

**Aktualizacja: Pytania i odpowiedzi do zapytania ofertowego nr 1/01/2026 r. z dnia 23.01.2026 dotyczącego kompleksowej realizacji kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach zadania pt. "Mamy kota na punkcie mleka" finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka z dnia 15.01.2026 r.**

**- na stronie widnieje informacja o infolinii? Czy prowadzenie takiej infolinii jest w zakresie działań PR agencji i prowadzenia Biura Prasowego?**

Zostawiamy do decyzji oferenta.

**- czy wybranej agencji zostaną przekazane maskotki Kota Mleczysława i Mlecznej Kity?**

Zgodnie z wymogami zapytania ofertowego nr 1/01/2026 r. z dnia 15.01.2026 zawartymi w punkcie 5 ww. zapytania (działania w szkołach), oferent zobowiązany jest do przeprowadzenia 30 spotkań edukacyjnych dotyczących wartości mleka i jego przetworów. Spotkania te mają się odbyć z udziałem „mlecznych bohaterów”, a pełną odpowiedzialność za zapewnienie i przygotowanie odpowiednich strojów ponosi oferent.

**- jak do tej pory wyglądały spotkania w szkołach? Ile jednostek lekcyjnych trwały i ile grup z nich korzystało w danej szkole?**

Zgodnie z kryterium nr 2 zapytania nr 1/01/2026 („Koncepcja planowanych działań i materiałów”), Komisja dokona oceny punktowej ofert. Jednym z elementów podlegającym weryfikacji będzie koncepcja działań w szkołach, obejmująca m.in. organizację spotkań. Wybór formy oraz szczegółowego zakresu tych aktywności pozostaje w pełnej gestii oferenta.

**- czy mleczny zeszyt ma być przeznaczony dla nauczycieli i zawierać scenariusze lekcji i materiały edukacyjne, czy ma być to zeszyt adresowany do dzieci? Ile mniej więcej stron ma zawierać taki zeszyt?**

Zgodnie z kryterium nr 2 zapytania nr 1/01/2026 („Koncepcja planowanych działań i materiałów”), Komisja dokona oceny punktowej ofert. Jednym z elementów podlegającym weryfikacji będzie koncepcja materiałów edukacyjnych (np. Mleczny zeszyt, mleczne karty pracy, itp.). Wybór formy, zawartości tych publikacji pozostaje w pełnej gestii oferenta.