



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Numer postępowania: 16/2019/MW

Specyfikacja istotnych warunków zamówienia (SIWZ)

PRZETARG NIEOGRANICZONY

Przedmiot:

Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej.

ZATWIERDZAM:

*Prezes
Polskiej Organizacji Turystycznej*

Warszawa, 24 lipca 2019 r.

Specyfikacja istotnych warunków zamówienia zawiera:

- I. Nazwa oraz adres Zamawiającego.
- II. Tryb udzielenia zamówienia.
- III. Opis przedmiotu zamówienia.
- IV. Termin wykonania zamówienia.
- V. Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tych warunków.
- VI. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia.
- VII. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów, a także wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z Wykonawcami.
- VIII. Wymagania dotyczące wadium.
- IX. Termin związania ofertą.
- X. Opis sposobu przygotowania ofert.
- XI. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert.
- XII. Opis sposobu obliczenia ceny.
- XIII. Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert.
- XIV. Informacje o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.
- XV. Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy.
- XVI. Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, ogólne warunki umowy albo wzór umowy, jeżeli Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby zawarł z nim umowę w sprawie zamówienia publicznego na takich warunkach.
- XVII. Klauzula informacyjna dotycząca RODO.
- XVIII. Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia.

Załączniki do SIWZ:

- | | |
|----------------|--|
| Załącznik nr 1 | Opis przedmiotu zamówienia. |
| Załącznik nr 2 | Formularz ofertowy. |
| Załącznik nr 3 | Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu oraz o braku podstaw do wykluczenia. |
| Załącznik nr 4 | Istotne postanowienia umowy. |
| Załącznik nr 5 | Oświadczenie dotyczące przynależności do grupy kapitałowej. |

I. NAZWA (FIRMA) ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO.

Polska Organizacja Turystyczna (POT)
ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa
Fax: +48 22 536 70 04
Strona internetowa: www.pot.gov.pl
E-mail: pot@pot.gov.pl
REGON: 016213775
NIP: 525-21-50-196

II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA.

Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 10 ust. 1 i art. 39 Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018 r., poz. 1986 ze zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp”, dla usług o wartości zamówienia nie przekraczającej kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp (tj. 144 000 EURO).

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.

1. Przedmiotem zamówienia jest **przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej „Rozsmakuj się w Polsce”**.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik nr 1 do SIWZ.
3. Kod Wspólnego Słownika Zamówień Publicznych (CPV):
79342200-5: Usługi marketingowe;
79342000-3: Usługi reklamowe.
4. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
6. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp.
7. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.
8. Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.
9. Rozliczenia z Wykonawcą dokonywane będą w PLN.
10. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu, z zastrzeżeniem art. 93 ust. 4 ustawy Pzp.
11. Zamawiający nie ogranicza możliwości ubiegania się o zamówienie publiczne tylko dla Wykonawców, u których ponad 50% pracowników stanowią osoby niepełnosprawne.
12. Na podstawie art. 36b ust. 1 ustawy Pzp Wykonawca **jest zobowiązany** umieścić w składanej ofercie informację o części zamówienia, którą zamierza powierzyć podwykonawcom i podania przez Wykonawcę firm podwykonawców. Zamawiający nie zastrzega żadnej części zamówienia, która nie może być powierzona podwykonawcom.

IV. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

13 tygodni od dnia zawarcia umowy.

V. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIENIA TYCH WARUNKÓW.

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:
 - 1) Nie podlegają wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 12 – 23 ustawy Pzp. Zamawiający nie przewiduje wykluczenie Wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp.
 - 2) Spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące:
 - a) **kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów;**
Zamawiający nie postawił szczegółowego warunku w tym zakresie.
 - b) **sytuacji ekonomicznej lub finansowej;**
Zamawiający nie postawił szczegółowego warunku w tym zakresie.
 - c) **zdolności technicznej lub zawodowej;**
Zamawiający nie postawił szczegółowego warunku w tym zakresie.
2. W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia brak podstaw do wykluczenia wykazuje każdy z Wykonawców.
3. Wykonawca, który podlega wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 13 i 14 oraz 16–20 ustawy Pzp, może przedstawić dowody na to, że podjęte przez niego środki są wystarczające do wykazania jego rzetelności, w szczególności udowodnić naprawienie szkody wyrządzonej przestępstwem lub przestępstwem skarbowym, zadośćuczynienie pieniężne za doznaną krzywdę lub naprawienie szkody, wyczerpujące wyjaśnienie stanu faktycznego oraz współpracę z organami ścigania oraz podjęcie konkretnych środków technicznych, organizacyjnych i kadrowych, które są odpowiednie dla zapobiegania dalszym przestępstwom lub przestępstwom skarbowym lub nieprawidłowemu postępowaniu Wykonawcy. Regulacji, o której mowa w zdaniu pierwszym nie stosuje się, jeżeli wobec Wykonawcy, będącego podmiotem zbiorowym, orzeczono prawomocnym wyrokiem sądu zakaz ubiegania się o udzielenie zamówienia oraz nie upłynął określony w tym wyroku okres obowiązywania tego zakazu.
4. Wykonawca nie podlega wykluczeniu, jeżeli Zamawiający, uwzględniając wagę i szczególne okoliczności czynu Wykonawcy, uzna za wystarczające dowody przedstawione na podstawie pkt 3.
5. Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia.
10. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie dokonywana w oparciu o przedłożone przez Wykonawców dokumenty i oświadczenia, o których mowa w rozdz. VI, **na zasadzie spełnia/nie spełnia.**
11. Ponadto o realizację zamówienia mogą się ubiegać wyłącznie Wykonawcy będący w stanie zrealizować zamówienie zgodnie z **Załącznikiem nr 1 do niniejszej SIWZ.**

VI. WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW, POTWIERDZAJĄCYCH SPEŁNIENIE WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ BRAK PODSTAW WYKLUCZENIA.

1. Do oferty każdy Wykonawca musi dołączyć aktualne na dzień składania ofert **oświadczenie** w zakresie wskazanym w **Załączniku nr 3** do SIWZ. Informacje zawarte w oświadczeniu będą stanowić wstępne potwierdzenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

2. W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez Wykonawców oświadczenie, o którym mowa w rozdz. VI. 1 niniejszej SIWZ składa każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie. Oświadczenie musi potwierdzać spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia w zakresie, w którym każdy z Wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia.
3. Zamawiający **żąda**, aby Wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcom, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia z udziału w postępowaniu **zamieszcza informacje o podwykonawcach w oświadczeniu, o którym mowa w rozdz. VI. 1 niniejszej SIWZ.**
4. Wykonawca, który powołuje się na zasoby innych podmiotów, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia oraz spełnienia – w zakresie, w jakim powołuje się na ich zasoby - warunków udziału w postępowaniu **zamieszcza informacje o tych podmiotach w oświadczeniu, o którym mowa w rozdz. VI. 1 niniejszej SIWZ.**
5. Zamawiający, zgodnie z art. 24aa ustawy Pzp, w pierwszej kolejności dokona oceny ofert, a następnie zbada czy Wykonawca, którego oferta została oceniona najwyżej nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.
6. **Wykonawca w terminie 3 dni od dnia zamieszczenia na stronie internetowej informacji, o której mowa w art. 86 ust. 5 ustawy Pzp, przekaże Zamawiającemu oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej (wzór oświadczenia stanowi Załącznik nr 5 do SIWZ), o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp.** Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym Wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.
7. W zakresie nieuregulowanym SIWZ, zastosowanie mają przepisy rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać Zamawiający od Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz. U. z 2016 r., poz. 1126 z późn. zm.).
8. Ofertę stanowi:
 - 1) Wypełniony i podpisany Formularz ofertowy, zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do SIWZ;
 - 2) Pełnomocnictwa;
 - 3) Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu oraz o braku podstaw do wykluczenia, zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 3 do SIWZ.

VII. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI ORAZ PRZEKAZYWANIA OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, A TAKŻE WSKAZANIE OSÓB UPRAWNIONYCH DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI.

1. Z zastrzeżeniem wyjątków określonych w ustawie, wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje pomiędzy Zamawiającym oraz Wykonawcami będą przekazywane:
 - 1) **pisemnie na adres Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa, lub**
 - 2) **drogą elektroniczną na adres e-mail: zamowienia@pot.gov.pl**

2. Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca będą przekazywać oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdzi fakt ich otrzymania.
3. Wykonawcy, którzy nie złożyli oświadczenia, o którym mowa w art. 25a ust. 1 ustawy Pzp, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy Pzp lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez Zamawiającego wątpliwości Zamawiający wzywa do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielania wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
4. Jeżeli Wykonawca nie złożył wymaganych pełnomocnictw albo złożył wadliwe pełnomocnictwa, Zamawiający wzywa do ich złożenia w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania. Pełnomocnictwa należy złożyć w formie oryginału wystawionego przez osoby uprawnione do reprezentacji Wykonawcy lub kopii (odpisu) notarialnie poświadczonej.
5. Wykonawca może zwracać się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający niezwłocznie udzieli wyjaśnień, nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynie do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.
6. Zamawiający przekaze treść wyjaśnienia jednocześnie wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieści ją na stronie internetowej, bez ujawniania źródła zapytania.
7. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SIWZ. Dokonaną zmianę SIWZ Zamawiający przekaze niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieści na stronie internetowej. Każda wprowadzona zmiana staje się integralną częścią tej SIWZ.
8. Osoba upoważniona do kontaktowania się z Wykonawcami: **Marzena Witkowska, tel. 22 536 70 24.**

VIII. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM.

Zamawiający nie wymaga wniesienia wadium.

IX. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ.

1. Wykonawca zgodnie z art. 85 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni.
2. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
3. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.

X. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT.

1. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
2. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, wszystkie oferty zostaną odrzucone na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 1 w związku z art. 82 ust. 1 ustawy Pzp.
3. Treść oferty musi odpowiadać treści SIWZ.
4. Wskazane jest, aby wszystkie zapisane, zadrukowane strony oferty były kolejno ponumerowane, łączone w sposób uniemożliwiający jej dekompletację.
5. Ofertę należy sporządzić **w języku polskim** na maszynie do pisania, komputerze lub inną trwałą i czytelną techniką biurową.
6. Wszelkie poprawki, zmiany lub wykreślenia w tekście oferty muszą być parafowane i datowane przez osobę upoważnioną do podpisywania oferty.
7. Oferta i oświadczenia muszą być podpisane przez osobę/osoby uprawnione do reprezentowania i składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy – zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.
8. Jeżeli upoważnienie do podpisywania oferty, oświadczeń, reprezentowania Wykonawcy/Wykonawców w postępowaniu i zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty wynika z pełnomocnictwa – winno być ono udzielone (podpisane) przez osobę/osoby uprawnione zgodnie z wpisem do właściwego rejestru, oraz dołączone do oferty. Pełnomocnictwo musi być złożone w formie oryginału lub kopii potwierdzonej notarialnie.
9. Zapis pkt 8 stosuje się odpowiednio do dalszych pełnomocnictw.
10. Osoba/osoby podpisujące ofertę muszą być upoważnione do zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.
11. Wymagane w SIWZ dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z tłumaczeniem na język polski.
12. Wszelkie strony oferty oraz wszystkie załączone oświadczenia, tłumaczenia i inne dokumenty, winny być parafowane przynajmniej przez jedną osobę upoważnioną do podpisania oferty. Dotyczy to zarówno oryginałów oświadczeń i dokumentów, jak też ich poświadczonych za zgodność z oryginałem kserokopii.
13. Zamawiający informuje, iż zgodnie z art. 8 w związku z art. 96 ust. 3 ustawy Pzp oferty składane w postępowaniu o zamówienie publiczne są jawne i podlegają udostępnieniu od chwili ich otwarcia, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnice przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2018 r. poz. 419), jeśli Wykonawca w terminie składania ofert zastrzegł, że nie mogą one być udostępniane i jednocześnie wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnice przedsiębiorstwa.
14. Zamawiający zaleca, aby informacje zastrzeżone, jako tajemnica przedsiębiorstwa były przez Wykonawcę złożone w oddzielnej kopercie wewnątrz oferty z oznakowaniem: tajemnica przedsiębiorstwa lub spięte (zszyte) oddzielone od pozostałych jawnych elementów oferty. Brak jednoznacznego wskazania, które informacje stanowią tajemnice przedsiębiorstwa oznaczać będzie, że wszelkie dokumenty i informacje złożone wraz z ofertą są jawne. Wraz z zastrzeżeniem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa, Wykonawca do oferty załączy uzasadnienie zastrzeżenia poprzez wskazanie przyczyn faktycznych i wykazanie spełnienia podstaw normatywnych uprawniających do dokonania zastrzeżenia.
15. W przypadku braku wskazania w sposób jednoznaczny, które informacje podlegają

- ochronie jako tajemnica przedsiębiorstwa lub braku uzasadnienia zastrzeżenia poprzez wskazanie przyczyn faktycznych i wskazanie spełniania podstaw normatywnych uprawniających do dokonania zastrzeżenia, Zamawiający może nie uznać prawidłowości dokonanego zastrzeżenia tajemnicy przedsiębiorstwa bez obowiązku żądania dodatkowych wyjaśnień od Wykonawcy. W takim przypadku Zamawiający zwolniony będzie od wszelkiej odpowiedzialności za jakiegokolwiek ewentualne szkody powstałe w związku z ujawnieniem zastrzeżonych informacji osobom trzecim. Zastrzeżenie informacji, danych, dokumentów lub oświadczeń niestanowiących tajemnicy przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o nieuczciwej konkurencji lub niewykazanie, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnice przedsiębiorstwa powoduje ich odtajnienie.
16. Przez „tajemnicę przedsiębiorstwa” rozumie się nie ujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania, w celu zachowania ich poufności – art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
 17. Zastrzeżenie informacji, które nie stanowią tajemnicy przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji będzie traktowane, jako bezskuteczne i skutkować będzie zgodnie z uchwałą SN z 21 października 2005 r. (sygn. III CZP 74/05) ich odtajnieniem.
 18. Oferta winna zawierać wymagane dokumenty, załączniki, oświadczenia wymienione w niniejszej SIWZ.
 19. Jeżeli oferta jest składana przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Wykonawcy ci ponoszą solidarną odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania.
 20. Oferta Wykonawców, którzy będą ubiegać się wspólnie o udzielenie zamówienia musi być podpisana w taki sposób, aby prawnie zobowiązywała wszystkich Wykonawców występujących wspólnie.
 21. W przypadku oferty składanej przez Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia do oferty musi być załączony dokument ustanawiający pełnomocnika Wykonawców występujących wspólnie do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Pełnomocnictwo musi być złożone w formie oryginału lub notarialnie potwierdzonej kopii.
 22. Poświadczenia za zgodność z oryginałem dokonuje odpowiednio Wykonawca, podmiot na którego zdolnościach lub sytuacji polega Wykonawca, Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia publicznego albo podwykonawcy, w zakresie dokumentów, które każdego z nich dotyczą.
 23. Zaleca się opracowanie pierwszych stron oferty wg załączonego do SIWZ wzoru (**Załącznik nr 2 do SIWZ**). Niezastosowanie wzoru określonego w **załączniku nr 2** nie spowoduje odrzucenia oferty. Jednakże Zamawiający wymaga, żeby w złożonej ofercie znalazły się wszystkie oświadczenia zawarte we wzorze oferty.
 24. Ofertę należy złożyć w zaklejonym, nienaruszonym opakowaniu.
 25. Opakowanie (koperta) z ofertą powinno być oznakowane w poniższy sposób:
Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej. Postępowanie nr 16/2019/MW
Nie otwierać przed dniem 01.08.2019 r., godzina 10:30
 adresat: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa,

nadawca: nazwa, dokładny adres i numery telefonów Wykonawcy (dopuszcza się odcisk pieczęci).

UWAGA: Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za otwarcie oferty przed terminem w przypadku nieprawidłowego oznaczenia koperty.

26. Zgodnie z art. 84 ust. 1 ustawy Pzp Wykonawca może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę. O wprowadzeniu zmian lub zamiarze wycofania oferty przed ostatecznym terminem składania ofert należy pisemnie zawiadomić Zamawiającego.
27. Zmiany do oferty należy umieścić w oddzielnej, zaklejonej i nienaruszonej kopercie z dopiskiem „ZMIANA”. Na kopercie musi znajdować się nazwa Wykonawcy, dokładny adres i numer telefonu Wykonawcy (dopuszcza się odcisk pieczęci).
28. Wykonawca nie może wycofać oferty i wprowadzić zmian w ofercie po upływie ostatecznego terminu składania ofert.

XI. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT.

1. Oferty należy składać w siedzibie Zamawiającego:
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00 – 613 Warszawa
XIX piętro – sekretariat.
2. Termin składania ofert upływa w dniu **01.08.2019 r., o godz. 10:00.**
3. Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w dniu **01.08.2019 r., o godz. 10:30** w Sali konferencyjnej: XIX piętro POT.
4. Otwarcie ofert jest jawne. Obecność Wykonawców nie jest obowiązkowa.
5. Podczas otwarcia ofert Zamawiający odczyta informacje, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp.
6. Niezwłocznie po otwarciu ofert Zamawiający zamieści na stronie internetowej informacje dotyczące:
 - 1) Kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia;
 - 2) Firm oraz adresów Wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie;
 - 3) Ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności jeżeli są zawarte w ofertach.

XII. OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY OFERTY.

1. Podana w ofercie cena musi uwzględniać wszystkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu należytej realizacji przedmiotu zamówienia zgodnie z warunkami wynikającymi z SIWZ, a w szczególności Opisu przedmiotu zamówienia i umowy.
2. Cena brutto ma zawierać należny podatek VAT.
3. Jeżeli w postępowaniu złożona będzie oferta, której wybór prowadziłby do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług, Zamawiający w celu oceny takiej oferty doliczy do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. W takim przypadku Wykonawca, składając ofertę, jest zobligowany poinformować Zamawiającego, że wybór jego oferty będzie prowadzić do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego, wskazując

nazwę (rodzaj) usługi, której wykonanie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując jej wartość bez kwoty podatku.

XIII. OPIS KRYTERIUM, KTÓRYM ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE KIEROWAŁ SIĘ PRZY WYBORZE OFERTY, WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW ORAZ SPOSOBU OCENY OFERT.

1. Zamawiający dokona oceny złożonych ofert, w oparciu o przedstawione poniżej kryteria:

Lp.	Kryterium	Waga kryterium
1.	Cena	30%
2.	Deklarowana liczba wejść na stronę	30%
3.	Deklarowana liczba sprzedanych biletów	37%
4.	Dodatkowe analizy	3%

- 1) **Kryterium cena (C) – waga 30%.** Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$C = C_{\min} / C_o \times 30 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych za kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena oferty z pośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu;

C_o – cena oferty badanej.

W kryterium „cena” oferta może otrzymać maksymalnie 30 pkt.

- 2) **Kryterium „Deklarowana liczba wejść na stronę” (**P_T**) – waga 30%.** Punkty za kryterium „Deklarowana liczba wejść na stronę” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$P_T = T_o / T_{\max} \times 30 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_T – punkty za kryterium „Deklarowana liczba wejść na stronę” przyznane ocenianej ofercie,

T_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert,

T_o – wartość obliczanej oferty w danym kryterium.

Wykonawca zobowiązany jest do podania w formularzu ofertowym deklarowaną liczbę wejść na stronę w ramach kampanii (nie mniej niż 120 000) - P_T. Zaoferowanie liczby wejść na stronę na poziomie 120 000 skutkuje uzyskaniem 0 pkt w tym kryterium. Zadeklarowanie liczby wejść na stronę poniżej 120 000 skutkuje odrzuceniem oferty, jako niezgodnej z SIWZ.

Struktura kliknięć (akceptowane odchylenie od struktury 0,1pp) w treści reklamowe promujące poszczególne miasta:

- Warszawa – 30%,
- Kraków – 30%,
- Gdańsk (Trójmiasto) – 8%,
- Poznań - 8%,
- Wrocław - 8%,
- Katowice (Śląsk) – 8%,
- Łódź – 8%.

W kryterium „Deklarowana liczba wejść na stronę” oferta może otrzymać maksymalnie 30 pkt.

3) **Kryterium „Deklarowana liczba sprzedanych biletów” (P_S) – waga 37%.**

Punkty za kryterium „Deklarowana liczba sprzedanych biletów” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$P_S = S_o / S_{max} \times 37 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_S – punkty za kryterium „Deklarowana liczba sprzedanych biletów” przyznane ocenianej ofercie,

S_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert,

S_o – wartość obliczanej oferty w danym kryterium.

Wykonawca zobowiązany jest do podania w formularzu ofertowym deklarowaną liczbę sprzedanych biletów w ramach kampanii (nie mniej niż 2 400) - P_S . Zaoferowanie liczby sprzedanych biletów na poziomie 2 400 skutkuje uzyskaniem 0 pkt w tym kryterium. Zadeklarowanie liczby sprzedanych biletów poniżej 2 400 skutkuje odrzuceniem oferty, jako niezgodnej z SIWZ.

Struktura sprzedanych biletów (akceptowane odchylenie od struktury 0,1pp) na loty do poszczególnych miast:

- Warszawa – 30%,
- Kraków – 30%,
- Gdańsk (Trójmiasto) – 8%,
- Poznań - 8%,
- Wrocław - 8%,
- Katowice (Śląsk) – 8%,
- Łódź – 8%.

W kryterium „Deklarowana liczba sprzedanych biletów” oferta może otrzymać maksymalnie 37 pkt.

4) **Kryterium „Dodatkowe analizy” - waga 3%.** Oferta otrzyma po 0,5% za każdą z poniżej wyszczególnionych analiz:

- a) udział linii lotniczych, na które zostały sprzedane bilety (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
- b) udział portów lotniczych, z których turyści wylatują (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
- c) średni czas trwania procesu zakupu; podział na segmenty dziesięciodniowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),

- d) średni czas między datą rezerwacji a datą lotu; podział na segmenty 10-dniowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
- e) średni czas od wyszukiwania rezerwacji do realizacji podróży; ile czasu zajmuje użytkownikowi, który może mieć styczność z naszą kampanią, wyszukiwanie, rezerwowanie i podróż do Polski (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
- f) jeżeli kampania będzie realizowana poprzez wyszukiwarki internetowe: podanie konkurencji na słowach kluczowych (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe).

W kryterium „Dodatkowe analizy” oferta może otrzymać maksymalnie 3 pkt.

- 2. Obliczenia będą prowadzone z dokładnością dwóch miejsc po przecinku, wartości na trzecim miejscu zaokrąglone będą od 0 do 5 w dół, od 6 do 9 w górę.
- 3. Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów po zsumowaniu punktów we wszystkich kryteriach.
- 4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

XIV. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH, JAKIE POWINNY ZOSTAĆ DOPEŁNIONE PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY W SPRAWIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO.

- 1. Wykonawcy biorący udział w postępowaniu zostaną powiadomieni o jego wynikach.
- 2. Po zatwierdzeniu wyboru najkorzystniejszej oferty Zawiadomienie o wyborze zostanie umieszczone na stronie internetowej Zamawiającego.
- 3. Zamawiający przystąpi do zawarcia umowy z wybranym Wykonawcą w trybie art. 94 ustawy Pzp.
- 4. Jeżeli zostanie wybrana oferta Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia, Wykonawcy zobowiązani są dostarczyć Zamawiającemu w terminie przez niego wyznaczonym umowę regulującą ich współpracę. Umowa regulująca współpracę Wykonawców składających wspólnie ofertę powinna określać m.in.:
 - 1) podmioty składające ofertę;
 - 2) cel gospodarczy, dla którego została zawarta umowa;
 - 3) zasady reprezentacji i prowadzenia spraw;
 - 4) oznaczenie czasu trwania umowy (wymaga się, aby czas trwania umowy był nie krótszy niż okres realizacji zamówienia) oraz okres gwarancji i/lub rękojmi.
- 5. Brak przedstawienia dokumentów, o których mowa w pkt 4 Zamawiający potraktuje jako uchylenie się od podpisania umowy, w takim **przypadku Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert.**

XV. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY.

Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

XVI. ISTOTNE DLA STRON POSTANOWIENIA, KTÓRE ZOSTANĄ WPROWADZONE DO TREŚCI ZAWIERANEJ UMOWY W SPRAWIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO, OGÓLNE WARUNKI UMOWY ALBO WZÓR UMOWY JEŻELI ZAMAWIAJĄCY WYMAGA OD WYKONAWCY, ABY ZAWARŁ Z NIM UMOWĘ W SPRAWIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO NA TAKICH WARUNKACH.

Istotne postanowienia umowy stanowią **Załącznik nr 4 do niniejszej SIWZ.**

XVII. KLAUZULA INFORMACYJNA DOTYCZĄCA RODO

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: „RODO”), informujemy, że:

1. Administratorem Państwa danych osobowych jest Polska Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, ul. Chałubińskiego 8, NIP: 525 21 50 196 (dalej jako POT lub Administrator).
2. We wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem Państwa danych osobowych przez POT można kontaktować się z wyznaczonym inspektorem ochrony danych:
 - 1) mailowo: dpo@pot.gov.pl lub
 - 2) listownie na adres korespondencyjny administratora: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, XIX piętro, 00-613 Warszawa.
3. Państwa dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego pn. *Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej*, numer 16/2019/MW prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego.
4. Odbiorcami Państwa danych osobowych będą podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania na podstawie ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. 2016 poz. 1764 z późn. zm.).
5. Państwa dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy.
6. W odniesieniu do Państwa danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO.
7. Posiadają Państwo:
 - 1) na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Państwa dotyczących;
 - 2) na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania danych osobowych Państwa dotyczących¹;
 - 3) na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO²;
 - 4) prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uznają Państwo, że przetwarzanie danych osobowych Państwa dotyczących narusza przepisy RODO.
8. Nie przysługuje Państwu:

¹ Skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.

² Prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.

- 1) w związku z art. 17 ust. 3 lit. b), d) i e) RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
- 2) prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
- 3) na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Państwa danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c) RODO.

XVIII. POUCZENIA O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH WYKONAWCY W TOKU POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA.

Środki ochrony prawnej zostały określone w Dziale VI ustawy Pzp. Środki ochrony prawnej przysługują Wykonawcy oraz innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Pzp. Środki ochrony prawnej wobec Ogłoszenia o zamówieniu oraz Specyfikacji istotnych warunków zamówienia przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy Pzp.

Załącznik nr 1 do SIWZ

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie Kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej: „Rozsmakuj się w Polsce”.

Kontekst projektu

Zainteresowanie tematyką związaną z szeroko rozumianymi kulinariami (gotowanie, kuchnie narodowe i regionalne, festiwale i szlaki kulinarne) rośnie z roku na rok. Coraz większą popularność zdobywają nie tylko książki, czasopisma i kanały kulinarne, ale także blogi i vlogi, a ich twórcy zyskują status celebrytów. Chęć poznania nowych smaków, spróbowania nowej kuchni czy możliwość delektowania się ulubionymi smakami w miejscu ich pochodzenia jest coraz częściej dodatkowym motywem wyjazdów turystycznych. Turyści chcą poznawać lokalne potrawy i tradycje, a kulinaria stały się ważnym (choć nie jest podstawowym) atrybutem wyboru miejsca wyjazdu turystycznego. Są też jednym z podstawowych czynników wpływających na satysfakcję z pobytu.

W związku z powyższym „kulinaria” zaczęły odgrywać ważną rolę w promocji destynacji. W służbie tejże promocji powstają m.in. programy kulinarne, szlaki oraz wydarzenia o charakterze międzynarodowym często angażujące celebrytów kulinarnych. Posiadanie restauracji z gwiazdką Michelin jest możliwie szeroko komunikowane turystom i niejako konstytuuje jakość kulinarną miasta/regionu.

Polska kuchnia cieszy się uznaniem wśród mieszkańców wielu krajów, a równocześnie jest jednym z pierwszych skojarzeń osób mających stosunkowo niewielką wiedzę o Polsce. Promocja kuchni polskiej stanowi więc świetną okazję do komunikowania atrakcyjności turystycznej naszego kraju, zarówno w oparciu o walory środowiska przyrodniczego (*slow food*, zdrowa żywność), jak i dziedzictwo kulturowe (tradycyjna kuchnia).

Jednocześnie kluczowe produkty turystyczne Polski są zbliżone do tych, które promowane są przez takie państwa jak Węgry czy Czechy. Wypoczynek w miastach, dziedzictwo kulturowe, architektura historyczna (zamki, pałace) są na tyle podobne w krajach Europy Centralnej, że zagraniczny turysta – pozbawiony szczegółowej wiedzy o różnicach pomiędzy państwami regionu – może traktować te kraje jako oferujące substytucyjne propozycje.

W związku z tym kluczowe jest zbudowanie świadomości w grupach celowych, że Polska gwarantuje różnorodną ofertę kulinarną oraz wykorzystanie tego do zbudowania przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych państw z regionu Europy Środkowej.

Istotne jest zatem, żeby znaleźć przewagę Polski nad konkurencją a tym samym w istotny sposób wyróżnić się. Taką rolę mogą spełniać kulinaria tzn. są one wyróżnikiem, stanowią one wartość dodaną do wizyty, powodują, że turysta może uwzględnić fakt różnorodności/bogactwa polskiej kuchni. Uzupełnienie wizerunku Polski, dostarczenie tych dodatkowych atrybutów do listy korzyści (które turysta

osiągnię) spowoduje, że Polska będzie postrzegana jako kraj atrakcyjniejszy turystycznie niż inne państwa Europy Centralnej.

Cele marketingowe

Główny cel kampanii: zbudowanie/wzmocnienie wizerunku Polski jako miejsca gwarantującego różnorodność przeżyć kulinarnych wysokiej jakości – w oparciu o tradycyjne/regionalne dania w nowoczesnym wydaniu.

Pozostałe cele:

- konwersja osób zainteresowanych wyjazdem do Czech i Węgier na Polskę przy użyciu reklam zawierających element kulinarny,
- przedstawienie specjalności kuchni polskiej, wydarzeń potwierdzających najwyższą jakość – np. Kraków jako kulinarna stolica – jako atrybutów miast na wyjazdy typu city break.

Wszystkie powyższe działania mają ostatecznie zbudować obiecujący obraz kulinarnej Polski oraz zachęcić do częstszego wybierania polskich miast jako kierunku wyjazdu – szczególnie względem regionalnych konkurentów jakimi są Czechy, Słowacja czy Węgry, którzy promują się w następujący sposób:

- Czechy: „kuchnia tradycyjna ale nowoczesna”, „bogata i prosta”,
- Słowacja: „różnorodna jak kraj” (łatwość odróżnienia – Słowacy komunikują się bardzo ludowo i folklorystyczne),
- Węgry komunikują gastronomiczną rewolucję – od tradycyjnych smaków po wyśmienite doznania kulinarne.

Rynki oraz promowane miasta

Biorąc pod uwagę dane dotyczące udzielonych noclegów w latach poprzednich, założenia *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020* oraz doświadczenia uzyskane dzięki poprzednio realizowanej na kilku rynkach kampanii (m.in. efektywność prowadzenia komunikacji na większej ilości rynków, zachowania behawioralne odbiorców kampanii), działanie będzie skierowane na 5 rynków:

- Niemcy,
- Wielka Brytania,
- Szwecja,
- Norwegia,
- Rosja.

Promowane miasta:

- Warszawa,
- Kraków,
- Gdańsk,
- Poznań,
- Wrocław,
- Katowice,
- Łódź.

Grupa celowa

- Skandynawia (Norwegia + Szwecja):
Odbiorcy: osoby 35+ - podróże bez dzieci; osoby młodsze z dziećmi.
Preferencje: bezpośrednie połączenia lotnicze; wysokiej jakości przeżycia kulinarne; osoby młodsze z dziećmi - atrakcje dla dzieci; fine dining; slow food; natura, produkty organic, kuchnia regionalna wysokiej jakości.
- Wielka Brytania:
Odbiorcy: osoby 35+.
Preferencje: kuchnia regionalna, wegetariańska, wyróżnienia kulinarne, produkty organic, ekologia.
- Niemcy:
Odbiorcy: osoby 35+ - podróże bez dzieci.
Preferencje: city break, kuchnia jako ważny element, produkty kulinarne, potrawy tradycyjne oraz kuchnia międzynarodowa.
- Rosja:
Odbiorcy: osoby 35-60 - podróże bez dzieci.
Preferencje: city break, kuchnia jako ważny element, produkty kulinarne, potrawy tradycyjne oraz kuchnia międzynarodowa.

Opis przebiegu kampanii

PODSTAWOWE PARAMETRY KAMPANII

- Cel: promocja polskich miast w kontekście city break z podkreśleniem dziedzictwa kulinarnego (kulinarny city break),
- Odbiorcy: osoby w przedziale wiekowym 35-60,
- Rynki: Niemcy, Wielka Brytania, Szwecja, Norwegia, Rosja,
- Okres trwania kampanii: sierpień – wrzesień 2019 r.
- Kanał komunikacji: Internet.

ETAPY REALIZACJI KAMPANII

- Przygotowanie kreacji,
- Uruchomienie kampanii równolegle w dwóch odsłonach:
 - Kampania wizerunkowa w oparciu o wyszukiwarki oraz sieć GDN,

Użytkownik klikający w reklamę zostanie przeniesiony na zakładkę związaną z miastem, które go zainteresowało. Zostanie mu wyświetlona treść odpowiadająca treści klikniętej reklamy, np. jeżeli kliknie w reklamę Gdańska to zostanie przekierowany odpowiednio na treści związane z kulinariami w Gdańsku. Jednocześnie zakładka/ strona kampanii będzie stworzona w taki sposób, aby użytkownik mógł bez problemu zapoznać się z propozycjami wszystkich miast biorących udział w kampanii, np. ikony innych miast będą wyświetlać się w postaci karuzeli obok prezentacji aktualnie przeglądane miasta.

- Kampania sprzedażowa zrealizowana na portalach bookingowych.
Internauta poszukujący destynacji turystycznej na wyjazd (głównie city break, do Czech lub na Węgry) na portalach bookingowych i okołobookingowych będzie widział

przekazy reklamowe kampanii. Pod ich wpływem ma dokonać zmiany swojej decyzji i wybrać Polskę jako kraj, w którym spędzi wolny czas.

Zadania POT

- Stworzenie strony głównej kampanii. W ramach kampanii zostanie utworzona specjalna zakładka/strona w domenie polska.travel dotycząca kampanii w odpowiedniej wersji językowej z informacjami o wybranych miastach przedstawionymi w kontekście kulinariów - kuchnia regionalna, szlaki, atrakcje kulinarne, wyróżnienia, wydarzenia, konkretne pomysły na podróż.
- Przygotowanie treści na stronę polska.travel w wersjach językowych państw, w których będzie prowadzona kampania,
- Przekazanie niezbędnych materiałów dla Wykonawcy do stworzenia formatów reklamowych,
- Przygotowanie KV w oparciu o główne założenia kampanii,
- Przygotowanie hasła parasolowego kampanii. Więcej informacji na ten temat w sekcji „Kreacja”,
- Przygotowanie copy dostosowanego do danego rynku oraz grupy celowej.

Kampania będzie realizowana przy współpracy z miastami. Liczba kreacji w kampanii będzie związana z liczbą promowanych miast, krajów, na terenie których realizowana będzie kampania oraz lokacji/potraw, które będą promowane.

Zadania Wykonawcy

ZADANIA WYKONAWCY – KAMPANIA WIZERUNKOWA (OGÓLNA W INTERNECIE)

- Dotarcie z przekazem do osób, które poszukują propozycji na wyjazd do Czech lub na Węgry i spowodowanie, że klikną one w reklamę i przeniosą się na dedykowaną zakładkę/stronę w strukturze strony polska.travel,
- Niezbędne przeformatowania reklamy w oparciu o dostarczony przez Zamawiającego KV, materiały reklamowe muszą spełniać wymagania specyfikacji technicznej wydawców.
- Nadzór i optymalizacja kampanii,
- Sporządzenie raportu podsumowującego całą kampanię zgodnie z wymaganiami przedstawionymi w dalszej części dokumentu.

ZADANIA WYKONAWCY – KAMPANIA PORTALE REZERWACYJNE

- Dotarcie z przekazem do osób, które na portalach bookingowych i okołobookingowych poszukują propozycji na wyjazd do Czech lub na Węgry i spowodowanie, że klikną one w reklamę i pod jej wpływem zdecydują się na przyjazd do Polski oraz dokonają rezerwacji usług,
- Niezbędne przeformatowania reklamy w oparciu o dostarczony przez Zamawiającego KV, materiały reklamowe muszą spełniać wymagania specyfikacji technicznej wydawców.
- Nadzór i optymalizacja kampanii,
- Sporządzenie raportu podsumowującego całą kampanię zgodnie z wymaganiami przedstawionymi w dalszej części dokumentu.

Kreacja

USP: wyjątkowe miejsca na zaplanowanie wyjazdu, różnorodność względem innych krajów w Europie Środkowej, atrakcje historyczne i kulturalne uzupełnione o element kulinarny: wysokiej jakości produkty lokalne, różnorodne tradycje kuchni regionów, połączenie zwiedzania z poznawaniem lokalnych smaków, różnorodna oferta gastronomiczna, oferta bazująca na trendach a w wybranych krajach na trendach eko, slow, wege.

Na potrzeby kampanii zostało stworzone wspólne wstępne hasło parasolowe: "Rozsmakuj się w Polsce" dla wszystkich promowanych miejsc i będzie ono zaadaptowane do każdego rynku. Hasła dodatkowe do odsłon kampanii powinny zawierać wyraźne, zachęcające i jasno sformułowane CTA (Call to Action) oraz nazwę miasta.

Na potrzeby reklamy dla każdego miasta zostaną stworzone – w zależności od rynku - 2-3 wersje bannerów reklamowych. Reklamy będą prezentować walory miast z zaznaczeniem akcentu kulinarnego oraz gościnności (np. ludzie przy stole z regionalnymi przysmakami, warsztaty kulinarne, itd.). Jednocześnie grafika ma być żywa i przyciągająca.

Bannery zostaną stworzone w oparciu o materiały dostępne w POT lub przekazane przez partnerów.

Wymagania:

- kreacja będzie zgodna z identyfikacją wizualną POT,
- elementami obowiązkowymi są: logo POT oraz hashtagi: #VisitPoland, #polandtravel,
- wstępna linia kreatywna będzie oryginalna, w przemyślany sposób pokazująca walory turystyczne istotne dla każdego z rynków docelowych,
- linia kreatywna będzie dostosowana do grupy docelowej oraz celów marketingowych,
- wstępna linia kreatywna będzie na tyle dynamiczna, by przyciągnąć uwagę odbiorcy,
- poprawność językowa tekstów wykorzystywanych w kampanii zostanie zweryfikowana przez native speakera/ ZOPOT'y,
- w zależności od skuteczności prowadzonej kampanii Wykonawca będzie miał możliwość (w uzgodnieniu z Zamawiającym) optymalizowania kreacji oraz wprowadzania zmian zarówno w kreacji, formacie, jak i copy.

Raport podsumowujący

Raport powinien zawierać następujące informacje:

1. Printscreeny z pierwszego dnia emisji reklamy dla obu faz kampanii,
2. Statystyki emisji reklam wraz z liczbą kliknięć/odsłon w reklamę,

3. Minimalny zakres analiz po kampanii:

- średni ROAS, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe,
- liczba sprzedanych biletów (jeśli nie są to dane właściciela portalu to wskazać źródło), zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- średnie wydatki (średnia cena biletu, zakwaterowanie, jeśli to możliwe), zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- profil odbiorców: demograficzny (w tym wielkość obszaru/ miasta - nazwa każdego z nich, który generuje łącznie co najmniej 80% ruchu - podział) oraz behawioralny (zainteresowania),
- całkowita liczba sprzedanych pokoi hotelowych, średnia długość pobytu, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- średnia odległość między datą dokonania rezerwacji a datą wylotu podział na segmenty 10-dniowe, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- ruch użytkowników w Internecie i rodzaje odwiedzanych przez nich witryn turystycznych, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- efektywność formatów reklamowych: kluczowe parametry mediowe, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- efektywność poszczególnych kreacji: kluczowe parametry mediowe, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- ekran, na którym wyświetlane były reklamy (mobile vs. desktop), zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe.

Dodatkowe analizy:

- udział linii lotniczych, na które zostały sprzedane bilety, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- udział portów lotniczych, z których turyści wylatują, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- średni czas trwania procesu zakupu; podział na segmenty dziesięciodniowe, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- średnia czas między datą rezerwacji a datą lotu; podział na segmenty 10-dniowe, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- średnie czas od wyszukiwania rezerwacji do realizacji podróży; ile czasu zajmuje użytkownikowi, który może mieć styczność z naszą kampanią, wyszukiwanie, rezerwowanie i podróż do Polski, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe,
- jeżeli kampania będzie realizowana poprzez wyszukiwarki internetowe: podanie konkurencji na słowach kluczowych, zestawienie dla każdego kraju oddzielnie, jeżeli to możliwe.

Wskaźniki sukcesu:

- Liczba wejść na stronę nie mniej niż 120 000, liczonych sumarycznie dla wszystkich miast.
- Liczba sprzedanych biletów nie mniej niż 2 400, liczonych sumarycznie dla wszystkich miast.

**Załącznik do OPZ - Promowane miasta wraz z wyróżnikami kulinarnymi
i zestawieniem połączeń lotniczych**

Miasto	Wyróżniki kulinarne	Połączenia lotnicze
Warszawa	W mieście: - Nocny Market, Bary kraftowe (tour po mieście), Festiwal Piwa - stara Warszawa - Centrum Koneser z Muzeum Polskiej Wódki, Bazar Różycy jako zabytek starej Pragi, - Stolica wege (wyróżnienia kulinarne) - W 2016 r. Warszawa zajęła 3. miejsce na świecie jako miejsce najbardziej przyjazne weganom – wyróżnienie przyznał amerykański portal „Happy Cow”. W 2017 r. Warszawa znalazła się na 7. miejscu w tym samym wyróżnieniu - jarmarki śniadaniowe - restauracje kultowe łączące się z historią miasta: u Fukiera, Czerwony Wieprz - wyróżnienia Gault&Millau 2018 dla restauracji, - wycieczki kulinarne Strony internetowe: - Strona Warszawy: https://warsawtour.pl/#pll_switcher (ENG, DE) – zakładka o kulinariach: https://warsawtour.pl/en/for-foodies/ https://warsawtour.pl/en/polish-cuisine/ - Muzeum Polskiej Wódki - https://muzeumpolskiejwodki.pl/en/ (ENG) - Warszawski Festiwal Piwa - http://warszawskifestiwalpiwa.pl/en/ (ENG)	Niemcy (7 połączeń) Wielka Brytania (7 połączeń) Szwecja (4 połączenia) Norwegia (3 połączenia) Rosja (3 połączenia)
Kraków	W mieście: - Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej 2019 - produkty kulinarne Małopolski - wyróżnienia Gault&Millau 2018 dla restauracji – 25 restauracji - wycieczki kulinarne - Produkty regionalne Małopolski w tym Kraków obwarzanek i chleb prądnicki - Pikniki krakowskie - Święto Obwarzanka - Jarmark Świętojański - Festiwal Pierogów	Wielka Brytania (15 połączeń) Niemcy (6 połączeń) Norwegia (5 połączeń) Szwecja (4 połączenia)

	• Szlak Karczm Regionalnych - Kraków/Małopolska • Szlak Winny – Kraków/Małopolska • Slow Food • Tradycyjne place targowe • Targ Pietruszkowy • Muzeum Obwarzanka • Cykliczne wydarzenia kulinarne np. Najedzeni Fest • Browary kraftowe • Street food • Nowe inicjatywy kulinarne Strony internetowe: • Strona Krakowa: http://krakow.travel/ (ENG, DE, IT) • Oficjalna strona Krakowa dedykowana Kulinariom – www.kulinaryny.krakow.pl/culinary.krakow.pl	
Gdańsk (Trójmiasto)	W mieście: • kuchnia pomorska i kaszubska • wyróżnienia Gault&Millau 2018 dla restauracji • wycieczki kulinarne • Jarmark Dominikański Szlaki: • Szlak Gdańsk-Pomorskie Culinary Prestige - szlak ideą nawiązujący do trendu slow food • miejski Szlak Kulinaryny w Gdyni Strony internetowe: • Strona Gdańska: https://visitgdansk.com/ (ENG, DE, SE) – zakładka o kulinariach: https://visitgdansk.com/en/gastronomia • Jarmark Dominikański - http://jarmarkdominika.pl/en/ (ENG) • Szlak Gdańsk-Pomorskie Culinary Prestige - http://www.pomorskie-prestige.eu/p/culinary-prestige (ENG); https://www.facebook.com/PomorskiePrestige/?ref=nf&hc_ref=ARTg-bmFhjFiUGwbOLOZhEWEWRItrKXulv1Ur3hR-iNoSSDgAqeOdY6FDnZEVXWxEFs • miejski Szlak Kulinaryny w Gdyni - http://www.kulinarnagdynia.pl/home/ (ENG)	Wielka Brytania (10 połączeń) Norwegia (9 połączeń) Niemcy (5 połączeń) Szwecja (3 połączenia)

Poznań	W mieście: • kuchnia wielkopolska, gęszina, rogalę, • Rogalowe Muzeum Poznania • wyróżnienia Gault&Millau 2018 dla restauracji, • wycieczki kulinarne Strony internetowe: • Strona Poznania: http://poznan.travel/ (ENG) - zakładka o kulinariach: http://poznan.travel/en/c/gdzie-zjesc • Rogalowe Muzeum Poznania - http://rogalowemuzeum.pl/en/ (ENG)	Wielka Brytania (6 połączeń) Norwegia (1 połączenie)
Wrocław	W mieście: • wyróżnienia dla lokali gastronomicznych - Wrocławska restauracja Campo Modern Grill zdobyła nagrodę za najlepszy design na świecie; Wrocławska lodziarnia wśród 20 najlepszych w Europie według Guardian • wycieczki kulinarne Strony internetowe: • Strona Wrocławia: https://visitwroclaw.eu/ (ENG, DE) – zakładka o kulinariach (spis restauracji) https://visitwroclaw.eu/en/places/food-and-drink	Wielka Brytania (13 połączeń) Niemcy (4 połączenia) Norwegia (1 połączenie) Szwecja (1 połączenie)
Katowice i region Śląsk	W regionie: • kuchnia śląska • Muzeum Tyskich Browarów Książęcych (ok. 20 km od Katowic) Szlak: • szlak kulinarny Śląskie Smaki Strony internetowe: • Strona Katowic: https://www.katowice.eu/en (ENG, DE) • Strona regionu: https://slaskie.travel/ (ENG, DE) – zakładka o kulinariach: jedyną zakładką dotyczącą kulinariów (a jest ich kilka) jest ta dotycząca Szlaku Śląskie Smaki https://slaskie.travel/Grupa-przewodnikow/105404/Pokaz/22687/szlak-kulinarny-slaskie-smaki?cultureName=en-US • Muzeum Tyskich Browarów Książęcych - https://zwiedzbrowar.pl/en/ (ENG, DE) • szlak kulinarny Śląskie Smaki - https://www.slaskiesmaki.pl/en-US (ENG, DE)	Wielka Brytania (5 połączeń) Norwegia (3 połączenia) Niemcy (3 połączenia) Szwecja (2 połączenia)

Łódź	• street food – Piotrkowska Off • festiwale lodów rzemieślniczych, piwa, sushi, festiwal śniadań, street food w wydaniu vege Strony internetowe: • ogólna: https://lodz.travel/en/ (EN, FR, DE, RU) • kulinaria: https://lodz.travel/en/tourism/where-to-eat/	Wielka Brytania (2 połączenia) Niemcy (1 połączenie)
------	---	--

Załącznik nr 2 do SIWZ

Zamawiający:
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa

FORMULARZ OFERTOWY

Nazwa i adres podmiotu składającego ofertę:

.....

NIP REGON

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

.....

Numer telefonu:

Numer faksu:

e-mail

W odpowiedzi na ogłoszenie o przetargu nieograniczonym składamy niniejszą ofertę na
Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej,
znak sprawy: 16/2019/MW

1. Cena ofertowa nettozł

(Słownie:.....

.....

Stawka podatku VAT.....%, wartość podatku VAT.....zł

Cena ofertowa bruttozł

(Słownie:.....

2. Deklarowana liczba wejść na stronę, wg następującej struktury:

- ☐ Warszawa – 30%,
- ☐ Kraków – 30%,
- ☐ Gdańsk (Trójmiasto) – 8%,
- ☐ Poznań - 8%,
- ☐ Wrocław - 8%,
- ☐ Katowice (Śląsk) – 8%,
- ☐ Łódź – 8%.

3. Deklarowana liczba sprzedanych biletów, wg następującej struktury:
- ☐ Warszawa – 30%,
 - ☐ Kraków – 30%,
 - ☐ Gdańsk (Trójmiasto) – 8%,
 - ☐ Poznań - 8%,
 - ☐ Wrocław - 8%,
 - ☐ Katowice (Śląsk) – 8%,
 - ☐ Łódź – 8%.
4. Deklaruję wykonanie następujących analiz³:
- ☐ udział linii lotniczych, na które zostały sprzedane bilety (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe);
 - ☐ udział portów lotniczych, z których turyści wylatują (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe);
 - ☐ średni czas trwania procesu zakupu; podział na segmenty dziesięciodniowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe);
 - ☐ średni czas między datą rezerwacji a datą lotu; podział na segmenty 10-dniowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe);
 - ☐ średni czas od wyszukiwania rezerwacji do realizacji podróży; ile czasu zajmuje użytkownikowi, który może mieć styczność z naszą kampanią, wyszukiwanie, rezerwowanie i podróż do Polski (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe);
 - ☐ jeżeli kampania będzie realizowana poprzez wyszukiwarki internetowe: podanie konkurencji na słowach kluczowych (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe).
5. Oświadczam/-y, że:
- 1) przedmiot zamówienia wykonamy w terminie określonym w SIWZ;
 - 2) zapoznaliśmy się z warunkami i wymaganiami podanymi przez Zamawiającego w SIWZ, w szczególności w Opisie przedmiotu zamówienia, akceptujemy je i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń;
 - 3) mamy możliwość przygotowania raportu w oparciu o dane z systemów bookingowych zgodnie z wymaganiami Zamawiającego;
 - 4) uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia;
 - 5) akceptujemy istotne postanowienia umowy i wyrażamy zgodę na zawarcie umowy bez jakichkolwiek zastrzeżeń i wyłączeń sporządzonej na jego podstawie;
 - 6) uważamy się za związanych niniejszą ofertą przez 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert;
 - 7) wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.

³ Wybrać poprzez wstawienie znaku X

Część zamówienia, której wykonanie zamierzamy powierzyć podwykonawcy/om
obejmuje (jeżeli dotyczy):

.....
.....

6. Oferta została złożona na stronach.

7. Do oferty dołączono stanowiące jej integralną część:

1),

2),

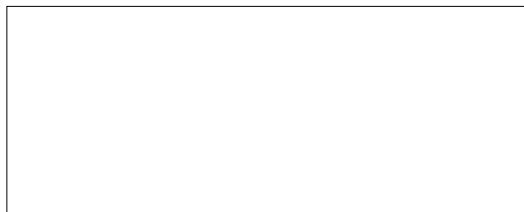
3),

4),

.....
(data, imię i nazwisko oraz podpis
upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy)

Załącznik nr 3 do SIWZ

Pieczęć Wykonawcy



**Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa**

O Ś W I A D C Z E N I E

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na ***Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej***, znak sprawy: 16/2019/MW, składam/y w imieniu Wykonawcy następujące informacje:

Część I: INFORMACJE DOTYCZĄCE WYKONAWCY
A: Informacje na temat Wykonawcy

<i>Identyfikacja:</i>	<i>Odpowiedź:</i>
Nazwa:	[....]
Adres pocztowy:	[.....]
Osoba lub osoby wyznaczone do kontaktów ⁴ : Telefon: Adres e-mail:	[.....] [.....] [.....]

⁴ Informacje dotyczące osób wyznaczonych do kontaktów należy powtórzyć tyle razy, ile jest to konieczne.

Czy Wykonawca jest ⁵ : - małym przedsiębiorstwem? - średnim przedsiębiorstwem ?	☐ Tak ☐ Nie ⁶ ☐ Tak ☐ Nie
Rodzaj uczestnictwa:	Odpowiedź:
Czy Wykonawca bierze udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia wspólnie z innymi Wykonawcami (konsorcjum)? ⁷	☐ Tak ☐ Nie
Jeżeli tak: a) proszę wskazać rolę Wykonawcy w grupie (lider, odpowiedzialny za określone zadania itp.): b) proszę wskazać pozostałych Wykonawców biorących wspólnie udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia:	a): [.....] b): [.....]

B: Informacje na temat przedstawicieli Wykonawcy⁸

Osoby upoważnione do reprezentowania:	Odpowiedź:
Imię i nazwisko,	[.....], [.....]
Stanowisko/Działający(-a) jako:	[.....]
Adres pocztowy:	[.....]
Telefon:	[.....]
Adres e-mail:	[.....]
W razie potrzeby proszę podać szczegółowe informacje dotyczące przedstawicielstwa (jego form, zakresu, celu itd.):	

C: Informacje na temat polegania na zasobach innych podmiotów

Wykazywanie warunków z powołaniem się na zasoby innych podmiotów:	Odpowiedź:
Czy Wykonawca polega na zasobach innych podmiotów w celu wykazania spełnienia warunków udziału w postępowaniu?	☐ Tak ☐ Nie

⁵ Por. zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (Dz.U. L 124 z 20.5.2003, s. 36). Te informacje są wymagane wyłącznie do celów statystycznych.

Mikroprzedsiębiorstwo: przedsiębiorstwo, które zatrudnia mniej niż 10 osób i którego roczny obrót lub roczna suma bilansowa nie przekracza 2 milionów EUR.

Małe przedsiębiorstwo: przedsiębiorstwo, które zatrudnia mniej niż 50 osób i którego roczny obrót lub roczna suma bilansowa nie przekracza 10 milionów EUR.

Średnie przedsiębiorstwa: przedsiębiorstwa, które nie są mikroprzedsiębiorstwami ani małymi przedsiębiorstwami i które zatrudniają mniej niż 250 osób i których roczny obrót nie przekracza 50 milionów EUR lub roczna suma bilansowa nie przekracza 43 milionów EUR

⁶ Zaznaczyć właściwe.

⁷ Jeżeli zaznaczono TAK, każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie składa oświadczenie odrębnie.

⁸ Należy podać dane osób upoważnionych do reprezentowania wykonawcy na potrzeby danego postępowania na podstawie pełnomocnictwa. Jeżeli brak jest pełnomocnika, osoby widniejące w stosownych rejestrach (np. KRS) upoważnione do reprezentowania wykonawcy w niniejszym postępowaniu.

Jeżeli tak, ⁹ proszę podać:	
a) nazwę podmiotu na zasobach których Wykonawca polega	a) [....]
b) warunki, które Wykonawca wykazuje polegając na zasobach innego podmiotu.	b) [....]
c) adres pocztowy:	c) [....]
Wykonawca zobowiązany jest także wypełnić formularz w części II („Podstawy wykluczenia”) odrębnie dla każdego innego podmiotu, na zasoby którego Wykonawca się powołuje.	

D: Informacje dotyczące podwykonawców, na których zasobach wykonawca nie polega

Podwykonawstwo:	Odpowiedź:
Czy Wykonawca zamierza zlecić osobom trzecim podwykonawstwo jakiegokolwiek części zamówienia?	☐ Tak ☐ Nie
Jeżeli tak, wskazać część zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcy (-om).	[...]
Jeżeli tak i o ile jest to wiadome, podać wykaz proponowanych podwykonawców:	[.....]

Część II: PODSTAWY WYKLUCZENIA

A: Informacja o braku istnienia okoliczności wskazanych w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp

- Oświadczam, że nie występują **wobec mnie** okoliczności wskazane w art. 24 ust. 1 pkt 13-22 ustawy Pzp, które skutkowałyby wykluczeniem z postępowania.¹⁰
- Oświadczam, że wobec wskazanego/-ych w Części I sekcji C niniejszego oświadczenia podmiotu/-ów:

.....,

.....,

na którego/-ych zasoby powołuję się w celu wykazania spełnienia warunków udziału w niniejszym postępowaniu, nie występują okoliczności wskazane w art. 24 ust. 1 pkt 13-22 ustawy Pzp.¹¹

⁹ Podać stosowne informacje tyle razy ile jest potrzeba, w zależności od ilości wskazywanych innych podmiotów.

¹⁰ Wykonawca może wykreślić ten punkt, jeśli zachodzą w stosunku do niego podstawy wykluczenia i składa stosowne oświadczenie w tym zakresie w dalszej części.

¹¹ Wykonawca może wykreślić ten punkt, jeśli samodzielnie wykazuje spełnienie warunków udziału w postępowaniu lub jeśli w stosunku do innego podmiotu zachodzą podstawy wykluczenia i składa stosowne oświadczenie w tym zakresie w dalszej części.

B: Informacja o istnieniu okoliczności wskazanych w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp.¹²

Oświadczam, że zachodzą wobec mnie/ lub następującego innego podmiotu:¹³

.....,

.....,

podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. 24 ust.¹⁴ ustawy Pzp.

Jednocześnie oświadczam, że na podstawie art. 24 ust. 8 ustawy Pzp podjąłem następujące środki naprawcze, które w moim przekonaniu pozwalają mi na udział w postępowaniu:

.....

Część III: WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w rozdziale V SIWZ.

Część IV: OŚWIADCZENIA KOŃCOWE

Niżej podpisany(-a)(-i) oficjalnie oświadcza(-ją), że informacje podane powyżej w częściach I–III są dokładne i prawidłowe oraz że zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia Zamawiającego w błąd.

Niżej podpisany(-a)(-i) oficjalnie oświadcza(-ją), że jest (są) w stanie, na żądanie i bez zwłoki, przedstawić zaświadczenia i inne rodzaje dowodów w formie dokumentów, z wyjątkiem przypadków, w których:

- a) instytucja zamawiająca lub podmiot zamawiający ma możliwość uzyskania odpowiednich dokumentów potwierdzających bezpośrednio za pomocą bezpłatnej krajowej bazy danych w dowolnym państwie członkowskim, lub*
- b) instytucja zamawiająca lub podmiot zamawiający już posiada odpowiednią dokumentację.*

....., dnia.....

(miejscowość, data)

.....

(podpis Wykonawcy lub upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy)

¹² Wykonawca wypełnia tę sekcję tylko w przypadku, gdy istnieją okoliczności wskazane w art. 24 ust. 1 wobec odpowiednio wykonawcy/podmiotu trzeciego.

¹³ Niepotrzebne wykreślić.

¹⁴ Wykonawca powinien wskazać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia.

Załącznik nr 4 do SIWZ

Istotne Postanowienia Umowy

§ 1 Wstęp

Strony oświadczają, że niniejsza Umowa została zawarta w wyniku udzielenia zamówienia publicznego przeprowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2018 r., poz. 1986 z późn. zm.).

§ 2 Przedmiot Umowy

1. Przedmiotem Umowy jest przeprowadzenie kampanii reklamowej na rynkach Wielkiej Brytanii, Norwegii, Szwecji, Niemiec i Rosji mającej na celu zwiększenie liczby przyjazdów do Polski, poprzez dotarcie z przekazem reklamowym w czasie realnym do osób poszukujących wyjazdów do krajów europejskich: Czechy, Węgry, Słowacja, na portalach bookingowych oraz w sieci wyszukiwań i reklamowej GDN (Google Display Network). Zamawiający dopuszcza dodatkowe wykorzystanie portali związanych z branżą turystyczną i okołoturystyczną.
2. Przedmiot Umowy w szczególności obejmuje:
 - a. przygotowanie przeformatowań materiałów reklamowych niezbędnych do realizacji z wykorzystaniem kreacji przekazanych przez Zamawiającego. Wykonawca w całości odpowiada za przygotowywanie niezbędnych formatów materiałów reklamowych zgodnych z wytycznymi Zamawiającego z uwzględnieniem:
 - i. poprawności językowej rynku, na którym odbywa się kampania reklamowa,
 - ii. wymagań specyfikacji technicznej mediów, w których będzie prowadzona kampania reklamowa,
 - iii. wymagań opisanych w brand book'u Zamawiającego,
 - iv. personalizacji komunikatu zgodnej z zainteresowaniami grupy docelowej,
 - b. opracowanie harmonogramu prac związanych z przygotowaniem i realizacją kampanii (Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy),
 - c. optymalizacji kreacji oraz materiałów reklamowych w uzgodnieniu z Zamawiającym w zależności od skuteczności prowadzonej kampanii,
 - d. realizację kampanii zgodnie z ofertą Wykonawcy w poszanowaniu ust. 4 niniejszego paragrafu.
3. Wykonawca zobowiązany jest wykonać Przedmiot Umowy zgodnie z Opisem Przedmiotu Zamówienia (stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej Umowy), złożoną Ofertą Wykonawcy (stanowiącą Załącznik nr 2 do niniejszej Umowy), Harmonogramem (stanowiącym Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy) oraz Umową.

4. W sytuacji, gdy występują różnice pomiędzy Opisem Przedmiotu Zamówienia (stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej Umowy) a Harmonogramem (stanowiącym Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy) pierwszeństwo mają postanowienia zawarte w Opisie Przedmiotu Zamówienia.
5. Wykonawca zobowiązany jest prowadzić stały monitoring kampanii i optymalizować ją na bieżąco celu uzyskania jak najlepszych efektów oraz zrealizowania założonych wskaźników KPI.
6. Wykonawca jest zobowiązany w szczególności do raportowania przebiegu, skuteczności oraz efektów kampanii na bieżąco w trybie roboczym (dwutygodniowym), do przedstawienia raportu na zakończenie kampanii oraz do przedstawienia Raportu Końcowego, o którym mowa w § 4 Umowy.
7. Przeprowadzenie kampanii reklamowej będzie trwało nieprzerwanie 6 tygodni i rozpocznie się nie później niż w terminie 7 dni kalendarzowych od daty podpisania Umowy. Dokładne daty prowadzenia kampanii określa Harmonogram stanowiący Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy.

§ 3 Warunki wykonania Umowy

1. Wykonawca zobowiązuje się do osiągnięcia w czasie realizacji kampanii wskaźników sukcesu (KPI), przez które Strony rozumieją:
 - a. Liczba wizyt na stronie:.....,
 - b. Liczba sprzedanych biletów.....
2. Wykonawca oraz Zamawiający, każdy w swoim zakresie, dołożą niezbędnej staranności przy realizacji niniejszej Umowy, wzajemnie informując się o wynikłych problemach.
3. Wykonawca podejmuje się świadczenia usług na najwyższym poziomie, zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa i zgodnie z interesem Zamawiającego oraz w ścisłej współpracy z nim. Wykonawca przy wykonywaniu Umowy będzie działać z należytą starannością w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego, mając na względzie profesjonalny charakter swojej działalności, a także – przede wszystkim – zabezpieczenie interesu Zamawiającego.
4. Wykonawca dołoży wszelkich starań do efektywnego i terminowego wykonania Przedmiotu Umowy.
5. Wykonawca ponadto zapewnia, że liczba i kwalifikacje zawodowe osób biorących udział w realizacji Przedmiotu Umowy, będą gwarantowały najwyższą jakość jej wykonania.
6. Wykonawca zobowiązuje się realizować kampanię zgodnie z założonym harmonogramem działań i budżetem w celu realizacji wymaganych KPI, o których mowa w § 3 ust. 1 Umowy.
7. Wykonawca zobowiązany jest do realizacji niniejszej Umowy zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa polskiego.
8. W sytuacji osiągnięcia wskaźników sukcesu (KPI) przed całkowitym wykorzystaniem budżetu przeznaczonym na realizację kampanii, Wykonawca będzie dalej prowadził działania aż do całkowitego wydatkowania budżetu. W dniu

osiągnięcia każdego ze wskaźników sukcesu (KPI) określonych w ust. 1 powyżej, Wykonawca niezwłocznie poinformuje tym Zamawiającego.

9. Wykonawca nie może powierzyć wykonania Przedmiotu Umowy osobie trzeciej bez uprzedniej, pisemnej zgody Zamawiającego. Wykonawca nie może przenieść całości lub jakiegokolwiek części praw, ani też całości lub jakiegokolwiek części obowiązków wynikających z niniejszej Umowy. Wykonawca nie może także przenieść wykonywania całości lub części niniejszej Umowy na osobę trzecią. Jeżeli Wykonawca zamierza posługiwać się osobami trzecimi przy wykonywaniu niniejszej Umowy, musi uzyskać na to pisemną zgodę Zamawiającego pod rygorem uznania takiego działania Wykonawcy za rażące naruszenie postanowień niniejszej Umowy.

§ 4 Raporty

1. Z przebiegu kampanii Wykonawca przygotuje Zamawiającemu następujące raporty:
 - a. raporty w trybie roboczym
 - b. raport na zakończenie kampanii
 - c. raport końcowy.
2. Raporty w trybie roboczym Wykonawca będzie przedstawiać Zamawiającemu co dwa tygodnie, w ciągu 3 dni roboczych od daty zakończenia takiego okresu raportowania. W raporcie tym znajdą się przynajmniej wartości osiągniętych wskaźników KPI oraz aktualna wysokość budżetu wydatkowanego na realizację kampanii.
3. Raport na zakończenie kampanii Wykonawca przedstawi w ciągu 7 dni kalendarzowych od daty zakończenia kampanii tj. nie później niż 2019 r. W raporcie tym znajdą się wartości osiągniętych wskaźników KPI oraz wysokość wydatkowanego na realizację kampanii budżetu.
4. Raport Końcowy – wraz z analizami określonymi w § 4 ust. 5 oraz § 4 ust. 6 Umowy – Wykonawca przedstawi w ciągu 42 dni kalendarzowych od daty zakończenia wykonywania Przedmiotu Umowy tj. nie później niż ... 2019 r. W Raporcie Końcowym powinno znaleźć się także merytoryczne podsumowanie prowadzonych działań wraz z rekomendacjami dla przyszłych działań.
5. Wykonawca przedstawi w Raporcie Końcowym dane dotyczące realnej liczby zakupionych w wyniku kampanii będącej przedmiotem niniejszej Umowy biletów lotniczych do Polski. W raporcie tym znajdzie się także merytoryczne podsumowanie wraz z rekomendacjami wynikającymi z prowadzonych działań.
6. W Raporcie Końcowym Wykonawca zamieści przynajmniej następujące analizy:
 - a. średni ROAS, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - b. liczba sprzedanych biletów (jeśli nie są to dane właściciela portalu to wskazać źródło) (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - c. średnie wydatki (średnia cena biletu, zakwaterowanie, jeśli to możliwe), (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),

- d. profil odbiorców: demograficzny (w tym wielkość obszaru/ miasta - nazwa każdego z nich, który generuje łącznie co najmniej 80% ruchu - podział) oraz behawioralny (zainteresowania),
 - e. całkowita liczba sprzedanych pokoi hotelowych, średnia długość pobytu, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - f. średnia odległość między datą dokonania rezerwacji a datą wylotu podział na segmenty 10-dniowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - g. ruch użytkowników w Internecie i rodzaje odwiedzanych przez nich witryn turystycznych (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - h. efektywność formatów reklamowych: kluczowe parametry mediowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - i. efektywność poszczególnych kreacji: kluczowe parametry mediowe (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
 - j. ekran, na którym wyświetlane były reklamy (mobile vs. desktop) (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie - jeżeli to możliwe),
7. Wykonawca przygotowuje i zamieści w Raporcie Końcowym dodatkowe analizy zgodnie z tym, co zadeklarował w Ofercie Wykonawcy (Załącznik nr 2 do niniejszej Umowy):
- a. udział linii lotniczych, na które zostały sprzedane bilety, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
 - b. udział portów lotniczych, z których turyści wylatują, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
 - c. średni czas trwania procesu zakupu; podział na segmenty dziesięciodniowe, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
 - d. średnia czas między datą rezerwacji a datą lotu; podział na segmenty 10-dniowe, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
 - e. średnie czas od wyszukiwania rezerwacji do realizacji podróży; ile czasu zajmuje użytkownikowi, który może mieć styczność z naszą kampanią, wyszukiwanie, rezerwowanie i podróż do Polski, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe),
 - f. jeżeli kampania będzie realizowana poprzez wyszukiwarki internetowe: podanie konkurencji na słowach kluczowych, (zestawienie dla każdego kraju oddzielnie jeżeli to możliwe).

§ 5 Reprezentacja i akceptacja materiałów

1. Strony wyznaczają następujące osoby, odpowiedzialne za koordynację prac, będących przedmiotem niniejszej Umowy, uprawnione do kontaktów w tym zakresie oraz do odbioru Przedmiotu Umowy:
- a. ze strony Zamawiającego:
 - b. ze strony Wykonawcy:

2. Wszystkie wiążące ustalenia, w tym akceptacja materiałów do emisji będą prowadzone drogą mailową.
3. Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym. Wykonawca winien wykonać żądanie Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego od daty przedstawienia Wykonawcy przedmiotowego żądania.
4. Zamawiający dostarczy Wykonawcy kreacje do przeformatowań nie później niż w terminie 2 dni roboczych od daty podpisania Umowy.
5. Akceptacja wersji końcowej materiałów reklamowych do emisji należy do Zamawiającego. Wszelkie poprawki i zmiany do przekazanego przez Wykonawcę materiału reklamowego, Zamawiający będzie wносił jak najszybciej, tj. w terminie nie dłuższym niż 2 dni robocze od momentu otrzymania propozycji materiału reklamowego.
6. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego, tj. w czasie nie dłuższym niż 1 dzień roboczy, wprowadzenia stosownych poprawek i przesłania do finalnej akceptacji Zamawiającego.
7. Zamawiający ma prawo zażądać zmian i poprawek w zatwierdzonych materiałach reklamowych, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust.1 Umowy

§ 6 Harmonogram i potwierdzenie wykonania

1. W terminie 2 dni roboczych od daty podpisania Umowy, Wykonawca zobowiązuje się przedstawić Harmonogram realizacji Umowy, który po jego akceptacji przez Zamawiającego zostanie dołączony do Umowy jako Załącznik nr 3. Harmonogram będzie w szczególności uwzględniał termin realizacji działań online wskazanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy.
2. Potwierdzeniem należytego wykonania niniejszej Umowy będzie podpisany bez zastrzeżeń przez przedstawicieli każdej ze Stron niniejszej Umowy końcowy protokół odbioru zrealizowanych prac, według wzoru stanowiącego Załącznik nr 4 do niniejszej Umowy.

§ 7 Wynagrodzenie

1. Za prawidłowe wykonanie całości Przedmiotu Umowy, Wykonawcy przysługuje wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości brutto (słownie: PLN brutto), płatne w następujących transzach;
 - a. przygotowanie przeformatowań kreacji: 10%, tj. PLN brutto (słownie: PLN brutto)
 - b. realizacja kampanii oraz przygotowanie raportu z kampanii: 85%, tj. PLN brutto (słownie: PLN brutto)
 - c. zakończenie wykonywania Przedmiotu Umowy w tym przygotowanie Raportu Końcowego z kampanii: 5%, tj. PLN brutto (słownie: PLN brutto)
2. Wypłacenie wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1a niniejszego paragrafu nastąpi po dostarczeniu wszystkich niezbędnych materiałów reklamowych zgodnie z § 2 ust. 2 lit a) niniejszej Umowy, co zostanie poświadczane częściowym protokołem odbioru prac. Po zaakceptowaniu częściowego protokołu odbioru prac

przez przedstawiciela Zamawiającego, Wykonawca wystawi fakturę, która zostanie zapłacona w terminie 14 dni od daty jej otrzymania przez Zamawiającego, pod warunkiem jej poprawności księgowej i merytorycznej.

3. Wypłacenie wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1b niniejszego paragrafu nastąpi po realizacji kampanii i zaakceptowaniu Raportu na koniec kampanii z realizacji całej kampanii, co zostanie poświadczone końcowym protokołem odbioru prac. Po zaakceptowaniu końcowego protokołu odbioru prac przez przedstawiciela Zamawiającego Wykonawca wystawi fakturę, która zostanie zapłacona w terminie 14 dni od daty jej otrzymania przez Zamawiającego, pod warunkiem jej poprawności księgowej i merytorycznej.
4. Wypłacenie wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1c niniejszego paragrafu nastąpi po zakończeniu wykonywania Przedmiotu Umowy i zaakceptowaniu Raportu Końcowego z realizacji całej kampanii, co zostanie poświadczone protokołem odbioru. Po zaakceptowaniu protokołu odbioru przez przedstawiciela Zamawiającego Wykonawca wystawi fakturę, która zostanie opłacona w przeciągu 14 dni od daty jej otrzymania.

§ 8 Kary umowne

1. W przypadku nieprawidłowej realizacji Przedmiotu Umowy a w szczególności zadań opisanych w § 2 ust. 2, § 2 ust. 5, § 2 ust. 6, § 2 ust. 7 Umowy Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
2. W przypadku nie osiągnięcia wskaźników sukcesu (KPI), o których mowa w § 3 ust. 1 Umowy, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu:
 - a. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 0% - 20% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 90% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
 - b. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 20,01% - 40% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 70% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
 - c. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 40,01% - 60% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 50% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
 - d. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 60,01% - 80% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 30% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
 - e. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 80,01% - 90% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 15% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
 - f. w przypadku, gdy wskaźnik sukcesu (KPI) został zrealizowany w przedziale 90,01% - 99,99% Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 10% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
3. W przypadku osiągnięcia wskaźników sukcesu (KPI), o którym mowa w § 3 ust. 1 Umowy oraz zaburzenia proporcji wizyt na stronie lub proporcji sprzedanych biletów, o których mowa w OPZ będącym Załącznikiem nr 1 do niniejszej Umowy,

przy jednoczesnym osiągnięciu bezwzględnej wartości wizyt na stronie lub sprzedanych biletów, liczonych jako iloczyn zadeklarowanej wartości danego wskaźnika sukcesu (KPI) i jego procentowego udziału wizyt na stronie lub sprzedanych biletów dla danego miasta, Wykonawca nie poniesie z tego tytułu żadnych kar.

4. W przypadku osiągnięcia wskaźników sukcesu (KPI), o którym mowa w § 3 ust. 1 Umowy oraz zaburzenia proporcji wizyt na stronie lub proporcji sprzedanych biletów, o których mowa w OPZ będącym Załącznikiem nr 1 do niniejszej Umowy, przy jednoczesnym nie osiągnięciu bezwzględnej wartości wizyt na stronie lub sprzedanych biletów, liczonych jako iloczyn zadeklarowanej wartości danego wskaźnika sukcesu (KPI) i jego procentowego udziału wizyt na stronie lub sprzedanych biletów dla danego miasta, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 1% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy za każdy niedostarczony 1 punkt procentowy udziału wizyt na stronie lub sprzedanych biletów dla każdego miasta, gdzie takie niedostarczenie wystąpiło.
5. Wykonawca zobowiązany będzie do zapłaty Zamawiającemu kary umownej za niedostarczenie w terminie Raportu Końcowego zawierającego dane, o których mowa w § 4 ust. 5 lub § 4 ust. 6 Umowy, w wysokości 1% wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 Umowy, za każdy dzień opóźnienia.
6. Za odstąpienie od Umowy przez którąkolwiek ze Stron, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20% kwoty, o której mowa w § 7 ust. 1 Umowy.
7. Prawo odstąpienia od Umowy nie ogranicza prawa Zamawiającego do żądania od Wykonawcy zapłaty kar umownych.
8. Żądanie zapłaty którejkolwiek z kar umownych, jak również ich potrącenie przez Zamawiającego, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku należytego wykonania Przedmiotu Umowy.
9. W przypadku, gdy poniesiona szkoda przekroczy wartość zastrzeżonych kar umownych, Zamawiający może dochodzić odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych.
10. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie przez Zamawiającego kar umownych z wszelkich należności przysługujących mu od Zamawiającego.
11. Kary umowne mogą się kumulować.

§ 9 Prawo odstąpienia od Umowy

1. Poza przypadkami określonymi w przepisach Kodeksu cywilnego, Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo odstąpienia od Umowy w przypadku:
 - a. zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia niniejszej Umowy,
 - b. gdy Wykonawca opóźni się z rozpoczęciem realizacji Umowy lub gdy nie będzie realizował niniejszej Umowy przez okres dłuższy niż 5 dni roboczych od daty podpisania Umowy,

- c. gdy Wykonawca nie przedstawi Harmonogramu, o którym mowa w § 6 ust. 1 Umowy, w terminie 4 dni roboczych od dnia podpisania Umowy,
 - d. gdy Wykonawca naruszy postanowienie zawarte w § 3 ust. 9 Umowy.
2. Zamawiający złoży Wykonawcy oświadczenie o odstąpieniu od Umowy w formie pisemnej, w terminie 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o zaistnieniu jednej z okoliczności opisanych w ust. 1 powyżej, uprawniających Zamawiającego do wykonania prawa odstąpienia.

§ 10 Prawa autorskie i pokrewne

1. W ramach realizacji Umowy i w ramach wynagrodzenia wskazanego w § 7 ust. 1 Umowy, Wykonawca przenosi na Zamawiającego, bez ograniczeń czasowych i terytorialnych, z chwilą wydania Przedmiotu Umowy, całość majątkowych praw autorskich i wyłączne prawo zezwalania na wykorzystywanie autorskich praw zależnych do utworów (w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2018 r., poz. 1191 z późn. zm., dalej: Ustawa) powstałych w ramach Przedmiotu Umowy (zwanymi dalej: Utworami), na wszelkich polach eksploatacji wymienionych w art. 50 Ustawy, a w szczególności:
- 1) wszelkie utrwalanie i zwielokrotnianie Utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie egzemplarzy Utworów jakąkolwiek techniką, w tym drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechanicznego, optycznego, elektronicznego lub innego, techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formacie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów pamięci.
 - 2) wszelki obrót oryginałem i egzemplarzami Utworów wytworzonych zgodnie z pkt 1) niniejszego ustępu – wprowadzanie ich do obrotu, najem, użyczenie lub oddawanie do używania na podstawie innego stosunku prawnego.
 - 3) wszelkie inne rozpowszechnianie Utworów, w tym w szczególności:
 - a) wszelkie publiczne udostępnianie Utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, w tym poprzez stacje naziemne, za pośrednictwem satelity, sieci kablowe, telekomunikacyjne lub multimedialne, bazy danych, serwery lub inne urządzenia i systemy, w tym także osób trzecich, w obiegu otwartym lub zamkniętym, w jakiejkolwiek technice, systemie lub formacie, z lub bez możliwości zapisu, w tym też w serwisach wymienionych w lit. a),
 - b) wszelkie publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, wykonywanie, wystawianie Utworów.
 - 4) W zakresie wprowadzenia Utworów do pamięci komputera i sieci informatycznych (Internetu).

2. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do Utworów, Wykonawca - w ramach wynagrodzenia ustalonego w § 7 ust. 1 Umowy - przenosi na Zamawiającego prawo własności nośnika, na którym Utwory zostały utrwalone, a także zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu pliki źródłowe w formacie umożliwiającym ich bezstratną edycję.
3. Wykonawca w ramach wynagrodzenia określonego w § 7 ust. 1 Umowy, przenosi na Zamawiającego wraz z majątkowymi prawami autorskimi do Utworów, prawa do wykonywania i wyrażania zgody na wykonywanie zależnych praw autorskich, o których mowa w art. 2 ust.1 i art. 46 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w tym między innymi prawo do decydowania o pierwszym publicznym wykonaniu Utworów, prawo tworzenia utworów zależnych, dokonywania zmian w Utworach oraz łączeniach ich z innymi dziełami/utworami. Strony jednocześnie potwierdzają, że prawa autorskie do wszelkich przeróbek, modyfikacji i adaptacji Utworów (w tym prawo do korzystania i dysponowania nimi) będą stanowiły wyłączną własność Zamawiającego, zgodnie z zakresem wskazanym w ust. 1 powyżej.
4. Wykonawca oświadcza, że jego prawa do Utworów oraz materiałów w tym m.in. muzyki i dźwięku, przy użyciu których wytworzył Utwory, nie są i nie będą ograniczone na rzecz osób trzecich. Ponadto Wykonawca zapewnia, iż do dnia zawarcia Umowy nie zaciągnął jakichkolwiek zobowiązań, które ograniczyłyby lub wyłączały prawo Wykonawcy do przeniesienia przysługujących mu praw na Zamawiającego.
5. Wykonawca oświadcza, że materiały, do których prawa zostały lub zostaną nabyte celem realizacji niniejszej Umowy, nie naruszają praw osób trzecich, uprawnień jakichkolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, przepisów ustawy z dn. 16.04.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, są wolne od niedozwolonych zapożyczeń oraz nie mają miejsca żadne inne okoliczności, które mogłyby narazić Zamawiającego na odpowiedzialność wobec osób trzecich z tytułu korzystania z tych materiałów lub wytworzonych przy ich użyciu Utworów.
6. Wykonawca zabezpiecza Zamawiającego i zwalnia go z odpowiedzialności w odniesieniu do roszczeń osób trzecich związanych z naruszeniem praw autorskich, zarówno majątkowych, jak i osobistych, roszczeń osób trzecich zgłoszonych w związku z rozpowszechnianiem ich wizerunków, wszelkich innych roszczeń związanych z Utworami, a także w odniesieniu do roszczeń lub odpowiedzialności Zamawiającego, związanej z nieprawdziwością któregośkolwiek z oświadczeń lub zapewnień złożonych przez Wykonawcę.
7. W razie wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami skierowanymi do Zamawiającego z tytułu naruszenia majątkowych praw autorskich lub innych opisanych w ust. 6 praw, Wykonawca dostarczy niezbędne dokumenty wykazujące jego prawa i potwierdzające brak naruszenia praw osób trzecich, a w wypadku ich naruszenia zobowiązuje się do pokrycia wszelkich kosztów związanych z dochodzeniem roszczeń przez osoby trzecie, w tym zasądzonych kwot, odszkodowań oraz kosztów obsługi prawnej, w terminie do 14 dni od daty doręczenia Wykonawcy wezwania do zapłaty.
8. W przypadku wystąpienia na drogę sądową przez osoby trzecie z roszczeniami wobec Zamawiającego, wynikającymi z ewentualnych naruszeń praw autorskich, zarówno majątkowych jak i osobistych, wszelkich innych roszczeń związanych

z Utworami, Wykonawca zobowiązuje się do podjęcia na swój koszt wszelkich kroków prawnych, zapewniających Zamawiającemu należytą ochronę przez takimi roszczeniami. W szczególności Wykonawca zobowiązuje się na swój koszt wstąpić w miejsce Zamawiającego lub w przypadku braku takiej możliwości - przystąpić po stronie Zamawiającego do wszelkich postępowań toczących się przeciwko Zamawiającemu. Wykonawca zobowiązany jest zwrócić Zamawiającemu wypłacone przez niego kwoty odszkodowań i innych należności, w tym kosztów pomocy prawnej, wynikających z ewentualnych naruszeń w/w praw osób trzecich, w terminie 14 dni od dnia przedstawienia przez Zamawiającego pisemnego żądania ich zwrotu. Zwrot kosztów pomocy prawnej obejmuje zwrot wszelkich celowych i faktycznie poniesionych i udokumentowanych przez Zamawiającego kosztów pomocy prawnej, związanych z obroną przed roszczeniami osób trzecich, o których mowa powyżej.

9. Strony potwierdzają, że wszelkie nabyte przez Zamawiającego na podstawie Umowy, majątkowe prawa autorskie do Utworów mogą zostać przeniesione na dowolną osobę trzecią wyznaczoną przez Zamawiającego, w tym Zamawiający może udzielić sublicencji lub upoważnić dowolną osobę trzecią do ich wykonywania w jego imieniu.
10. W przypadku wcześniejszego wygaśnięcia, rozwiązania lub odstąpienia od niniejszej Umowy, Zamawiający będzie miał prawo do przeniesienia na dowolną osobę trzecią, nabytych przez niego w ramach niniejszej Umowy majątkowych praw autorskich do Utworów.

§ 11 Przetwarzanie danych osobowych

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: „RODO”), informujemy, że:

- 1) Administratorem danych osobowych osób wskazanych w Umowie jest Polska Organizacja Turystyczna z siedzibą w Warszawie, przy ul. Chałubińskiego 8 (00-613), NIP: 525 21 50 196 (dalej jako POT lub Administrator).
- 2) We wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych osób wskazanych w pkt. 1) przez POT można kontaktować się z wyznaczonym inspektorem ochrony danych:
 - a. mailowo: dpo@pot.gov.pl lub
 - b. listownie na adres korespondencyjny administratora: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, XIX piętro, 00-613 Warszawa.
- 3) Dane osobowe osób, o których mowa w pkt 1), są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b) i c) RODO w celu związanym z realizacją przedmiotu umowy określonego w § 2 i § 3 Umowy,
- 4) Dane osobowe osób wskazanych w pkt. 1) nie będą udostępniane innym podmiotom niż wynika to z przepisów prawa,
- 5) Dane osobowe osób wskazanych w pkt. 1) nie będą przekazywane do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej,
- 6) Dane osobowe osób wskazanych w pkt. 1) nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany i nie będą profilowane,

- 7) Dane osobowe, o których mowa w pkt 1), będą przechowywane przez okres obowiązywania Umowy oraz przez 6 lat po zakończeniu obowiązywania Umowy,
- 8) Obowiązek podania danych wynika z przepisów prawa w zakresie przetwarzania w celach, o których mowa w pkt 3), podanie danych wynika ze stosunku umownego i jest niezbędne w celu realizacji Umowy,
- 9) Osoby, o których mowa w pkt 1) mają prawo do:
 - a. dostępu do danych osobowych ich dotyczących, na podstawie art. 15 RODO,
 - b. sprostowania danych osobowych, na podstawie art. 16 RODO,
 - c. żądania od Administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych, na podstawie art. 18 RODO, z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO,
- 10) Osobom, o których mowa w pkt 1) nie przysługuje:
 - a. prawo do usunięcia danych osobowych, w związku z art. 17 ust. 3 lit. b), d) lub e) RODO,
 - b. prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO,
 - c. prawo sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych, o którym mowa w art. 21 RODO, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pana/i danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit c) RODO.
- 11) Osobom, o których mowa w pkt 1) przysługuje prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego w sposób i w trybie określonym w przepisach RODO oraz prawa polskiego, w szczególności ustawy o ochronie danych osobowych, gdy uzna Pan/i, że przetwarzanie danych osobowych Pani/a dotyczących narusza przepisy RODO. Adres organu nadzorczego: Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa, tel. 22 5310300, fax. 22 5310301, kancelaria@uodo.gov.pl.

§ 12 Klauzula poufności

1. Zamawiający zastrzega, że wszystkie informacje dotyczące postanowień Umowy oraz związane z jej zawarciem lub wykonaniem (dalej zwane „Informacjami Poufnymi”) winny być traktowane przez Wykonawcę jako poufne i nie udostępniane osobom trzecim bez uprzedniej zgody Zamawiającego wyrażonej w formie pisemnej, z zastrzeżeniem postanowień ust. 2, oraz że mogą być wykorzystywane w całości bądź w części jedynie dla celów związanych z wykonywaniem Umowy.
2. Zamawiający wskazuje, że Informacje Poufne oraz zobowiązanie do zachowania ich w tajemnicy nie obejmuje:
 - a) informacji, które są powszechnie znane lub które w uzasadniony okolicznościami sposób mogą być uważane za powszechnie znane;
 - b) informacji, które znane były Wykonawcy przed ich ujawnieniem przez Zamawiającego;
 - c) informacji, uzyskanych od osób trzecich, które miały prawo ich ujawnienia;
 - d) przypadków, w których Wykonawca zobowiązany jest do ich ujawnienia na podstawie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.

3. Wykonawca może ujawnić Informacje Poufne bez zgody Zamawiającego swoim pracownikom, członkom organów i doradcom, w zakresie w jakim jest to konieczne dla wykonania Umowy.
4. Ujawniając Informacje Poufne podmiotom wymienionym w ust. 3, Wykonawca powinien zobowiązać te podmioty do zachowania ich w tajemnicy na warunkach określonych w Umowie.

§ 13 Sąd właściwy

Wszelkie sprawy sporne Strony poddają pod rozstrzygnięcie sądowi miejscowo właściwemu dla Zamawiającego.

§ 14 Sprawy nieuregulowane Umową

W sprawach nieregulowanych niniejszą Umową mają zastosowanie przepisy ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 15 Zmiany Umowy

Zmiana postanowień niniejszej Umowy wymaga zachowania formy pisemnej, pod rygorem nieważności.

§ 16 Postanowienia końcowe

1. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze Stron.
2. Załączniki do niniejszej Umowy stanowią jej integralną część.

Załączniki:

1. Opis Przedmiotu Zamówienia
2. Oferta Wykonawcy
3. Harmonogram
4. Protokół odbioru (wzór)

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załącznik nr 5 do SIWZ

Pieczęć Wykonawcy

**Lista podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej /
informacja o tym, że Wykonawca nie należy do grupy kapitałowej*.**

* UWAGA: należy skreślić niepotrzebne

Składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na: *Przeprowadzenie kampanii promującej Polskę w kontekście turystyki kulinarnej*, nr 16/2019/MW, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp:

- a. Informuję, że nie należymy do żadnej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r., poz. 798).
- a. Informuję, że nie należymy do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r., poz. 798) z żadnym z podmiotów, które uczestniczą w postępowaniu.
- b. Składam listę podmiotów, razem z którymi należymy do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r., poz. 798):

Nazwa podmiotu wchodzącego w skład grupy kapitałowej / adres podmiotu / REGON

.....

.....

W związku z tym iż należę do grupy kapitałowej, a Wykonawcy, którzy należą do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r., poz. 798), złożyli odrębne oferty wykazują poniżej, że istniejące między nami powiązania nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia:

.....

.....

W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia niniejszą informację składa każdy z Wykonawców.

Prawdziwość powyższych danych potwierdzam własnoręcznym podpisem świadom odpowiedzialności karnej z art. 297 k.k.

_____ dnia _____ 2019 r.

.....
*(Podpis osoby uprawnionej lub osób uprawnionych
do reprezentowania Wykonawcy w dokumentach
rejestrowych lub we właściwym pełnomocnictwie)*