

Znak sprawy: 19/4/2020/MW

OGŁOSZENIE O OTWARTYM KONKURSIE OFERT

Przedmiot zamówienia:

**Przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej pod roboczym hasłem
„Odpoczywaj w Polsce – bezpiecznie”**

Warszawa, 13 maja 2020 r.

1. Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego

Polska Organizacja Turystyczna

– jednostka organizacyjna przeprowadzająca postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego i udzielająca zamówienia:

- 1) Adres Zamawiającego: ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa
- 2) Fax: +48 22 536 70 04
- 3) Strona internetowa: www.pot.gov.pl
- 4) E-mail: pot@pot.gov.pl

2. Tryb udzielenia zamówienia

- 1) Postępowanie jest prowadzone na podstawie regulaminów wewnętrznych Polskiej Organizacji Turystycznej, zgodnie z zasadami wskazanymi w niniejszym dokumencie.
- 2) Zamawiający informuje Wykonawców, że postępowanie prowadzone jest w trybie otwartego konkursu ofert, tj. każdy z Wykonawców może złożyć w postępowaniu ofertę. Ponadto:
 - a. do postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.);
 - b. zawiadomienie o wyborze oferty nie stanowi przyjęcia oferty;
 - c. Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - odwołania postępowania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie,
 - zamknięcia postępowania bez dokonania wyboru oferty,
 - zmiany terminów wyznaczonych w Ogłoszeniu,
 - żądania szczegółowych informacji i wyjaśnień od Wykonawców na każdym etapie postępowania;
 - d. w przypadku skorzystania przez Zamawiającego z któregokolwiek uprawnienia wskazanego w pkt c. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia z tytułu udziału w postępowaniu.

3. Przedmiot zamówienia

Przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej pod roboczym hasłem „Odpoczywaj w Polsce – bezpiecznie”. Celem kampanii jest:

- 1) Zachęcenie turystów i potencjalnych turystów – mieszkańców Polski do podejmowania aktywności turystycznej w kraju i poinformowanie ich jak robić to bezpiecznie.
- 2) Poinformowanie turystów, że dzięki wypracowanym przez branżę turystyczną rozwiązaniom podróżowanie po Polsce jest bezpieczne.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ) stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego Ogłoszenia.

Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia maksymalną kwotę - 152 333,00 zł brutto.

4. Termin realizacji zamówienia.

2 tygodnie od daty podpisania umowy.

5. Warunki udziału w postępowaniu

W postępowaniu mogą uczestniczyć podmioty, które:

- 1) Posiadają kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej.
- 2) Posiadają zdolność techniczną lub zawodową:

- a. Zamawiający uzna, że Wykonawca posiada zdolność techniczną lub zawodową, niezbędne do wykonywania przedmiotowego zamówienia wówczas, gdy Wykonawca oświadczy, że należycie wykonał w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej 3 (słownie: trzy) projekty polegające na projektowaniu i zakupie mediów internetowych z budżetem na media w wysokości co najmniej 150 000 złotych brutto każdy.

Jako projekt Zamawiający rozumie, na potrzeby oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu, realizację kompleksowego zespołu działań promocyjnych, tj. zaplanowanie działań, zarezerwowanie i zakup przestrzeni reklamowej, realizację i monitoring działań oraz rozliczenie/zamknięcie działań.

- b. Będzie dysponował następującymi osobami do realizacji zamówienia:
 - **Projekt manager** – jedna osoba, posiadająca co najmniej 3 lata doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z prowadzeniem projektów internetowych (kreacja i produkcja) z budżetem nie mniejszym niż 150 000 złotych brutto każdy. Osoba ta powinna wykazać się realizacją min. 3 projektów na przestrzeni ostatnich trzech lat;
 - **Media planer** - jedna osoba, posiadająca co najmniej 3 lata doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z planowaniem kampanii online i zakupie mediów internetowych, z budżetem na jeden projekt nie mniejszym niż 150 000 złotych brutto każdy. Osoba ta powinna wykazać się realizacją min. 3 projektów na przestrzeni trzech ostatnich lat;
 - **Osoba kreatywna - interactive** - jedna osoba, posiadająca co najmniej 3 lata doświadczenia w realizacji projektów internetowych (tworzenie i produkcja formatów display), która zrealizowała co najmniej 3 projekty w zakresie projektów kreatywnych w ramach kampanii promocyjnych na przestrzeni trzech ostatnich lat.
- 3) Złożyć ważną ofertę w terminie wyznaczonym do składania ofert. Oferta powinna zostać złożona na Formularzu ofertowym (wzór w Załączniku nr 2). Do oferty należy załączyć wstępny mediaplan kampanii oraz wstępny harmonogram.
- 4) Wykonawca poda cenę ofertową jako wartość brutto w PLN z należnym podatkiem VAT, a w przypadku oferty złożonej przez osobę fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej cena ofertowa stanowić będzie wynagrodzenie Wykonawcy. Podana cena musi zawierać wszelkie koszty rozliczania umowy zlecenia, w tym koszty Zamawiającego ponoszone na rzecz ZUS.
- 5) Znajdują się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia.

Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie dokonywana w oparciu o przedłożone przez Wykonawców dokumenty i oświadczenia, o których mowa w pkt 5, na zasadzie spełnia/nie spełnia.

6. Termin składania ofert.

- 1) Ofertę należy złożyć najpóźniej w terminie do dnia **19.05.2020 r. do godz. 10.00**. Oferty, które dotrą do Zamawiającego po tym terminie nie będą uwzględnione. Dopuszczalne jest złożenie oferty w formie pisemnej na adres Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa lub w formie elektronicznej na adres email: marzena.witkowska@pot.gov.pl
- 2) Ofertę należy złożyć w języku polskim.
- 3) Na ofertę Wykonawcy składa się
 - a. wypełniony Formularz ofertowy (Załącznik nr 2) wraz z wstępną propozycją mediaplanu kampanii oraz wstępnym harmonogramem;
 - b. Wykaz usług (Załącznik nr 3) wraz z załączeniem dowodów określających, czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów - oświadczenie Wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

Jeśli Wykonawca nie dołączy do oferty dowodów na spełnienie warunku określonego w pkt 5.2)a, wówczas Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do ich złożenia w wyznaczonym przez siebie terminie.
 - c. Wykaz osób skierowanych do realizacji przedmiotu zamówienia, potwierdzający spełnienie warunku określonego w 5.2)b, zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 4.
- 4) Zamawiający na każdym etapie postępowania może żądać dowodów na potwierdzenie że usługi, wyszczególnione w Wykazie usług (Załącznik nr 3) zostały zrealizowane należycie.
- 5) Zamawiający może zwrócić się do Wykonawcy o wyjaśnienie lub uzupełnienie treści złożonej oferty. Oferta Wykonawcy, który nie odpowie na takie wezwanie lub odpowie w niewystarczający sposób nie zostanie uwzględniona.

7. Kryteria wyboru oferty

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

Lp.	Kryterium	Waga kryterium
1.	Cena	20 %
2.	Deklarowana liczba unikalnych użytkowników, którzy mieli styczność z kampanią (KPI)	70 %
3.	Dodatkowe elementy oferty wzbogacające wartość i efektywność kampanii	10 %

Kryterium cena (C) – waga 20%. Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$C = C_{\min}/C_o \times 20 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena oferty spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu;

C_o – cena oferty badanej.

W kryterium „cena” oferta może otrzymać maksymalnie 20 pkt.

Deklarowana liczba unikalnych użytkowników, którzy mieli styczność z kampanią (KPI)- waga 70%. Punkty w tym kryterium zostaną obliczone w następujący sposób:

$$P_T = T_0/T_{\max} \times 70 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_T –punkty za kryterium „KPI” przyznane ocenianej ofercie;

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

T₀ –wartość obliczanej oferty w danym kryterium.

W kryterium „KPI” oferta może otrzymać maksymalnie 70 pkt.

Dodatkowe elementy oferty wzbogacające wartość i efektywność kampanii – waga 10 pkt. Punkty za kryterium „Dodatkowe elementy oferty” zostaną przyznane w następujący sposób:

Dodatkowy element	Liczba przyznanych punktów
1. Zapewnienie stałej obecności na stronie głównej (tzw. stałka) na 2 portalach horyzontalnych z min. 2 różnymi formatami	Wykonawca otrzyma 3 pkt. jeśli zapewni dodatkowy element. Jeśli go nie zapewni otrzyma 0 pkt.
2. Zapewnienie stałej obecności na przynajmniej 2 portalach horyzontalnych innej niż wskazana w pkt.1 powyżej	Wykonawca otrzyma 1 pkt. jeśli zapewni dodatkowy element. Jeśli go nie zapewni otrzyma 0 pkt.
3. Zapewnienie użycia wizerunkowych formatów TBB (triple billboard): ponad obligatoryjne 10% UU:	W przedziale 10,01% UU – 11,99% UU - 1 pkt.
	W przedziale 12% UU – 14,99% UU - 2 pkt.
	W przedziale 15% UU i więcej – 4 pkt.

4. Współpraca z wydawcą wśród portali horyzontalnych: treści PR; zapewnienie publikacji artykułów (artykuł: min. 1.500 znaków bez spacji, strona główna lub strona poświęcona turystyce) na temat kampanii.	Wykonawca otrzyma 1 pkt. za publikację min. 1 artykułu na portalu horyzontalnym. Wykonawca otrzyma 2 pkt. za publikację na 2 różnych portalach horyzontalnych min. po 1 artykule na każdym z portali.
---	---

W kryterium „Dodatkowe elementy oferty wzbogacające wartość i efektywność kampanii” oferta może otrzymać maksymalnie 10 pkt.

- 2) Obliczenia będą prowadzone z dokładnością dwóch miejsc po przecinku, wartości na trzecim miejscu zaokrąglone będą od 1 do 5 w dół, od 6 do 9 w górę.
- 3) Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów.

8. Opis sposobu przygotowania ofert

- 1) Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, oferty zostaną odrzucone.
- 2) Wykonawca pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni.
- 3) Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 4) Osoba/osoby podpisujące ofertę muszą być upoważnione do zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.

Załączniki:

Załącznik nr 1 – Opis przedmiotu zamówienia.

Załącznik nr 2 - Formularz oferty.

Załącznik nr 3 - Wykaz usług

Załącznik nr 4 - Wykaz osób

Załącznik nr 5 - Istotne postanowienia umowy.

Załącznik nr 1

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej pod roboczym hasłem „Odpoczywaj w Polsce – bezpiecznie”

Tło projektu

Zdaniem ekspertów zagrożenie spowodowane koronawirusem utrzyma się jeszcze przez co najmniej kilka miesięcy (w wersji pesymistycznej - do roku / półtora lub do czasu wynalezienia i wprowadzenia skutecznej szczepionki / leczenia). Równocześnie planowane jest w tym okresie łagodzenie restrykcji obejmujących różne dziedziny gospodarki. Będzie ono dotyczyło również turystyki.

Globalny kryzys gospodarczy będący skutkiem pandemii spowoduje, że mniej osób stać będzie w najbliższym czasie na podróżowanie, a także utrzymanie jego dotychczasowego stylu. Zdaniem ekspertów, początkowo turyści będą preferowali krótkie wyjazdy na terenie własnego kraju.

Znacznie większe niż dotychczas znaczenie zyskają dla turystów kwestie związane z bezpieczeństwem (przede wszystkim zdrowotnym). Osoby, które nadal będą zainteresowane podróżowaniem, będą zachowywały się w sposób bardziej ostrożny, a także będą oczekiwały rzeczywistych zmian w obszarze bezpieczeństwa zdrowotnego ze strony branży turystycznej.

Cele kampanii:

- Zachęcenie turystów i potencjalnych turystów – mieszkańców Polski do podejmowania aktywności turystycznej w kraju i poinformowanie ich jak robić to bezpiecznie.
- Poinformowanie turystów, że dzięki wypracowanym przez branżę turystyczną rozwiązaniom podróżowanie po Polsce jest bezpieczne.

Informacje dotyczące realizacji kampanii:

- **Zadanie:** Przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej za pośrednictwem Internetu na rynku polskim.
- **Planowany termin realizacji:** Kampania zostanie przeprowadzona w okresie maj - czerwiec 2020 roku. Docelowo ma ona trwać nie dłużej niż 2 tygodnie. Dokładny termin rozpoczęcia kampanii Zamawiający uzgodni z Wykonawcą po podpisaniu umowy, nie później niż 2 dni robocze przed rozpoczęciem kampanii. Data rozpoczęcia kampanii będzie uzależniona od aktualnej sytuacji epidemiologicznej.
- **Grupa celowa:** Osoby aktywne turystycznie, rozważające wyjazd w celach turystyczno-wypoczynkowy w najbliższym czasie (do wakacji włącznie). Rodziny z dziećmi, pary, single. Zróżnicowane kategorie wiekowe z przedziału 25-55 lat.
- **Wykorzystywane kanały komunikacji:**
 - portale horyzontalne (min. 90% UU)
 - portale branżowe (min. 5% UU)

- pozostałe np. media społecznościowe.

Co najmniej 10% zasięgu rozumianego jako UU ma pochodzić z formatów tripple billboard na portalach horyzontalnych.

Ponadto Wykonawca może zaproponować dodatkowe elementy wzbogacające przekaz kampanii (np. publikację artykułów na najpopularniejszych portalach).

- **Mechanizm kampanii:** po kliknięciu w reklamę użytkownik zostanie przekierowany na landing page kampanii.

Obowiązki leżące po stronie Zamawiającego (POT):

- Przygotowanie KV i logotypu dla kampanii.
- Przygotowanie landing page kampanii.

Obowiązki leżące po stronie Wykonawcy:

- Zaproponowanie wstępnego harmonogramu prac. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej
- Zaproponowanie wstępnego mediaplanu kampanii – ostateczny kształt mediaplanu zostanie uzgodniony z Wykonawcą po podpisaniu umowy. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej
- Przeformatowanie do wykorzystywanych formatów reklamowych, tj. bannerów w oparciu o przygotowany przez Zamawiającego KV.
- Zakup powierzchni reklamowej
- Nadzór nad kampanią, bieżąca optymalizacja kampanii
- Przygotowanie raportu podsumowującego zawierającego następujące elementy:
 - Zrzuty z ekranu z pierwszego dnia emisji reklamy
 - Statystyki emisji reklam wraz z liczbą kliknięć/odsłon w reklamę w formie tabeli Excel, zgodnie ze strukturą z media planu pokazującego realizację kampanii
 - Profile demograficzne – każdy kanał komunikacji oddzielnie
 - Profile behawioralne – każdy kanał komunikacji oddzielnie
 - Efektywność formatów reklamowych: kluczowe parametry mediowe: CPC, CPM, CTR – każdy kanał komunikacji oddzielnie
 - Rozkład ruchu w zależności od ekranu, na którym wyświetlane były reklamy (mobile / desktop)
 - Rozkład ruchu ze względu na godziny, w których były realizowane wyświetlenia, kliknięcia
- Dodanie do reklam kodów traktujących emisję reklamy w celu analizy, czy realizacja KPI odbywa się wyłącznie dzięki aktywności osób z grupy celowej.

Załącznik nr 2

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

OFERTA

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

Odpowiadając na Ogłoszenie dotyczące konkursu ofert na: **Przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej pod roboczym hasłem „Odpoczywaj w Polsce – bezpiecznie”**, nr 19/4/2020/MW, zgodnie z wymogami zawartymi w Ogłoszeniu, oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia zgodnie z parametrami podanymi poniżej:

1. Cena ofertowa bruttozł
(Słownie:..... .
2. Deklarujemy liczbę unikalnych użytkowników (UU), którzy będą mieli styczność z kampanią (KPI)
3. Dodatkowe elementy oferty wzbogacające wartość i efektywność kampanii
 - 1) Zapewnimy stałą obecność na stronie głównej (tzw. stałka) na 2 portalach horyzontalnych z min. 2 różnymi formatami
☐ tak
☐ nie
 - 2) Zapewnimy stałą obecność na przynajmniej 2 portalach horyzontalnych, inną niż wskazana w pkt. 1) powyżej

☐ tak

☐ nie

3) Zapewnimy użycie wizerunkowych formatów TBB (triple billboard): ponad obligatoryjne 10% UU:

☐ tak, w przedziale 10,01% UU – 11,99% UU

☐ tak, w przedziale 12% UU – 14,99% UU

☐ tak, w przedziale 15% UU i więcej

☐ nie

4) Zapewnimy publikację artykułów na temat kampanii:

☐ tak, min. 1 artykuł na portalu horyzontalnym

☐ tak, publikację 2 artykułów na 2 różnych portalach horyzontalnych. min. po 1 artykule na każdym z portali.

☐ nie

Do oferty należy dołączyć wstępny mediaplan kampanii oraz wstępny harmonogram.

4. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami podanymi przez Zamawiającego w Ogłoszeniu i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń, uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia, a także akceptujemy istotne postanowienia umowy oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.

5. W przypadku udzielenia nam zamówienia zobowiązujemy się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.

6. Do niniejszej oferty załączamy następujące dokumenty:

-
-

....., dn.

.....
(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

Załącznik nr 3**WYKAZ USŁUG**

L.p.	Nazwa i adres odbiorcy zamówienia	Daty wykonania usług (dd/mm/rrrr – dd/mm/rrrr)	Przedmiot – nazwa i krótki opis usługi	Wartość usługi brutto w PLN
W okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonałem z należytą starannością co najmniej 3 (słownie: trzy) projekty polegające na projektowaniu i zakupie mediów internetowych z budżetem na media w wysokości co najmniej 150 000 złotych brutto każdy.				
1.		od do.....		
2		od do.....		
3		od do.....		

.....

(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

Załącznik nr 4

WYKAZ OSÓB

Oświadczam/y, że do realizacji zamówienia skieruje następujące osoby:

L.p.	Imię i nazwisko	Podstawa dysponowania osobą ¹	Stanowisko	Doświadczenie ²
1.			Projekt manager	[] posiada co najmniej 3 lata doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z prowadzeniem projektów internetowych (kreacja i produkcja) z budżetem nie mniejszym niż 150 000 złotych brutto każdy. Zrealizował/a min. 3 projekty na przestrzeni ostatnich trzech lat.
2.			Media planer	[] posiada co najmniej 3 lata doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z planowaniem kampanii online i zakupie mediów internetowych, z budżetem na jeden projekt nie mniejszym niż 150 000 złotych brutto każdy. Zrealizował/a min. 3 projekty na przestrzeni trzech ostatnich lat.
3.			Osoba kreatywna - interactive	[] posiada co najmniej 3 lata doświadczenia w realizacji projektów internetowych (tworzenie i produkcja formatów display). Zrealizował/a co najmniej 3 projekty w zakresie projektów kreatywnych w ramach kampanii promocyjnych na przestrzeni trzech ostatnich lat.

*

(imię i nazwisko oraz podpis
upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy)

Uwaga:

¹ należy podać podstawę do dysponowania osobami wskazanymi w wykazie, np. umowa o pracę, umowa zlecenie, itp. Ponadto jeżeli Wykonawca będzie polegał na osobach innych podmiotów zdolnych do wykonania zamówienia, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków, zobowiązany jest udowodnić zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia. W tym celu musi w szczególności przedstawić pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia

² Wykonawca potwierdza doświadczenie zgłoszonych osób poprzez postawienie znaku „x” w kratce przy spełnianym warunku.

Załącznik nr 5

Istotne postanowienia Umowy

Umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jedn. Dz. U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.).

§ 1

1. Przedmiotem Umowy jest przeprowadzenie kampanii społeczno-informacyjnej pod roboczym hasłem „Odpoczywaj w Polsce - bezpiecznie” na polskim rynku (dalej: „Kampania”).
2. Start Kampanii przewidziany jest na dzień..... maja i będzie trwać do dnia 2020 r. Z uwagi na to, że Umowa zostaje zawarta w czasie trwania pandemii COVID-19, Zamawiający potwierdzi dokładny czas rozpoczęcia Kampanii zgodnie z postanowieniami § 3 ust. 7 Umowy. Rozpoczęcie Kampanii będzie zależało od aktualnych wytycznych polskiego rządu wynikających z oceny bieżącej sytuacji epidemiologicznej.

§ 2

1. Na przedmiot Umowy składa się realizacja przez Wykonawcę następujących czynności i działań:
 - 1) opracowanie ostatecznego harmonogramu Kampanii – w terminie 2 dni od dnia podpisania Umowy. Zamawiający, w terminie 2 dni od dnia przekazania harmonogramu, ma prawo zgłoszenia uwag do harmonogramu. Wykonawca wprowadzi stosowne poprawki do harmonogramu, zgodnie z uwagami Zamawiającego, w terminie 48 godzin od momentu zgłoszenia uwag. Zamawiający zgłasza uwagi za pomocą poczty elektronicznej. Do poprawionego harmonogramu stosuje się procedurę określoną w trzech zdaniach poprzednich. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w harmonogramie w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej;
 - 2) opracowanie ostatecznego media planu Kampanii – w terminie 2 dni od dnia podpisania Umowy. Zamawiający, w terminie 2 dni od dnia przekazania media planu, ma prawo zgłoszenia uwag do media planu. Wykonawca wprowadzi stosowne poprawki do media planu, zgodnie z uwagami Zamawiającego, w terminie 48 godzin od momentu zgłoszenia uwag. Zamawiający zgłasza uwagi za pomocą poczty elektronicznej. Do poprawionego media planu stosuje się procedurę określoną w trzech zdaniach poprzednich. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmian w media planie w zależności od rozwoju sytuacji epidemiologicznej;
 - 3) przeformatowanie do wykorzystywanych formatów reklamowych, tj. bannerów, treści zawartych w przygotowanym przez Zamawiającego Key Visual przekazany Wykonawcy w terminie określonym w § 3 ust. 4 Umowy oraz

- uzyskanie akceptacji Zamawiającego co do sposobu przeformatowania, która jest warunkiem przekazania reklam do emisji;
- 4) zakup powierzchni reklamowej oraz przekazanie do mediów materiałów tekstowych w postaci plików w formacie word dla celów przeprowadzenia Kampanii zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego media planem;
 - 5) nadzór nad realizacją Kampanii, w tym bieżące raportowanie do Zamawiającego o przebiegu Kampanii, a w razie potrzeby - bieżąca optymalizacja Kampanii w uzgodnieniu z Zamawiającym, w zakresie zgodnym z jej celami;
 - 6) osiągnięcie w czasie Kampanii następujących wartości wskaźników sukcesu, zwanych dalej „KPI”, wskazanych poniżej:
 - a) liczba Unikalnych Użytkowników, zwanych dalej „UU” – nie niższa niż [...],
 - b) [...] – nie niższa niż [...].....;
 - 7) dodawanie do formatów reklamowych kodów śledzących ruch w celu analizy, czy realizacja KPI odbywa się wyłącznie dzięki aktywności osób z grupy celowej określonej w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, który stanowi załącznik nr 1 do niniejszej Umowy, zwanym dalej „SOPZ”;
 - 8) przygotowanie i dostarczenie Zamawiającemu raportu częściowego i końcowego zgodnie z postanowieniami § 3 ust. 15 i 16 Umowy.
2. Szczegółowy tryb i zasady realizacji Umowy zostały opisane w SOPZ oraz w ofercie Wykonawcy, stanowiącej załącznik nr 2 do Umowy, zwanej dalej „Ofertą”. W razie sprzeczności między treścią OPZ a treścią Oferty, pierwszeństwo mają zapisy SOPZ.

§ 3

1. Wykonawca przy realizacji przedmiotu Umowy, o którym mowa w § 1 ust. 1 Umowy, dołoży należytej staranności wynikającej z zawodowego charakteru prowadzonej przez niego działalności, by zapewnić najwyższą jakość realizowanych przez niego działań i czynności, a w konsekwencji – przeprowadzanej przez niego Kampanii.
2. Wykonawca zobowiązuje się informować Zamawiającego o każdym istotnym problemie wynikłym podczas realizacji przedmiotu Umowy, o który mowa w § 1 ust. 1. Umowy.
3. Wykonawca zapewnia, że liczba i kwalifikacje zawodowe osób biorących udział w realizacji przedmiotu Umowy z jego ramienia będą gwarantowały najwyższą jakość jej wykonania.
4. Zamawiający zobowiązuje się współpracować z Wykonawcą celem zapewnienia należytej realizacji Umowy, a w szczególności do udostępnienia wszelkich znajdujących się w jego posiadaniu, niezbędnych do należytego wykonania Umowy niezbędnych informacji i wyjaśnień, w sposób i w terminach umożliwiających prawidłową realizację zobowiązań wynikających z Umowy. W szczególności Zamawiający dostarczy Wykonawcy w terminie 1 dnia roboczego po podpisaniu Umowy niezbędny materiał tekstowy w postaci plików w formacie word oraz Key Visual niezbędne do realizacji Kampanii.

5. Zamawiający oświadcza, że posiada wszelkie prawa do Key Visual oraz materiału tekstowego w związku z czym upoważnia Wykonawcę do wykorzystywania Key Visual oraz materiału tekstowego wyłącznie w celu realizacji przedmiotu Umowy, o którym mowa w § 1 ust. 1 Umowy.
6. Przedmiot Umowy będzie realizowany przez Wykonawcę zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem Kampanii, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 1 Umowy oraz media planem Kampanii, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 2 Umowy.
7. W związku z trwającą pandemią COVID-19 Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu rozpoczęcia Kampanii, o czym poinformuje Wykonawcę nie później niż 2 dni robocze przed terminem jej rozpoczęcia wynikającym z uzgodnionego między Stronami media planu, co w konsekwencji będzie wiązało się z koniecznością zmiany harmonogramu Kampanii, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 1 Umowy, oraz media planu Kampanii, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 2 Umowy w trybie przewidzianym w tych postanowieniach Umowy. Ewentualne zmiany w harmonogramie Kampanii i media planie Kampanii, zaakceptowane przez każdą ze Stron, nie będą wymagały sporządzenia aneksu do Umowy.
8. Ewentualne zmiany wprowadzone w harmonogramie Kampanii i media planie Kampanii zgodnie z trybem opisanym w ust. 7 nie będą stanowić podstawy do naliczenia kar umownych przez żadną ze Stron oraz zostaną dokonane w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.
9. Kampania może być monitorowana przez zewnętrzny podmiot wynajęty przez Zamawiającego w celu analizy wygenerowanego ruchu i weryfikacji jego prawidłowości. Koszty tego działania zostaną pokryte przez Zamawiającego.
10. Za prawidłowo wygenerowany ruch rozumie się aktywność użytkowników istniejących w rzeczywistości. Ruch wygenerowany sztucznie, tj. poprzez boty oraz innego rodzaju programy i sztuczną inteligencję, są przez Zamawiającego uznane za ruch niewłaściwy i tym samym jest nieakceptowany przez Zamawiającego.
11. W przypadku wykrycia ruchu wygenerowanego sztucznie Wykonawca zobowiązuje się osiągnąć wskaźniki efektywności Kampanii poprzez pozyskanie prawidłowo wygenerowanego ruchu. Wszelkie dodatkowe koszty związane z pozyskaniem prawidłowo wygenerowanego ruchu użytkowników będą ponoszone wyłącznie przez Wykonawcę, bez prawa do żądania ich zwrotu od Zamawiającego.
12. Wykonawca oświadcza, że nie będzie kwestionował ustaleń dokonanych przez podmiot zewnętrzny, o którym mowa w ust. 9, co do wykrycia ruchu wygenerowanego sztucznie.
13. Wykonawca zobowiązany jest do udostępniania Zamawiającemu nie później niż w dniu rozpoczęcia Kampanii wszystkich informacji na temat zastosowania w wykorzystywanych formatach reklamowych kodów śledzących ruch. Informacje te mogą być także przekazywane podmiotowi zewnętrznemu opisanemu w ust. 9, na co Wykonawca niniejszym wyraża zgodę.

14. Do wyliczenia wartości KPI będą wliczeni wyłącznie ci UU, którzy zobaczyli reklamę graficzną (nie tekstową) powstałą na bazie Key Visual dostarczonego przez Zamawiającego.
15. W trakcie Kampanii Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia raportu częściowego prezentującego dotychczas osiągnięte wartości KPI, o których mowa w § 2 ust. 1 pkt 6. Częstotliwość dostarczenia oraz liczbę raportów częściowych przedstawiciele Strony ustalą w trybie roboczym w terminie 2 dni od dnia podpisania Umowy. W przypadku Kampanii trwającej tydzień lub krócej raport częściowy nie będzie sporządzany.
16. W terminie 10 dni roboczych od dnia zakończenia Kampanii Wykonawca przedstawi raport końcowy z przebiegu Kampanii, zawierający co najmniej następujące dane:
 - a) zrzuty z ekranu z pierwszego dnia emisji reklamy,
 - b) statystyki emisji reklam wraz z liczbą kliknięć/odsłon w reklamę w formie tabeli Excel, zgodnie ze strukturą z media planu pokazującego realizację kampanii,
 - c) profile demograficzne – łącznie oraz każdy kanał komunikacji oddzielnie,
 - d) profile behawioralne – łącznie oraz każdy kanał komunikacji oddzielnie,
 - e) efektywność formatów reklamowych: kluczowe parametry mediowe: CPC, CPM, CTR – łącznie oraz każdy kanał komunikacji oddzielnie,
 - f) rozkład ruchu w zależności od ekranu, na którym wyświetlane były reklamy (mobile / desktop) - łącznie oraz każdy kanał komunikacji oddzielnie,
 - g) rozkład ruchu ze względu na godziny, w których były realizowane wyświetlenia, kliknięcia - łącznie oraz każdy kanał komunikacji oddzielnie.

§ 4

1. Strony wyznaczają następujące osoby odpowiedzialne za koordynację prac będących przedmiotem Umowy, uprawnione do kontaktów w tym zakresie oraz do odbioru przedmiotu Umowy:
 - a) ze strony Zamawiającego:, tel:, e-mail:
 - b) ze strony Wykonawcy:, tel:, e-mail:
2. Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym. Wykonawca winien wykonać żądanie Zamawiającego w terminie 24 godzin od daty przedstawienia Wykonawcy przedmiotowego żądania pocztą elektroniczną.
3. Zmiana osób wymienionych w ust. 1 powyżej nie stanowi zmiany Umowy, a do jej skuteczności wystarczające jest uprzednie poinformowanie o tym drugiej Strony.

§ 5

1. Za prawidłowe wykonanie całości przedmiotu Umowy Wykonawcy będzie przysługiwało maksymalne wynagrodzenie w wysokości nieprzekraczającej kwoty zł (słownie złotych:) brutto. Wynagrodzenie, o którym mowa w zdaniu poprzednim, obejmuje wszystkie koszty poniesione przez Wykonawcę

w związku z wykonaniem przedmiotu Umowy, w tym obejmuje wynagrodzenie za przeniesienie autorskich praw majątkowych.

2. Ostateczna wysokość wynagrodzenia będzie uzależniona od osiągniętej wartości KPI, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy. W przypadku niezrealizowania wartości KPI, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy, wynagrodzenie Wykonawcy zostanie obliczone przy zastosowaniu następującego wzoru:

$$Ww = \frac{KPI \times 100}{x} \% \times Wmax, \text{ gdzie:}$$

Ww – wynagrodzenie należne Wykonawcy,

KPI – osiągnięta przez Wykonawcę wartość KPI, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy,

x – wartość KPI zadeklarowana przez Wykonawcę w Ofercie,

Wmax – wysokość wynagrodzenia maksymalnego, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy

W przypadku zrealizowania wartości KPI, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy, na poziomie wyższym niż wynikającym z Oferty, wynagrodzenie Wykonawcy równe będzie kwocie wskazanej w § 5 ust. 1.

3. Płatność zostanie zrealizowana po zaakceptowaniu przez Zamawiającego bez zastrzeżeń raportu końcowego z przebiegu Kampanii, o którym mowa w § 3 ust. 16 Umowy, którego akceptacja zostanie potwierdzona w protokole odbioru przedmiotu Umowy, podpisanym przez przedstawiciela każdej ze Stron, którego wzór stanowi załącznik nr 3 do Umowy. Podpisany protokół odbioru przedmiotu Umowy będzie stanowił podstawę do wystawienia przez Wykonawcę faktury.
4. Wynagrodzenie będzie płatne w formie przelewu, w terminie 14 dni od daty otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury. Za datę płatności uważany będzie dzień złożenia przez Zamawiającego polecenia przelewu.
5. Wykonawca nie może zbywać na rzecz osób trzecich wierzytelności pieniężnych powstałych w wyniku realizacji Umowy.
6. Wykonawca oświadcza, że rachunek bankowy wskazany na fakturze jest rachunkiem znajdującym się w elektronicznym wykazie podmiotów prowadzonym od 1 września 2019 r. przez Szefa Krajowej Administracji Skarbowej, zgodnie z art. 96b ustawy o podatku od towarów i usług (dalej: Wykaz); niniejsze postanowienie stosuje się do innych wykazów, które zastąpią Wykaz, a będą obejmować rachunki bankowe podatników podatku od towarów i usług.
7. W przypadku wskazania przez Wykonawcę na fakturze rachunku bankowego nieujawnionego w Wykazie, Zamawiający uprawniony będzie do wstrzymania się z zapłatą do czasu wskazania przez Wykonawcę, dla potrzeb płatności, rachunku bankowego ujawnionego w Wykazie. W takim przypadku, opóźnienie w dokonaniu płatności w terminie określonym w Umowie, powstałe wskutek braku możliwości realizacji przez Zamawiającego płatności na rachunek ujęty w Wykazie, nie stanowi dla Wykonawcy podstawy do żądania od Zamawiającego jakichkolwiek odsetek, jak

również innych rekompensat/odszkodowań/roszczeń z tytułu dokonania nieterminowej płatności.

§ 6

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu następujące kary umowne:
 - a) w przypadku zwłoki Wykonawcy w realizacji harmonogramu Kampanii – Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 1% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy, za każdy dzień zwłoki;
 - b) w przypadku nieosiągnięcia wartości KPI, o której mowa w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy – Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości:
 - a. gdy nieosiągnięcie wynosi 0,01%–4,99% zadeklarowanej wartości tego KPI – 5% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy;
 - b. gdy nieosiągnięcie wynosi 5,00%–14,99% zadeklarowanej wartości tego KPI – 7% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy;
 - c. gdy nieosiągnięcie wynosi 15,00%–29,99% zadeklarowanej wartości tego KPI – 10% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy;
 - d. gdy nieosiągnięcie wynosi 30,00% i więcej zadeklarowanej wartości tego KPI – 20% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy;
 - c) w przypadku nieosiągnięcia wartości innych KPI niż wymienione w § 2 ust. 1 pkt 6 lit. a Umowy – Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 3% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy, za każdy niezrealizowany KPI;
 - d) w przypadku nieumieszczenia kodów monitorujących zgodnie z § 2 ust. 1 pkt 7 Umowy lub nieudostępnienia Zamawiającemu informacji, o których mowa w § 3 ust. 13 Umowy – Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 50% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.
2. Zamawiającemu przysługuje prawo do naliczenia kary umownej w przypadku odstąpienia przez niego od Umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w wysokości 70% całkowitego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.
3. Prawo odstąpienia od Umowy nie ogranicza prawa Zamawiającego do żądania od Wykonawcy zapłaty kar umownych.
4. Zapłata kary lub kar umownych, jak również ich potrącenie przez Zamawiającego, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku wykonania Umowy.
5. W przypadku, gdy poniesiona szkoda przekroczy wartość zastrzeżonych kar umownych, Zamawiający może dochodzić odszkodowania na zasadach ogólnych.
6. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie przez Zamawiającego kar umownych z wszelkich należności przysługujących mu od Zamawiającego.
7. Kary umowne mogą się kumulować.

§ 7

1. W ramach realizacji Umowy i w ramach wynagrodzenia wskazanego w § 5 ust. 2 Umowy, Wykonawca przenosi na Zamawiającego, z chwilą wydania Zamawiającemu, całość majątkowych praw autorskich do wytworzonych przez Wykonawcę w wyniku wykonania Umowy materiałów stanowiących utwory w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, (zwanym dalej w niniejszym paragrafie także "Utworami"), bez ograniczeń czasowych i terytorialnych.
2. Przeniesienie praw majątkowych do Utworów obejmuje następujące pola eksploatacji:
 - a. wszelkie utrwalanie i zwielokrotnianie Utworów, wytwarzanie egzemplarzy dowolną 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;
 - b. wprowadzanie do pamięci komputera, w tym zamieszczanie na serwerze Zamawiającego oraz wyświetlanie Utworu pod adresami domenowymi Zamawiającego,
 - c. wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy każdego z Utworów, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową,
 - d. publiczne wystawianie, rozpowszechnianie, publikowanie, wyświetlanie, odtwarzanie, a także publiczne udostępnianie Utworu lub egzemplarzy Utworu 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,
 - e. publikowanie poszczególnych elementów graficznych składających się na Utwór, w formie publikacji papierowej lub elektronicznej,
 - f. wszelki obrót oryginałem i egzemplarzami Utworu wytworzonymi zgodnie z literą a) niniejszego ustępu - wprowadzanie ich do obrotu, najem, użyczenie lub oddawanie do używania na podstawie innego stosunku prawnego.
3. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych Wykonawca zezwala Zamawiającemu na korzystanie z opracowań Utworów oraz na rozporządzanie tymi opracowaniami, tj. udziela Zamawiającemu praw zależnych, na warunkach i polach eksploatacji wskazanych w ust. 1 i 2, oraz przenosi na Zamawiającego uprawnienie do udzielania w tym zakresie i na tych polach eksploatacji zezwoleń na rozporządzanie i korzystanie z opracowań Utworów.

4. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych do Utworów Wykonawca - w ramach wynagrodzenia ustalonego w § 5 ust. 2 Umowy - przenosi na Zamawiającego prawo własności nośnika, na którym Utwory lub jego poszczególne części zostały utrwalone.
5. Wykonawca oświadcza i gwarantuje, iż przysługują mu lub będą przysługiwać prawa własności intelektualnej w zakresie koniecznym do wykonania przez niego zobowiązań określonych w Umowie.
6. Wykonawca oświadcza, że Utwory nie naruszają praw autorskich osób trzecich, uprawnień jakichkolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, przepisów ustawy 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.
7. W przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie roszczeń opartych na zarzucie, że korzystanie z utworu przez Zamawiającego, jego następców prawnych lub osoby z nim współpracujące narusza prawa własności intelektualnej lub prawo do wizerunku przysługujące tym osobom, Zamawiający poinformuje Wykonawcę o takich roszczeniach, a Wykonawca podejmie niezbędne działania mające na celu zażegnanie sporu i poniesie w związku z tym wszelkie koszty. W szczególności, w przypadku wytoczenia w związku z tym przeciwko Zamawiającemu, jego następcy prawnemu lub osobie z nim współpracującej powództwa z tytułu naruszenia praw własności intelektualnej, prawa do wizerunku Wykonawca wstąpi do postępowania w charakterze strony pozwanej, a w razie braku takiej możliwości wystąpi z interwencją uboczną po stronie pozwanej oraz pokryje, w terminie do 14 dni od daty doręczenia Wykonawcy wezwania do zapłaty, wszelkie koszty i odszkodowania, w tym koszty obsługi prawnej zasądzone od Zamawiającego, jego następców prawnych lub osób z nim współpracujących.
8. Wykonawca ma prawo pozostawić u siebie utrwalone Utwory jedynie do celów własnej dokumentacji i prezentacji własnych dokonań, wyłącznie za zgodą Zamawiającego, wyrażoną na piśmie pod rygorem nieważności.

§ 8

Spełniając obowiązek informacyjny wynikający 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016), zwanego dalej „RODO”, Zamawiający informuje, że:

- 1) dane osobowe osób wskazanych do kontaktu przy realizacji Umowy (np. kontaktów bieżących), są przetwarzane przez Polską Organizację Turystyczną z siedzibą w Warszawie, przy ul. Chałubińskiego 8 (00-613), która pełni funkcję administratora danych,

- 2) w Polskiej Organizacji Turystycznej został powołany inspektor ochrony danych, z którym kontaktować się można pod adresem: dpo@pot.gov.pl,
- 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 wykonaniem niniejszej Umowy,
- 4) dane osobowe nie będą udostępniane innym podmiotom niż wynika to z przepisów prawa,
- 5) dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej,
- 6) dane osobowe nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany i nie będą profilowane,
- 7) dane osobowe, o których mowa w pkt 1, będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji Umowy, a po tym czasie przez okres oraz w zakresie wymaganym przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa,
- 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 Pana/i 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.

§ 9

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:
 - 1) informacji, które są powszechnie znane lub które w uzasadniony okolicznościami sposób mogą być uważane za powszechnie znane;
 - 2) informacji, które znane były Wykonawcy przed ich ujawnieniem przez Zamawiającego;
 - 3) informacji, uzyskanych od osób trzecich, które miały prawo ich ujawnienia;
 - 4) przypadków, w których Wykonawca zobowiązany jest do ich ujawnienia na podstawie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
3. Wykonawca może ujawnić Informacje Poufne bez zgody drugiej Strony 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.

§ 10

1. Wcześniejsze rozwiązanie Umowy przez Zamawiającego może nastąpić w formie pisemnej, z zachowaniem 7-dniowego okresu wypowiedzenia. W przypadku rozwiązania Umowy wynagrodzenie przysługuje tylko za wykonaną część Umowy.
2. Poza przypadkami określonymi w przepisach Kodeksu cywilnego, Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo odstąpienia od Umowy w przypadku:
 - 1) zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie Umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia niniejszej Umowy;
 - 2) gdy Wykonawca nie przedstawi harmonogramu ostatecznego w terminie, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 1 Umowy,
 - 3) gdy Wykonawca nie przedstawi media planu ostatecznego w terminie, o którym mowa w § 2 ust. 1 pkt 2 Umowy,
 - 4) gdy Wykonawca nie rozpoczął realizacji Kampanii w terminie, o którym mowa w § 1 ust. 2 Umowy,
 - 5) gdy Wykonawca naruszy swoje zobowiązania, o których mowa w § 11 Umowy.
 - 6) gdy Wykonawca nie przekaze Zamawiającemu informacji, o których mowa w § 3 ust. 13 Umowy, w terminie określonym w § 3 ust. 13 Umowy.
3. Oświadczenie Zamawiającego w przedmiocie odstąpienia od niniejszej Umowy zostanie złożone Wykonawcy na piśmie. Zamawiający może skorzystać z przysługującego mu prawa odstąpienia w terminie 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o zaistnieniu okoliczności uprawniającej go do odstąpienia od Umowy.
4. W przypadku odstąpienia od Umowy Zamawiający nie będzie zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia za te elementy przedmiotu Umowy, których Zamawiający nie odebrał.

§ 11

Wykonawca nie może przenieść całości lub części praw ani też całości lub części obowiązków wynikających z niniejszej Umowy bez uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego. 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.

§ 12

1. W przypadku zaistnienia jakichkolwiek okoliczności losowych o charakterze zewnętrznym w stosunku do Stron, których nie można było przewidzieć i skutecznie im zapobiec, w szczególności pożaru, powodzi, trzęsienia ziemi, innych klęsk żywiołowych, jak również wojen (wypowiedzianych bądź niewypowiedzianych), strajków lub rozruchów, zwanych dalej „siłą wyższą”, uniemożliwiających którejkolwiek ze Stron całkowite bądź częściowe wykonanie jej obowiązków określonych Umową, czas przewidziany na wykonanie tych obowiązków ulega przedłużeniu o okres równy czasowi trwania siły wyższej.
2. Jeżeli czas trwania siły wyższej będzie dłuższy niż okres 1 miesiąca, każda ze Stron będzie mieć prawo do żądania zmiany Umowy w zakresie odpowiadającym wpływowi siły wyższej na wzajemne zobowiązania Stron.
3. Strona, której dotyczy działanie siły wyższej, zobowiązana jest niezwłocznie, nie później niż w terminie 7 dni od dnia powzięcia wiadomości o wystąpieniu siły wyższej, poinformować drugą Stronę na piśmie o wystąpieniu siły wyższej.

§ 13

1. Umowa wchodzi w życie z chwilą jej zawarcia.
2. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze Stron.
3. Z zastrzeżeniem § 4 ust. 3 Umowy, zmiany Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
4. W sprawach nieregulowanych Umową mają zastosowanie przepisy powszechnie obowiązujące, w tym przepisy ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz przepisy Kodeksu cywilnego.
5. Wszelkie sprawy wynikłe z realizacji Umowy rozpatrywane będą przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
6. Gdyby jakiekolwiek postanowienie Umowy okazało się nieważne lub bezskuteczne, nie wpływa to na ważność i skuteczność pozostałych jej postanowień. W takim przypadku Strony zastąpią postanowienia uznane za nieważne lub bezskuteczne innym, zgodnym z prawem, realizującym możliwie najbardziej cel Umowy.
7. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.
8. Załączniki do Umowy stanowią jej integralną część.

Załączniki:

Załącznik nr 1 –Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia,

Załącznik nr 2 – Oferta Wykonawcy,

Załącznik nr 3 - Protokół odbioru – wzór.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA