Zapytanie ofertowe
z dnia 10 listopada 2026 r.
na obsługę kampanii reklamowych
dla Polskiego Czerwonego Krzyża

I. ZAMAWIAJĄCY

1. Polski Czerwony Krzyż z siedzibą w Warszawie przy ul. Mokotowskiej 14, 00-561 Warszawa, Polska, działający na podstawie ustawy z dnia 16 listopada 1964 r. o Polskim Czerwonym Krzyżu (Dz. U. Nr 41, poz. 276 z późn. zm.) oraz Statutu PCK zatwierdzonego rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 20 września 2011 r. (Dz. U. z 2011 r. Nr 217, poz. 1284), wpisany do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000225587 jako organizacja pożytku publicznego, NIP: PL5260250481, REGON: 007023731, posiadający status dużego przedsiębiorcy, w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych.

II. INFORMACJE OGÓLNE

1. Niniejsze postępowanie w sprawie udzielenia zamówienia posiada oznaczenie:
   OBSŁUGA MEDIOWA (KAMPANIE DIGITAL) #1/2026 i prowadzone jest przez Polski Czerwony Krzyż w związku z realizowaną działalnością statutową.
2. Niniejsze Zapytanie ofertowe **nie podlega** przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.).

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA, WARUNKI REALIZACJI I KRYTERIA OCENY

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa obsługa płatnych kampanii reklamowych Polskiego Czerwonego Krzyża, obejmująca planowanie strategiczne, zakup i optymalizację mediów, analitykę internetową, raportowanie oraz doradztwo w zakresie efektywności prowadzonych działań. Zapytanie ofertowe obejmuje:
   - opracowanie strategii mediowych oraz mediaplanów dla poszczególnych kampanii, uwzględniających cele kampanii, grupy docelowe oraz rekomendowane kanały i metody dotarcia do odbiorców;
   - analizę wyników dotychczas prowadzonych działań marketingowych oraz przygotowanie wniosków i rekomendacji służących zwiększeniu efektywności kampanii;
   - dobór kanałów komunikacji, formatów reklamowych oraz alokację budżetu mediowego wraz z uzasadnieniem proponowanych rozwiązań;
   - określenie kluczowych wskaźników efektywności (KPI), metod ich pomiaru oraz prognozowanych rezultatów kampanii opartych na przyjętych założeniach;
   - przygotowanie planu testów i działań optymalizacyjnych, a także identyfikację ryzyk mogących mieć wpływ na osiągnięcie zakładanych celów kampanii;
   - inne działania niezbędne do prawidłowej realizacji i optymalizacji kampanii reklamowych prowadzonych na rzecz Zamawiającego.

2. Zamawiający **poszukuje** agencji łączącej kompetencje operacyjne i analityczne ze strategicznym podejściem do komunikacji i fundraisingu. Istotnym elementem współpracy będzie proaktywne identyfikowanie możliwości poprawy wyników oraz formułowanie rekomendacji opartych na danych.
3. Zamawiający **oczekuje** indywidualnego podejścia do planowania i realizacji kampanii, uwzględniającego specyfikę działalności organizacji oraz doświadczenia z dotychczas prowadzonych działań.
4. Zamawiający **przewiduje** realizację orientacyjnie **5–6 głównych kampanii rocznie** oraz mniejszych działań promocyjnych wynikających z bieżących potrzeb organizacji. Kampanie mogą realizować cele fundraisingowe, komunikacyjne i edukacyjne, różniąc się budżetem, czasem trwania i intensywnością.
5. Orientacyjny roczny budżet przeznaczony na współpracę z Agencją wynosi **400 000 PLN BRUTTO** i obejmuje łącznie wydatki na zakup mediów oraz stałe miesięczne wynagrodzenie Agencji za kompleksową obsługę w okresie 12 miesięcy.
   (Podana kwota ma charakter szacunkowy i nie stanowi gwarancji wykorzystania budżetu w pełnej wysokości. Podział budżetu pomiędzy wydatki mediowe a wynagrodzenie Agencji zostanie określony na podstawie złożonej oferty i zatwierdzanych mediaplanów).

6. Zamawiający **dopuszcza** możliwość nieznacznego zwiększenia całkowitego budżetu w trakcie trwania współpracy, w szczególności w zakresie wydatków mediowych. Jednocześnie, przy założeniu niezmienności zakresu usług określonych w Zapytaniu ofertowym i Specyfikacji przedmiotu zamówienia, wysokość stałego miesięcznego wynagrodzenia Agencji, wskazana w złożonej ofercie, pozostaje wiążąca przez cały **12-miesięczny okres obowiązywania umowy**, niezależnie od ewentualnego zwiększenia budżetu przeznaczonego na zakup mediów. Ewentualna zmiana wynagrodzenia Agencji wymagałaby odrębnego uzgodnienia w przypadku zmiany zakresu świadczonych usług.
7. Zamawiający **informuje**, iż w procesie oceny preferowane będą oferty obejmujące wykonanie usługi w wariancie możliwie najbardziej kompleksowym i szczegółowym.
8. Zamawiający **zakłada** nawiązanie długofalowej współpracy z Agencją. Pierwsza umowa zostanie zawarta na okres **12 miesięcy**, z możliwością kontynuacji współpracy w kolejnych latach, pod warunkiem należytej realizacji usług, osiągania uzgodnionych celów oraz satysfakcjonującej jakości współpracy.
9. Zamawiający **informuje**, że zakres obsługi obejmuje planowanie kampanii reklamowych prowadzonych w ekosystemie **Google Ads (Search, Performance Max, Display, YouTube)** oraz na platformach społecznościowych **Meta (Facebook, Instagram)**, które stanowią podstawowe kanały komunikacji w ramach współpracy. W zależności od celów kampanii oraz rekomendacji Agencji, zakres działań może zostać rozszerzony o kampanie realizowane za pośrednictwem platform **LinkedIn, TikTok** oraz **X**. Wykorzystanie kanałów reklamowych innych niż wymienione powyżej będzie możliwe na podstawie rekomendacji Agencji i po uprzedniej akceptacji przez Zamawiającego.
10. Obsługa wskazanych platform stanowi element podstawowego zakresu usług objętych stałym miesięcznym wynagrodzeniem Agencji. Uruchomienie kampanii w kolejnym z wymienionych kanałów nie stanowi samoistnej podstawy do zwiększenia wynagrodzenia, o ile nie wiąże się ze zmianą uzgodnionego zakresu świadczonych usług.
11. Zamawiający **informuje**, że przedmiot zamówienia obejmuje wyłącznie realizację płatnych kampanii reklamowych. Zakres współpracy **nie obejmuje** bieżącego prowadzenia profili Zamawiającego w mediach społecznościowych ani przygotowywania treści przeznaczonych wyłącznie do działań organicznych, niezwiązanych z realizowanymi kampaniami reklamowymi.
12. Zamawiający **informuje**, że w przypadku kampanii fundraisingowych kluczowym miernikiem efektywności działań jest wartość pozyskanych darowizn w relacji do poniesionych wydatków reklamowych, przy jednoczesnym uwzględnieniu liczby konwersji oraz kosztu ich pozyskania. Podstawowy zakres analiz obejmuje:
    - koszty kampanii oraz liczbę i wartość przypisanych darowizn;
    - Koszt pozyskania konwersji, średnią wartość darowizny oraz – w zakresie dostępności danych – medianę i rozkład wartości wpłat;
    - relację wartości przypisanych darowizn do kosztów mediów, wyrażoną procentowo oraz jako kwotę przypadającą na 1 zł wydatków reklamowych;
    - porównanie efektywności poszczególnych kanałów, kampanii oraz dostępnych segmentów odbiorców;
    - analizę zmian wyników w czasie wraz z rekomendacjami służącymi poprawie efektywności działań fundraisingowych.
13. Zamawiający **wymaga**, aby Wykonawca przygotował oraz utrzymywał interaktywne dashboardy raportowe, umożliwiające bieżące monitorowanie i analizę kosztów, wyników kampanii, konwersji oraz efektywności finansowej działań reklamowych, z możliwością prezentacji danych w podziale na kanały komunikacji, kampanie, grupy odbiorców oraz wybrane okresy raportowania.
14. Zamawiający **wymaga** zwięzłych i merytorycznych raportów, koncentrujących się na jakości przeprowadzonych analiz, trafności formułowanych wniosków oraz praktycznej wartości rekomendacji. Priorytetem jest dostarczanie informacji wspierających podejmowanie decyzji i optymalizację działań, a nie rozbudowana forma dokumentu czy wysoki stopień jego opracowania graficznego. Poniżej przykładowy sposób prezentowania wniosków. Tabela ma charakter poglądowy i nie stanowi obowiązkowego szablonu.

DANE	WNIOSEK	REKO
Znaczna część wydatków na ujawnione zapytania w PMax dotyczy nazw innych organizacji charytatywnych.	Istotna część budżetu trafia do osób poszukujących innych organizacji. Nie znamy wartości fundraisingowej tego ruchu.	Zweryfikować wartość przypisanych darowizn z tej grupy zapytań i ocenić zasadność dalszej emisji.

PMax: koszt emisji 11,6 tys. zł, wartość darowizn przypisanych w GA4 11,4 tys. zł.	Kampania generuje wartość darowizn zbliżoną do kosztów mediów, jeszcze przed uwzględnieniem kosztów obsługi.	Przeanalizować strukturę konwersji i zasadność obecnej strategii stawek. Przygotować propozycję testu optymalizacji pod wartość darowizn.

Po zakończeniu każdej głównej kampanii Wykonawca przygotuje raport końcowy, obejmujący ocenę realizacji celów, efektywności wydatków oraz rekomendacje do przyszłych działań.

15. Zamawiający **informuje**, iż zapewnia materiały graficzne, zdjęciowe, wideo oraz podstawowe treści merytoryczne niezbędne do realizacji kampanii. Dodatkowe usługi związane z przygotowaniem materiałów graficznych, wideo, kreacji reklamowych lub innych elementów produkcyjnych mogą być zlecane Wykonawcy na podstawie odrębnego cennika, przy czym Zamawiający nie gwarantuje realizacji takich zleceń w okresie obowiązywania umowy.
16. Działania będą prowadzone na kontach reklamowych i analitycznych wskazanych lub zaakceptowanych przez PCK, z zapewnieniem organizacji pełnego dostępu do ustawień, wyników, historii zmian i dokumentacji.
17. Wykonawca będzie odpowiedzialny za określenie wymagań technicznych, rekomendowanie formatów i wariantów, przygotowanie tekstów reklamowych, nagłówków i CTA oraz rekomendowanie zmian kreacji na podstawie wyników.
18. Zamawiający **informuje,** iż Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia przejrzystości wydatków, ujawnienia udziału podwykonawców oraz przekazania danych i dokumentacji niezbędnych do kontynuowania działań po zakończeniu współpracy.
19. Zamawiający **informuje**, że korzystanie z podwykonawców jest dopuszczalne, pod warunkiem uprzedniej akceptacji ich udziału przez Zamawiającego.
20. Zamawiający **oczekuje** przedstawienia oferty opartej na stałym miesięcznym wynagrodzeniu obejmującym pełny zakres usług będących przedmiotem zamówienia, w szczególności planowanie strategiczne, przygotowywanie mediaplanów, prowadzenie i optymalizację kampanii, analitykę, raportowanie, konsultacje oraz kwartalne spotkania strategiczno-konsultacyjne.
21. Zamawiający nie przewiduje dodatkowych opłat za przygotowywanie strategii kampanii, standardowych raportów, rekomendacji ani konsultacji związanych z realizacją zamówienia. Budżety mediowe przeznaczone na zakup powierzchni reklamowej będą rozliczane odrębnie od wynagrodzenia Agencji, na podstawie mediaplanów zaakceptowanych przez Zamawiającego.
22. Zamawiający **informuje** o możliwość przeprowadzenia spotkań z oferentami, których oferty spełnią wymagania formalne postępowania. Spotkania odbędą się w dniach **30 listopada - 2 grudnia 2026 r.** w formule online z wykorzystaniem platformy **Microsoft Teams**. Celem spotkań będzie prezentacja złożonych ofert, przedstawienie zespołów przewidzianych do realizacji zamówienia oraz omówienie podejścia oferenta do realizacji zakresu usług objętych zamówieniem. Każde spotkanie będzie trwało maksymalnie **30 minut** i obejmie prezentację oferty, modelu współpracy oraz zespołu dedykowanego do obsługi Zamawiającego, a także pytania Zamawiającego dotyczące przedstawionej oferty. Zamawiający **oczekuje** udziału osób wskazanych w ofercie jako kluczowi członkowie zespołu przewidzianego do realizacji zamówienia, w szczególności opiekuna projektu oraz specjalistów odpowiedzialnych za strategię mediową, prowadzenie kampanii reklamowych i analitykę. Spotkania będą przeprowadzane na jednakowych zasadach dla wszystkich oferentów i stanowić będą element oceny merytorycznej ofert zgodnie z kryteriami określonymi w niniejszym Zapytaniu ofertowym. Spotkania służą wyłącznie prezentacji oraz doprecyzowaniu informacji zawartych w złożonych ofertach. W ich trakcie nie będą prowadzone negocjacje, nie będzie dopuszczalne składanie dodatkowych pytań do Zamawiającego dotyczących postępowania ani dokonywanie zmian treści złożonej oferty, w szczególności w zakresie ceny, składu zespołu lub zakresu świadczonych usług. Oferenci powinni zapewnić dostępność wskazanego zespołu w terminie **30 listopada - 2 grudnia 2026 r.** Szczegółowa data i godzina spotkania zostaną przekazane oferentom po zakończeniu przyjmowania ofert oraz przeprowadzeniu ich oceny formalnej.
23. Zamawiający informuje, że postępowanie będzie prowadzone zgodnie z poniższym harmonogramem:
    - **10 listopada 2026 r.** - publikacja zapytania ofertowego.
    - **Do 16 listopada 2026 r.** - termin zadawania pytań dotyczących zapytania ofertowego i jego załączników.
    - **Do 20 listopada 2026 r.** - udzielenie odpowiedzi na pytania oferentów.
    - **Do 27 listopada 2026 r.** - termin składania ofert, do godz. 10:00 **(rano czasu warszawskiego, CET).**
    - **30 listopada - 2 grudnia 2026 r.** - spotkania z oferentami spełniającymi wymagania formalne, obejmujące prezentację ofert oraz zespołów dedykowanych do obsługi PCK.

- **Do 7 grudnia 2026 r.** - zakończenie oceny ofert i wybór Wykonawcy.
- Planowany termin rozpoczęcia realizacji usług: **pierwszy kwartał 2027**. Pierwsza umowa zostanie zawarta na okres 12 miesięcy od dnia rozpoczęcia świadczenia usług.

24. Zamawiający **informuje**, że w procesie oceny ofert i wyboru Wykonawcy stosowane będą jednakowe kryteria oraz zasady oceny ofert, określone poniżej:

a) **formalne** (warunek dopuszczenia do oceny - ***spełniony*** **lub** ***niespełniony***), z następującymi składowymi:
- kompletność, czytelność i poprawność dokumentacji ofertowej,
- terminowość złożenia oferty.

Zamawiający informuje, iż w przypadku każdej części składowej kryterium formalnego, możliwe jest przyznanie ofercie noty 0 lub 1, gdzie poszczególne noty oznaczają: 0 - warunek niespełniony, 1 - warunek spełniony. Uzyskanie przez ofertę noty 0 (zero) w przypadku którejkolwiek ze składowych kryterium formalnego oznacza brak możliwości zaakceptowania oferty i skutkuje niedopuszczeniem oferty do oceny merytorycznej i finansowej.

b) **merytoryczne** (70% oceny całkowitej - **max. 70 pkt.**), z następującymi składowymi:
- ocena merytoryczna (70% oceny całkowitej - max. 70 pkt);

Ocena obejmuje jakość proponowanego podejścia do realizacji zamówienia, zrozumienie potrzeb Zamawiającego, kompetencje i doświadczenie zespołu oraz zasadność przedstawionych rozwiązań.
Ocenie podlega sposób realizacji zakresu usług określonego w Zapytaniu ofertowym i Specyfikacji przedmiotu zamówienia, a nie liczba dodatkowo deklarowanych działań.

Kryterium	Max pkt	Zakres oceny
1. Zrozumienie potrzeb i specyfiki Zamawiającego	**15**	Zrozumienie celów fundraisingowych, komunikacyjnych i edukacyjnych Zamawiającego oraz uwzględnienie specyfiki organizacji w proponowanym podejściu.
2. Planowanie i prowadzenie kampanii	**20**	Konkretność i zasadność podejścia do strategii mediowych, doboru kanałów, podziału budżetów, testowania i optymalizacji kampanii.
3. Analityka, raportowanie i efektywność	**15**	Podejście do pomiaru i analizy wyników, oceny efektywności finansowej kampanii, identyfikacji problemów i formułowania rekomendacji.
4. Zespół i organizacja współpracy	**10**	Kompetencje i doświadczenie proponowanego zespołu, podział obowiązków oraz sposób organizacji współpracy z PCK.
5. Doświadczenie i zrealizowane kampanie	**10**	Adekwatność dotychczasowych realizacji, osiągnięte rezultaty i sposób ich pomiaru, ze szczególnym uwzględnieniem kampanii fundraisingowych.
TOTAL	**70**	

c) **finansowe** (30% oceny całkowitej – **max. 30 pkt.**), z następującymi składowymi:
- łączne wynagrodzenie brutto Agencji za kompleksową realizację pełnego zakresu usług objętych zamówieniem w okresie 12 miesięcy, stanowiące podstawę oceny finansowej oferty (30% oceny całkowitej – max. 30 pkt).

25. Zamawiający **informuje**, iż w przypadku **kryterium finansowego**, w porównaniu ofert brana jest pod uwagę łączna wartość zamówienia brutto – w oparciu o tę wartość, wskazaną w *Formularzu/-ach ofertowym/-ych*, sporządzony zostanie cenowy ranking ofert, szeregujący oferty w kolejności od najtańszej do najdroższej, po czym punkty zostaną obliczone według następującego wzoru: **$C = (C_N / C_O) \times 100 \times 30\%$**, gdzie:
C – oznacza liczbę punktów uzyskanych w ramach kryterium finansowego, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (1% – 1 pkt), C_N – najniższe łączne wynagrodzenie brutto za 12 miesięcy spośród ofert podlegających ocenie, C_O – łączne wynagrodzenie brutto za 12 miesięcy w ocenianej ofercie.
26. Łączna, maksymalna ilość punktów do zdobycia przez ofertę (maksymalna ocena całkowita) to **100 punktów**.
27. Oferent ponosi wszelkie koszty własne związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, niezależnie od wyniku postępowania.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ WYKAZ DOKUMENTÓW DOŁĄCZONYCH DO OFERTY

1. O udział w postępowaniu nie może ubiegać się Oferent, który podlega wykluczeniu, tj. w stosunku do którego otwarto likwidację, ogłoszono upadłość, którego aktywami zarządza likwidator lub sąd, zawarł układ z wierzycielami, którego działalność gospodarcza jest zawieszona albo znajduje się on w innej tego rodzaju sytuacji wynikającej z podobnej procedury przewidzianej w przepisach miejsca wszczęcia tej procedury.

2. Jeżeli podjęte przez Oferenta czynności nie są wystarczające do wykazania jego rzetelności, Zamawiający może wykluczyć Oferenta.
3. W przypadku wskazania przez Oferenta w ofercie innych niż wskazane w niniejszym Zapytaniu ofertowym warunków i/lub terminów realizacji usługi, które nie zostały uprzednio uzgodnione z Zamawiającym, w dalszym postępowaniu za obowiązujące uznaje się warunki przedstawione w niniejszym Zapytaniu ofertowym.
4. Celem zgłoszenia oferty, **Oferent zobowiązany jest wypełnić** w szczególności Załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego (*Formularz ofertowy* w formacie XLS/XLSX) i przedłożyć go wypełniony i podpisany – zgodnie z wybraną formą złożenia oferty (pisemną lub elektroniczną, jak wskazano w sekcji IV pkt. 7-11 niniejszego Zapytania ofertowego). **Kompletna oferta zawiera**:
   - wypełnione i podpisane ***Oświadczenie Wykonawcy***, że nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu w zakresie wskazanym przez Zamawiającego, złożone zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego Zapytania ofertowego (musi ono zostać podpisane przez osobę/-y upoważnioną/-e do reprezentacji Oferenta);
   - wypełniony i podpisany ***Formularz ofertowy***, zgodny ze wzorem stanowiącym odpowiednio Załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania ofertowego;
   - podpisany dokument ***Specyfikacja przedmiotu zamówienia***, zgodny ze wzorem stanowiącym odpowiednio Załącznik nr 4 do niniejszego Zapytania ofertowego;
   - ***dokumenty potwierdzające prawo do podpisania oferty, pełnomocnictwa (jeżeli dotyczy)***;
   - ***Materiały referencyjne***, obejmujące:
     a) przykładową strategię mediową prezentującą sposób analizy potrzeb, doboru kanałów, budżetów i wskaźników efektywności;
     b) przykładowy raport analityczny zawierający wyniki kampanii, ich interpretację, wnioski oraz rekomendacje

     Dopuszcza się anonimizację danych klientów zawartych w materiałach referencyjnych.
   - ***Portfolio zrealizowanych projektów***, obejmujące minimum 3 kampanie marketingowe (maksymalnie 2 strony A4 na każdą kampanię), zawierające informacje o celu kampanii, wykorzystanych kanałach, zastosowanych działaniach optymalizacyjnych, osiągniętych rezultatach, sposobach pomiaru efektów oraz kluczowych wnioskach;
   - ***Opis zespołu dedykowanego do realizacji zamówienia,*** zawierający informacje o osobach przewidzianych do realizacji usług, ich rolach, doświadczeniu, kompetencjach oraz zakresie odpowiedzialności, ze wskazaniem osoby pełniącej funkcję opiekuna projektu;
   - ***Koncepcję realizacji zamówienia dla Zamawiającego*** (maksymalnie 5 stron A4),

     przedstawiającą podejście do realizacji usług objętych przedmiotem zamówienia, obejmującą w szczególności:

     a) sposób uwzględnienia specyfiki działalności Zamawiającego oraz wyzwań związanych z kampaniami fundraisingowymi, edukacyjnymi i komunikacyjnymi;

     b) podejście do planowania, prowadzenia i optymalizacji kampanii, w tym doboru kanałów, alokacji budżetów, definiowania wskaźników efektywności (KPI) oraz prowadzenia testów;

     c) podejście do analityki oraz oceny efektywności działań, w szczególności w zakresie pomiaru skuteczności kampanii, analizy wartości darowizn w relacji do wydatków reklamowych oraz identyfikacji nieprawidłowości w pomiarze danych;

     d) sposób raportowania wyników i przygotowywania rekomendacji wspierających podejmowanie decyzji przez Zamawiającego;

     e) organizację współpracy, w tym działania związane z audytem początkowym, przejęciem kont reklamowych oraz przygotowaniem pierwszych rekomendacji.

5. Oferta może zostać uzupełniona przez Oferenta o m.in. dodatkowe materiały informacyjne nt. oferowanych produktów i usług, informacje handlowe, etc.
6. Oferent zobowiązany jest do podania w *Formularzu/-ach ofertowym/-ych* **cen netto i brutto**, za realizację pełnego zakresu usług określonego w Zapytaniu oraz Formularzu ofertowym przedmiotu zamówienia. Wynagrodzenie obejmuje wszystkie koszty ponoszone przez Wykonawcę w związku z realizacją podstawowego zakresu zamówienia, w tym koszty organizacji współpracy, konsultacji oraz udziału zespołu w kwartalnych spotkaniach stacjonarnych w siedzibie Polskiego Czerwonego Krzyża. Oferenci, którzy nie podlegają obowiązkowi podatkowemu w zakresie podatku VAT na terenie Rzeczypospolitej Polskiej zobowiązani są podać **cenę netto** (bez podatku VAT). W celu obliczenia ceny i oceny tak złożonych ofert, których wybór prowadziłby do powstania obowiązku podatkowego Zamawiającego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług w zakresie dotyczącym wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów, Zamawiający doliczy do przedstawionej w

ofercie ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek wpłacić zgodnie z obowiązującymi przepisami.

7. **Oferty można składać w formie pisemnej albo elektronicznej.**
8. Oferta składana **w formie pisemnej** musi być dostarczona pocztą, kurierem lub osobiście na adres: Polski Czerwony Krzyż, ul. Mokotowska 14, 00-561 Warszawa, Polska, **w zamkniętej kopercie z niezbędnym dopiskiem**: ***OFERTA* – OBSŁUGA MEDIOWA (KAMPANIE DIGITAL) #1/2026** . W przypadku oferty składanej w formie pisemnej, złożone dokumenty powinny być opatrzone podpisem osoby/-ób uprawnionej/-ych do reprezentacji Oferenta. *Formularz/-e ofertowy/-e* powinien/-ny zostać wydrukowany/-e i podpisany/-e, a ponadto zostać zapisany/-e w pliku w formacie XLS lub XLSX na płycie CD/DVD, dołączonej do dokumentacji.
9. Oferta składana **w formie elektronicznej** i załączniki do oferty powinny być sporządzone w formatach **.pdf** i podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym przez osobę/-y uprawnioną/-e do reprezentacji Oferenta – zaznacza się, że e-podpisy inne niż kwalifikowane podpisy elektroniczne (w tym np. podpis zaufany) nie spełniają tego wymogu. **W przypadku podpisywania dokumentów elektronicznie, niezbędne jest upewnienie się przez Oferenta, iż zastosowano kwalifikowany podpis elektroniczny.** *Formularz/-e ofertowy/-e* powinien/-ny zostać przedłożony/-e w opatrzonym podpisem pliku PDF, a ponadto zostać przesłany/e w pliku w formacie XLS lub XLSX. Zamawiający dopuszcza również zeskanowanie oferty pierwotnie wytworzonej w postaci papierowej i złożenie jej w formie elektronicznej, tj. przekształcenie dokumentów uprzednio wydrukowanych w postać elektroniczną i złożenie ich w formie elektronicznej w postaci skanów.
10. Oferta składana w formie elektronicznej powinna być przesłana w postaci załącznika/-ów do wiadomości e-mail na specjalny adres poczty elektronicznej: **OFERTY@PCK.PL** – **wyłącznie na ten adres, bez załączania jako odbiorców wiadomości jakichkolwiek innych adresów poczty elektronicznej**. W temacie wiadomości należy wpisać: ***OFERTA* – OBSŁUGA MEDIOWA (KAMPANIE DIGITAL) #1/2026.** Łączna wielkość plików stanowiących załącznik/-i do wiadomości nie może przekraczać 20 MB. W przypadku gdy wielkość załączanych plików przekracza 20 MB, należy pliki odpowiednio podzielić na grupy i przesłać w dwóch lub więcej wiadomościach, informując w treści wiadomości Zamawiającego w ilu częściach przesyłana jest oferta. Przesyłanie w wiadomości e-mail hiperłączy do samodzielnego pobrania przez Zamawiającego dokumentacji ofertowej nie jest dozwolone – dokumentacja oferty musi zostać dostarczona bezpośrednio na wskazany adres poczty elektronicznej Zamawiającego.
11. Przy ocenie zachowania terminu złożenia oferty, w przypadku oferty złożonej w formie pisemnej decyduje data i godzina wpływu oferty do siedziby Zamawiającego (Polski Czerwony Krzyż, ul. Mokotowska 14, 00-561 Warszawa, Polska), a w przypadku oferty złożonej w formie elektronicznej data i godzina zapisu wiadomości na serwerze poczty elektronicznej Zamawiającego.
12. Na ofertę składają się dane i dokumenty opisane w sekcji IV pkt. 4-6 niniejszego Zapytania ofertowego.
13. Ofertę należy sporządzić **w języku polskim** w sposób czytelny.
14. **Termin składania ofert upływa 27 listopada 2026 r. o godz. 10:00 (rano czasu warszawskiego, CET)**.
15. Każdy z Oferentów może złożyć tylko jedną ofertę.
16. Oferty złożone po upływie terminu składania ofert pozostaną bez rozpatrzenia.
17. Złożone w terminie oferty mogą zostać przez Oferentów zmienione lub wycofane. Zmiany lub wycofania dokonuje się wyłącznie przed upływem terminu składania ofert w jeden z poniższych sposobów:
    a) poprzez złożenie stosownego oświadczenia woli w formie pisemnej i jego doręczenie w ww. terminie na adres: Polski Czerwony Krzyż, ul. Mokotowska 14, 00-561 Warszawa, Polska w zamkniętej kopercie z dopiskiem: ***OFERTA* – OBSŁUGA MEDIOWA (KAMPANIE DIGITAL) #1/2026**;
    b) poprzez złożenie stosownego oświadczenia woli w formie elektronicznej i jego doręczenie w ww. terminie na adres: **OFERTY@PCK.PL** – wiadomość z tytułem: ***OFERTA* – OBSŁUGA MEDIOWA (KAMPANIE DIGITAL) #1/2026**.
18. Zamawiający nie przewiduje publicznego otwarcia ofert.
19. Dzień, do którego Oferent będzie związany złożoną ofertą, określa się na 7 grudnia 2026 r. włącznie.
20. Przekazanie Oferentowi przez Zamawiającego informacji zwrotnej w zakresie udzielenia bądź nieudzielenia zamówienia, nastąpi do 7 grudnia 2026 r. włącznie.
21. Nie będzie możliwe uznanie oferty za poprawnie złożoną, jeśli nie zostanie ona opatrzona podpisem/-ami osoby/-ób upoważnionej/-ych do reprezentacji Oferenta, złożonym/-i w sposób właściwy dla wybranej formy złożenia oferty (tj. pisemnie lub elektronicznie).
22. Oferty niekompletne nie mogą być przedmiotem oceny. W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego niekompletności oferty, tj. braku jednego bądź kilku z dokumentów bądź materiałów, wskazanych w niniejszym Zapytaniu ofertowym jako wymagane, Zamawiający wezwie Oferenta do uzupełnienia braków, wskazując nieprzekraczalny termin na ich uzupełnienie.
23. Zamawiający odrzuci ofertę, która (jedno lub kilka z poniższych):
    - jest niekompletna;
    - została złożona po terminie;

- nie została opatrzona podpisem/-ami osoby/-ób upoważnionej/-ych do reprezentacji Oferenta;
- nie może zostać uznana za zapieczętowaną i podlegającą komisyjnemu otwarciu;
- jest niezgodna z treścią niniejszego Zapytania ofertowego;
- zawiera błędy niebędące oczywistymi omyłkami pisarskimi lub rachunkowymi;
- została złożona przez Oferenta, spełniającego kryteria wykluczenia.

24. Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści oferty i złożonej dokumentacji.
25. Proces wyboru Wykonawcy prowadzony jest w oparciu o dokumentację ofertową, przedłożoną przez Oferentów w terminie składania ofert lub, w przypadku gdy Zamawiający wystosował wezwanie do uzupełnienia braków, w terminie na uzupełnienie. **Zamawiający nie przewiduje późniejszych negocjacji warunków otrzymanych ofert.**
26. Zamawiający przekazuje Oferentom informację zwrotną w zakresie udzielenia bądź nieudzielenia zamówienia, z ewentualnym, ogólnym wskazaniem przyczyn odrzucenia oferty. Od wyników postępowania wewnętrznego Zamawiającego, dotyczącego wyboru najkorzystniejszej oferty, Oferentom nie przysługuje odwołanie.
27. Zamawiający może, w każdej chwili i bez podania przyczyny, wycofać Zapytanie ofertowe i zaprzestać dalszego procedowania.
28. Zamawiający udziela informacji oraz odpowiedzi na pytania związane z procesem zakupu, skierowane na adres poczty elektronicznej: **ZAKUPY@PCK.PL** – **nie jest to adres do przesyłania ofert w odpowiedzi na niniejsze Zapytanie ofertowe.**

V. DZIAŁANIA PO WYBORZE OFERTY I WYŁONIENIU WYKONAWCY

1. Rozliczenia z wybranym/-i Wykonawcą/-ami dokonywane są w walucie polskiej (**PLN**).
2. Wyłonionemu/-ym w wyniku postępowania Wykonawcy/-om przekazany zostanie drogą elektroniczną, na wskazany w dokumentacji Oferty adres poczty elektronicznej Wykonawcy, komunikat Zamawiającego potwierdzający udzielenie zamówienia. Zakres zamówienia i warunki jego realizacji, potwierdzone w powyższy sposób, uznaje się za wiążące, z zastrzeżeniem postanowień sekcji V pkt 3 niniejszego Zapytania ofertowego.
3. W związku z udzieleniem zamówienia, Zamawiający dopuszcza możliwość zawarcia z Wykonawcą/-ami dodatkowo *Umowy z Wykonawcą*. W niniejszym przypadku, wraz z udzieleniem zamówienia bądź bezpośrednio po nim, Zamawiający skieruje do Wykonawcy/-ów zaproszenie do zawarcia umowy.
4. Podpisanie umowy, o której mowa w sekcji V pkt 3 niniejszego Zapytania ofertowego następuje w sposób ustalony indywidualnie z Wykonawcą/-ami. Zamieszczone w Zapytaniu ofertowym warunki realizacji zostaną uwzględnione w przyszłej umowie/-ach zawartej/-ymi z Wykonawcą/-ami.
5. W razie niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu zamówienia Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne:
   - 0,5% wartości wynagrodzenia brutto, w przypadku niedostarczenia przedmiotu zamówienia w terminie wskazanym w Zapytaniu ofertowym, za każdy rozpoczęty dzień zwłoki – w sumie nie więcej jednak niż 10% wartości wynagrodzenia brutto;
   - 10% wartości wynagrodzenia brutto, w razie odstąpienia przez Zamawiającego od umowy w całości lub części z powodu okoliczności, za które odpowiada Wykonawca.
6. Całkowita maksymalna odpowiedzialność Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu niewykonania bądź nienależytego wykonania przedmiotu zamówienia (umowy) jest ograniczona do 20% wynagrodzenia brutto, z zastrzeżeniem zapisów sekcji V pkt 9 niniejszego Zapytania ofertowego.
7. Zapłata kwot określonych w sekcji V pkt 5 niniejszego Zapytania ofertowego nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku realizacji przedmiotu zamówienia (umowy) lub wykonania naprawy gwarancyjnej.
8. Zamawiający może potrącać zastrzeżone kary umowne przy opłacaniu faktury wystawionej przez Wykonawcę.
9. Niezależnie od kar wymienionych w sekcji V pkt 5 niniejszego Zapytania ofertowego, Zamawiającemu przysługuje prawo dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych prawa cywilnego, jeżeli poniesiona szkoda przekroczy wysokość zastrzeżonych kwot.
10. Wszelkie płatności dokonywane są przez Zamawiającego na podstawie i po otrzymaniu prawidłowo wystawionych przez Wykonawcę faktur.
11. Zapłata Wynagrodzenia nastąpi w terminie 14 dni od dnia doręczenia Zamawiającemu prawidłowo wystawionej faktury dotyczącej zrealizowanego i przyjętego przez Zamawiającego bez zastrzeżeń zakresu przedmiotu zamówienia.

VI. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

1. Zamawiający informuje, iż dane osobowe przekazane przez Oferentów przetwarzał będzie zgodnie z zasadami określonymi w Załączniku nr 3 do niniejszego Zapytania ofertowego.
2. Poprzez złożenie oferty Oferent potwierdza, iż zapoznał się uprzednio z Załącznikiem nr 3 do niniejszego Zapytania ofertowego i akceptuje przedstawione w nim zasady przetwarzania danych osobowych.

VII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejsze Zapytanie ofertowe nie stanowi zobowiązania Zamawiającego do udzielenia zamówienia, zawarcia umowy lub zakupu.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia bądź unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie i bez wyboru Wykonawcy oraz bez podawania przyczyny.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od dalszego procedowania w przypadku braku dojścia z wyłonionym Wykonawcą do porozumienia w zakresie treści i warunków *Umowy z Wykonawcą* (w przypadku wystosowania zaproszenia do jej zawarcia).
4. O udzielenie zamówienia i zostanie Wykonawcą nie może ubiegać się Oferent, który podlega wykluczeniu, tj. w stosunku, do którego otwarto likwidację, ogłoszono upadłość, którego aktywami zarządza likwidator lub sąd, zawarł układ z wierzycielami, którego działalność gospodarcza jest zawieszona albo znajduje się on w innej tego rodzaju sytuacji wynikającej z podobnej procedury przewidzianej w przepisach miejsca wszczęcia tej procedury.
5. Jeżeli podjęte przez Wykonawcę czynności nie są wystarczające do wykazania jego rzetelności, Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę.