonanie przedmiotu zadania w terminie i na warunkach ustalonych w Zapytaniu Ofertowym.
3. Oferuję wykonanie przedmiotu zadania zgodnie z Zapytaniem Ofertowym za cenę:
..... PLN brutto.
(słownie:.....
..... złotych brutto).
4. Jestem związany niniejszą ofertą przez okres 30 dni od dnia na złożenie oferty.
5. Zobowiązuję się, w przypadku wyboru mojej oferty, do zawarcia umowy, stanowiącej załącznik do Zapytania Ofertowego w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy *)

** Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
Zgoda na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego KOWR informacji w BIP

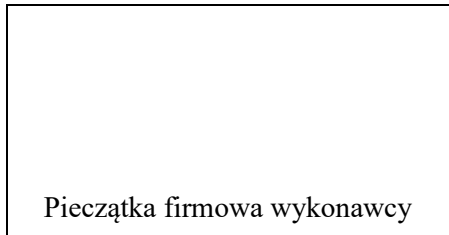
W przypadku wyboru oferty firmy

.....
.....
..... na realizację przedmiotowego zadania (projektu) wyrażamy zgodę na udostępnienie przez Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR informacji zawartych w sprawozdaniu z realizacji projektu: nazwy i siedziby wykonawcy wybranego do realizacji przedmiotowego zadania (projektu), ze wskazaniem zakresu zrealizowanego zadania oraz wartości.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

Załącznik nr 3
do Zapytania ofertowego ZPM 02/03/2023



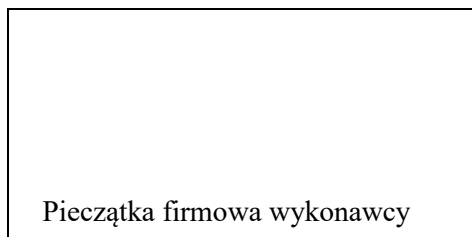
.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
Zgoda na udostępnienie danych

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. „**Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego**”, oświadczam, iż wyrażam zgodę na udostępnienie przez Związek Polskie Mięso danych firmy, w celu przekazania informacji innym Oferentom o zwycięskiej Ofercie.

.....
(Podpis i Pieczętka Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
o braku powiązań

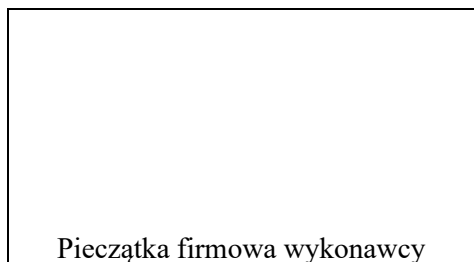
Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego dotyczącego Projektu (zadania) pt. „**Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego**” oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

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 procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

1. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
2. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji;
3. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
4. pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*



.....
(Miejscowość, data)

OŚWIADCZENIE
o braku powiązań proceduralnych

W imieniu własnym, jako Wykonawca, na podstawie przepisów, o których mowa w § 8 ust. 3 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. 2017 poz. 1351; z 2019 r. poz. 1422; z 2020 r. poz. 322), oświadczam, że:

- 1) nie pełnię funkcji członka komisji zarządzającej funduszu promocji;
- 2) nie pełnię funkcji członka organu zarządzającego lub nadzorczego podmiotu, któremu udzielono wsparcia;
- 3) nie jestem osobą upoważnioną do zaciągania zobowiązań w imieniu podmiotu, któremu udzielono wsparcia, lub osobą wykonującą w jego imieniu czynności związane z procedurą wyboru wykonawcy;
- 4) nie pozostaję 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, z osobą pełniącą funkcje, o których mowa w pkt 1–3.

.....
(Podpis i Pieczęć Wykonawcy*)

**Podpis Wykonawcy lub osoby figurującej/osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.*

**Zarys UMOWY nr
zawartej w dniu 2023 r.
na przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu
pt. „Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego”**

w Warszawie pomiędzy:

Związkiem Polskie Mięso, ul. Chałubińskiego 8 lokal 3210, 00-613 Warszawa,
KRS: 0000063289, NIP: 5261719336, REGON: 010700994 zwaną dalej „Zamawiającym”,
reprezentowaną przez: Witolda Choińskiego, prezesa zarządu

a

..... z siedzibą w przy
ul., wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonym przez Sąd
Rejestrowy w, Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod
numerem.....,NIP.....Regon.....,
reprezentowanym przez:
zwanym dalej „Wykonawcą” lub (w przypadku jednoosobowej działalności gospodarczej)
..... prowadzącym działalność gospodarczą pod
firmą
z siedzibą w, przy ul.,
NIP....., Regon zwanym dalej „Wykonawcą”

o następującej treści:

§ 1

1. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację działań w ramach projektu pt. „**Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego**” zgodnie z Załącznikiem nr 1 stanowiącym Ofertę z dnia..... przedłożoną przez firmę w odpowiedzi na Zapytanie Ofertowe ZPM 02/03/2023.
2. Wykonawca ma prawo powierzyć wykonanie usługi lub części usługi podwykonawcy, jednakże jest on odpowiedzialny wobec Zamawiającego za jego działania, jak za własne.

§ 2

Wykonawca zobowiązuje się do tego, że:

1. Dokona wszelkich uzgodnień z Zamawiającym i dochowa wszelkich formalności dotyczących realizacji przedmiotowego zadania.
2. Zadanie zostanie zrealizowane w terminie od dnia podpisania umowy do 31 marca 2024 roku.

3. Działanie nie przekroczy budżetu w wysokości PLN brutto.
4. Wszelkie materiały oraz działania realizowane w ramach zadania będą oznaczone w sposób trwały i widoczny stopką finansowania „Sfinansowano z Funduszy Promocji Mięsa Wieprzowego oraz z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego”, a także logo Organizatora, tj. Związku „Polskie Mięso”. Koszty umieszczenia stopki finansowania oraz logo muszą zawierać się w kosztach ich produkcji.
5. Działanie zostanie udokumentowane w sposób jasny i niepodważalnie potwierdzający jego zrealizowanie, poprzez dostarczenie materiałów dowodowych oznaczonych stopką finansowania.
6. Wszelkie materiały dowodowe i dokumenty księgowe zostaną dostarczone do Zamawiającego w terminie do 30 dni od dnia zakończenia realizacji działania.

§ 3

1. Zamawiający dokona rozliczenia z wykonawcą w terminie do 4 miesięcy po zakończeniu zadania.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wzywania Wykonawcy do uzupełnień i wyjaśnień do dnia ostatecznego zatwierdzenia wypłaty środków finansowych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa na drodze wydanej decyzji o wypłacie środków finansowych.
3. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy którakolwiek z pozycji zrealizowanych przez Wykonawcę nie zostanie uznana za koszt kwalifikowany przez KOWR, Wykonawca zobowiązany jest do wystawienia faktury korygującej, pomniejszającej kwotę faktury dotyczącej danego działania o kwotę kosztów niekwalifikowanych/nieuznanych przez KOWR. Ponadto Wykonawca zobowiązuje się niezwłocznie zwrócić wynikającą z tego różnicę na rachunek bankowy Zamawiającego.

§ 4

1. Wszelkie zmiany w sposobie realizacji Zadania wymagają zgody Zamawiającego.
2. Zamawiającemu przysługuje prawo zgłaszania uwag do sposobu realizacji zadania, które to uwagi Wykonawca zobowiązuje się uwzględnić.

§ 5

1. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu autorskie prawa majątkowe do utworów, które powstaną w wyniku realizacji przedmiotu Umowy (dalej: Utwory) i Wykonawca, w odniesieniu do Utworów ponosi odpowiedzialność za ewentualne naruszenia praw autorskich majątkowych i osobistych osób trzecich. Wykonawca zobowiązuje się do naprawienia ewentualnych szkód po stronie Zamawiającego powstałych na skutek lub w związku z naruszeniem przez Wykonawcę praw osób trzecich w szczególności do zwrotu Zamawiającemu wszelkich wydatków poniesionych przez Zamawiającego, a obejmujących między innymi wypłacone odszkodowanie, a także wszelkie koszty poniesione w związku z dochodzeniem przez osobę trzecią roszczeń wobec Zamawiającego.
2. Utwory, które powstaną w wyniku realizacji Umowy, pozostają własnością Wykonawcy.
W ramach budżetu określonego w §2 pkt. 3 Umowy Wykonawca udziela Zamawiającemu bezterminowej, nieograniczonej terytorialnie licencji na korzystanie z Utworów, na polach eksploatacji wskazanych w ustawie o prawie autorskim i prawach

pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1062) (dalej: Licencja). Licencja na Utwór zostaje udzielona z momentem podpisania Umowy.

3. W budżecie określonym w §2 pkt 3 zawarte jest wynagrodzenie za udzielenie Licencji.

§ 6

1. Wykonawca w ciągu 7 dni od zawarcia umowy musi wpłacić na konto Zamawiającego kaucję w wysokości 50 000 PLN (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych) tytułem zabezpieczenia należytego wykonania umowy. Kaucja będzie zwrócona w ciągu 7 dni od dnia całkowitego rozliczenia kampanii KOWR z Zamawiającym.
2. Niewpłacenie kaucji we wskazanym terminie będzie skutkowało natychmiastowym rozwiązaniem umowy z Wykonawcą.

§ 7

1. Zamawiający na etapie realizacji niniejszej Umowy, w związku z wystąpieniem okoliczności utrudniających jej wykonanie lub okoliczności nie dających się przewidzieć albo siły wyższej, zastrzega sobie prawo zmiany niniejszej umowy.
2. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego.
4. Spory wynikłe w związku z realizacją niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
5. Termin realizacji działania biegnie od dnia podpisania niniejszej umowy do dnia 31 marca 2024 roku.
6. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze stron.

Zamawiający

Wykonawca

Załącznik:

Załącznik nr 1 do umowy – Formularz oferty z dnia do Zapytania Ofertowego ZPM 02/03/2023 z dnia 6 marca 2023 na wykonanie usługi określonej jako przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja działań w ramach projektu pt. „Działania wizerunkowe w sektorze mięsa wieprzowego i drobiowego”