



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Znak sprawy: 30/R/2021/JB

ZAPYTANIE OFERTOWE

Przedmiot zamówienia:

**Przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata
„Złotego Certyfikatu POT 2019” –
Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach**

Warszawa, 31 maja 2021 r.

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, Polska

tel. +48 (22) 536 70 70, fax. +48 22 536 70 04, e-mail: pot@pot.gov.pl

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Kijów, Londyn, Madryt, Moskwa, Nowy Jork, Paryż, Pekin, Rzym, Sztokholm, Tokio, Wiedeń.

portale: www.pot.gov.pl; www.polska.travel; www.poland-convention.pl; www.aktualnosciturystyczne.pl; www.edenpolska.pl;
www.pieknywschod.pl; www.ppr.pot.gov.pl; www.zarabiajnaturystyce.pl; www.polskapodajdalej.pl

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) Strona internetowa: www.pot.gov.pl,
- 3) E-mail: pot@pot.gov.pl.
- 4) Kontakt z Zamawiającym:
Wojciech Norkowski – e-mail: wojciech.norkowski@pot.gov.pl.

2. Tryb udzielenia zamówienia

- 1) Postępowanie jest prowadzone na podstawie regulaminu wewnętrznego Polskiej Organizacji Turystycznej dotyczącego udzielania zamówień publicznych.
- 2) Zamawiający informuje Wykonawców, że postępowanie prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego, tj. każdy z Wykonawców może złożyć ofertę. Ponadto:
 - a. do postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019 z późn. 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 zapytaniu ofertowym,
 - 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

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata „Złotego Certyfikatu POT 2019” – Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia, stanowi Załącznik Nr 1 do niniejszego Zapytania ofertowego.

4. Kwota przewidziana przez Zamawiającego na realizację zamówienia

Kwota przewidziana przez Zamawiającego na realizację zamówienia wynosi 120 500,00 zł netto, tj. 148 215,00 zł brutto.

5. Termin realizacji zamówienia

Przedmiot zamówienia zostanie zrealizowany w terminie 4 miesięcy od dnia podpisania umowy.

6. Warunki udziału w postępowaniu

W postępowaniu mogą uczestniczyć podmioty, które spełniają warunki dotyczące:

1) zdolności do występowania w obrocie gospodarczym:

Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.

2) posiadania uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej:

Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.

3) sytuacji ekonomicznej lub finansowej:

Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.

4) zdolności technicznej lub zawodowej:

a) Wykonawca musi wykazać, iż w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie zorganizował co najmniej 3 (słownie: trzy) kampanie reklamowe w internecie z budżetem na media w wysokości co najmniej 85 000 złotych brutto każda.

Jako kampanię 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) Wykonawca musi wykazać, iż na potrzeby realizacji zamówienia będzie dysponował następującymi osobami:

- **Projekt manager** - jedna osoba, posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenia zawodowe na stanowisku związanym z marketingiem online, realizacją kampanii 360 stopni, realizacją kampanii w mediach społecznościowych oraz na kanale YouTube.
- **Grafik** - jedna osoba, posiadająca co najmniej trzyletnie doświadczenia w przygotowaniu grafik komputerowych i tworzeniu key visual (KV).

5) złożą ważną ofertę w terminie wyznaczonym do składania ofert. Oferta powinna zostać złożona na Formularzu ofertowym (wzór w Załączniku nr 2 do Zapytania ofertowego).

7. Termin składania ofert

1) Ofertę, w formie podpisanych skanów, należy przesłać za pomocą poczty elektronicznej na adres e-mail jaroslaw.blaszczak@pot.gov.pl, najpóźniej

w terminie **do dnia 10.06.2021 r. do godz. 10.00.** Oferty, które dotrą do Zamawiającego po tym terminie nie będą uwzględnione.

- 2) Ofertę należy złożyć w języku polskim.
- 3) Na ofertę Wykonawcy składa się:
 - a) wypełniony Formularz ofertowy (Załącznik Nr 2 do Zapytania ofertowego);
 - b) Koncepcja przeprowadzenia konkursu,
 - c) Wykaz usług (stanowiący Załącznik Nr 3 do Zapytania ofertowego) wraz z dowodami określającymi, czy usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami są referencje bądź inne dokumenty sporządzone przez podmiot, na rzecz którego usługi zostały wykonane, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli Wykonawca z przyczyn niezależnych od niego nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie Wykonawcy; w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wystawione w okresie ostatnich 3 miesięcy.
- 4) Zamawiający, na każdym etapie postępowania, może żądać oświadczeń i dokumentów potwierdzających, że dokumenty załączone do oferty są zgodne ze stanem faktycznym oraz zwrócić się o złożenie wyjaśnień lub uzupełnienie treści oferty. Oferta Wykonawcy, który nie odpowie na takie wezwanie, lub odpowie w sposób niewystarczający, zostanie odrzucona.

8. Kryteria wyboru oferty

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

Lp.	Kryterium	Waga kryterium
1	Cena brutto oferty	40%
2	Koncepcja przeprowadzenia konkursu	37%
3	Deklarowana liczba dodatkowych odwiedzin, ponad minimalny poziom 60 000 wizyt, ze wszystkich łącznie kampanii na Landing page	13%
4	Deklarowana liczba dodatkowych unikalnych użytkowników, ponad minimalny poziom 2 000 000 unikalnych użytkowników, do których dotrze reklama na portalu Facebook	10%

- 1) **Kryterium „Cena brutto oferty” (C) - waga 40%.** Punkty w tym kryterium zostaną obliczone w następujący sposób:

$$C = (C_{\min}/C_0) \times 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych za kryterium „Cena brutto oferty”

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

C₀ – cena oferty badanej.

Wykonawca zobowiązany jest podać cenę brutto za realizację usługi w walucie polski złoty.

W omawianym kryterium Wykonawca może otrzymać maksymalnie 40 pkt.

- 2) **Koncepcja przeprowadzenia konkursu - waga 37%.** W tym kryterium punkty zostaną przyznane w następujący sposób:

Koncepcja przeprowadzenia konkursu	
0 - 5 pkt Ocena spójności i atrakcyjności KV konkursu z logotypem akcji (logo Złoty Certyfikat)	<i>0 pkt – brak spójności; 1 pkt – KV spójny z logotypem, lecz nieatrakcyjny; 5 pkt. – KV jest spójny z logotypem akcji i atrakcyjny.</i>
0 - 8 pkt Forma prezentacji grafiki konkursowej w poście zapowiadającym konkurs, np. poprzez dobór odpowiednich kolorów, stworzenie czytelnego i widocznego na grafice hasła przewodniego, prostotę i przejrzystość grafiki itp.	<i>0 pkt. – brak prezentacji formy grafiki 2 pkt. – kompozycja graficzna jest przejrzysta, lecz dobór kolorów nie jest odpowiedni, brak widocznego hasła przewodniego konkursu, grafika nie przykuwa uwagi użytkownika; 4 pkt. – kompozycja graficzna jest przejrzysta, dobór kolorów jest odpowiedni, lecz brakuje widocznego hasła przewodniego konkursu na grafice; 8 pkt. – kompozycja graficzna jest przejrzysta, dobór kolorów jest odpowiednio i spójny dla całej grafiki, widoczne jest hasło przewodniego konkursu, całość grafiki przykuwa uwagę użytkownika.</i>
0 - 24 pkt Strategia oraz mechanika konkursu i komunikacji	<u>(0 - 10 pkt) Kreatywność koncepcji konkursu oraz angażująca forma przeprowadzenia konkursu</u> <i>0 pkt – brak koncepcji konkursu, brak formy angażującej przeprowadzenie konkursu; 2 pkt – koncepcja konkursu jest mało kreatywna, brak formy angażującej przeprowadzenie konkursu; 3 pkt - koncepcja konkursu wykazuje elementy kreatywne, ale jest ich zbyt mało, brak formy angażującej przeprowadzenie konkursu;</i>

	<p>5 pkt - koncepcja konkursu jest kreatywna i wykazuje dużo elementów, które przykuwają uwagę, forma przeprowadzenia konkursu nie angażuje użytkowników do udziału w konkursie;</p> <p>10 pkt - koncepcja konkursu jest kreatywna i wykazuje dużo elementów, które przykuwają uwagę, forma przeprowadzenia konkursu angażuje użytkowników do udziału w konkursie w sposób nowoczesny, ciekawy i edukacyjny</p> <p><u>(0 - 6 pkt) Działania wizerunkowe w mediach społecznościowych mające na celu budowanie rozpoznawalności laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach</u></p> <p>0 pkt - za brak działań wizerunkowych; 1 pkt - za jedno działanie wizerunkowe; 2 pkt - za dwa działania wizerunkowe; 3 pkt - za trzy działania wizerunkowe; 4 pkt - za cztery działania wizerunkowe; 6 pkt - za 5 i więcej działań wizerunkowych budujących rozpoznawalność laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach.</p> <p><u>(0 - 8 pkt) Zarys regulaminu konkursu - propozycja i forma regulaminu, rozumiana jako czytelne zasady udziału, zaprezentowane w jasny sposób, przejrzyste wizualnie, pisane prostym językiem, zrozumiałym dla każdego użytkownika grupy docelowej wskazanej w SOPZ</u></p> <p>0 pkt - brak propozycji zarysu regulaminu, brak formy regulaminu, rozumianej jako czytelne zasady udziału, zaprezentowane w jasny sposób, pisane prostym językiem, zrozumiałym dla każdego użytkownika grupy docelowej wskazanej w SOPZ;</p> <p>4 pkt - propozycja zarysu regulaminu została przedstawiona, ale brak formy regulaminu, rozumianej jako czytelne zasady udziału, zaprezentowane w jasny sposób, pisane prostym językiem, zrozumiałym dla każdego użytkownika grupy docelowej wskazanej w SOPZ;</p> <p>8 pkt. - propozycja zarysu regulaminu została przedstawiona, forma regulaminu została przedstawiona w jasny i czytelny sposób, napisana prostym językiem, zrozumiałym dla każdego użytkownika grupy docelowej wskazanej w SOPZ.</p>
--	---

Zamawiający oczekuje przesłania:

- KV konkursu na Facebooku w postaci prezentacji power point lub pdf;
- grafiki zapraszającej do udziału w konkursie w formie postu;
- Koncepcji przeprowadzenia konkursu zawierającej:

- ✓ opis koncepcji (jej kreatywność) wraz z objaśnieniem angażujących form przeprowadzenia konkursu,
- ✓ opis działań wizerunkowych w social mediach,
- ✓ zarys regulaminu konkursu.

W kryterium „koncepcja konkursu” oferta może otrzymać maksymalnie 37 pkt.

- 3) **Liczba odwiedzin strony (B_{AI}) – 13 %** - Punkty w tym kryterium zostaną przyznane za deklarowaną liczbę odwiedzin strony powyżej 60 000 wejść (odwiedzin strony) w następujący sposób:

$$B_{AI} = (B_0/B_{max}) \times 13 \text{ pkt}$$

gdzie:

B_{AI} – liczba punktów przyznanych za kryterium „Liczba odwiedzin strony”;

B_0 – wartość obliczanej oferty w danym kryterium;

B_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert.

Uwaga! Na potrzeby oceny złożonej oferty należy podać liczbę deklarowanych **dotatkowych** odsłon na dedykowanej stronie internetowej, ponad minimalny wymagany poziom. Wymagana minimalna wartość (tj. 60 000 odsłon) nie jest brana pod uwagę przy wliczaniu niniejszego kryterium.

W kryterium „**Liczba odwiedzin strony**” oferta może otrzymać maksymalnie 13 pkt.

- 4) **Zasięg reklamy na portalu Facebook (D_{AI}) – 10%** - Punkty w tym kryterium zostaną przyznane za deklarowany zasięg powyżej 2 000 000 użytkowników na portalu FB, w następujący sposób:

$$D_{AI} = (D_0/D_{max}) \times 10 \text{ pkt}$$

D_{AI} – liczba punktów przyznanych za kryterium „Zasięg reklamy na portalu Facebook”;

D_0 – wartość obliczanej oferty w danym kryterium;

D_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert.

Uwaga! Na potrzeby oceny złożonej oferty należy podać liczbę deklarowanych **dotatkowych** unikalnych użytkowników, do których dotrze reklama na portalu Facebook, ponad minimalny wymagany poziom. Wymagana minimalna wartość (tj. 2 000 000 unikalnych użytkowników) nie jest brana pod uwagę przy wliczaniu niniejszego kryterium.

W kryterium „**Zasięg reklamy na portalu Facebook**” oferta może otrzymać maksymalnie 10 pkt.

Obliczenia będą prowadzone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów. Maksymalna wartość punktowa, jaką może osiągnąć oferta, wynosi 100 punktów.

9. 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.

10. Załączniki:

Załącznik Nr 1 – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Załącznik Nr 2 – Formularz oferty

Załącznik Nr 3 – Wykaz usług

Załącznik Nr 4 – Wzór umowy

Załącznik Nr 1**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA****PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata „Złotego Certyfikatu POT 2019” – Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach (województwo śląskie).

I CEL i REALIZACJA KAMPANII

Celem kampanii jest zachęcenie Polaków mieszkających w obszarze objętym zasięgiem kampanii (geolokalizacja) do aktywnego spędzenia czasu poza domem oraz budowanie rozpoznawalności marki laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach poprzez zwiększenie ruchu na dedykowanej stronie internetowej (landing page umieszczony w zakładce na portalu polska.travel) https://certyfikaty.polska.travel/zlote_certyfikaty.html

W skład realizacji przedmiotu zamówienia wchodzi następujące zadania:

1. PRZEPROWADZENIE KAMPANII PROMOCYJNEJ w Internecie

Przeprowadzenie efektywnościowej kampanii promującej Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach oraz ideę konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT. Kampania składa się z następujących elementów:

- a) **Stworzenie promocyjnego landing page** w strukturze strony <https://certyfikaty.polska.travel/> zachęcającego do odwiedzenia URL wskazanego na landing page. Wykonawca zaimplementuje obecną treść strony XHTML pod adresem <https://certyfikaty.polska.travel/> oraz stworzony przez wykonawcę promocyjny LP do systemu zarządzania treścią open source Wordpress z wykorzystaniem użytych stylów css. Przygotowany przez wykonawcę CMS uwzględni możliwość dodawania i aktualizacji obecnych treści oraz tworzenie nowych w ramach przyszłych edycji konkursu. Główną funkcją strony będą cele informacyjne. Wykonawca przekaze dostęp do landing page Zamawiającemu po zakończeniu kampanii. Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały tekstowe i fotograficzne do przygotowania landing page.
- b) **Kampania odsłonowa Display / Search w Google Ads** Dotarcie do jak największej części grupy docelowej przy założeniu, że jeden odbiorca zobaczy reklamę maksymalnie 3 razy (capping = 3 dla kreacji) i nie mniej niż 60% reklam będzie emitowane above the fold (w części strony, którą widać bezpośrednio po

załadowaniu w przeglądarce). Łącznie liczba odsłon wszystkich kreacji **co najmniej 10 000 000**. Natężenie działań w ramach kampanii będzie uzależnione od potrzeb Zamawiającego oraz bieżącej sytuacji epidemicznej związanej z ograniczoną przepustowością Zabytkowej Kopalni Srebra. Zamawiający wskaże słowa i frazy klucze do prowadzenia działań w wyszukiwarce.

- c) Przygotowania pierwszych materiałów promocyjnych w ciągu 14 dni roboczych od momentu ustalenia i podpisania pełnego harmonogramu działań. Kolejne materiały promocyjne będą przygotowywane w zależności od zamian w harmonogramie i bieżącej sytuacji epidemicznej spójnie z przyjętą z uwagi na te okoliczności strategią komunikacji.
- d) Przygotowanie spersonalizowanych Materiałów Reklamowych niezbędnych do realizacji kampanii w następujących zakresach:
- Zbudowania rozpoznawalności laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 – Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach,
 - Zbudowania rozpoznawalności konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT,
 - Zachęcenia grupy docelowej do odwiedzenia laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 – Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach.

Do zadań wykonawcy należeć będzie zaprojektowanie planu emisji reklam oraz po jego weryfikacji i ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego zakup przestrzeni reklamowych, a następnie bieżące monitorowanie, analizowanie oraz zarządzanie, wraz z Zamawiającym, przebiegiem kampanii reklamowych.

2. PRZEPROWADZENIE KAMPANI PROMOCYJNEJ w mediach społecznościowych

- a) Kampania w Social Mediach – Facebook, w tym:
- aktywizacja użytkowników w serwisie oraz budowa zaangażowania w oparciu o zaproponowaną strategię działań (konkursy, zabawy, pobudzanie dyskusji, przedstawianie opinii, recenzje, udział w mediach społecznościowych, itp.) na rzecz promocji laureata „Złotego Certyfikatu POT 2019” ~~Złotego Laureata~~ i szerzenie wiedzy o nim na fanpage’u @polska.travel na Facebooku,
 - zdobycie jak największej liczby polubień danego posta/reklamy,
 - zdobycie aktywności pod reklamą/ postem w postaci komentarzy,
 - zbudowanie wizerunku marki konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT w tym szczególności promocja Złotego Certyfikatu POT na fanpage’u @polska.travel na Facebooku i profilu @polska.travel na Instagramie, jako wiarygodnego i bogatego źródła informacji o atrakcjach w Polsce,
 - zachęcenie do odwiedzenia laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 - Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach.
- b) Dotarcie do grupy docelowej przy uwzględnieniu:
- **Danych behawioralnych** – skutecznego profilowania kampanii reklamowej,

- c) Przeprowadzenie kompleksowego konkursu podczas kampanii na Facebooku, w tym przygotowanie regulaminu konkursu oraz przygotowanie 3 nagród:
- I miejsce – weekendowy pobyt dla 2 osób w Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach z 2 noclegami oraz pełnym wyżywieniem,
 - II miejsce – jednodniowy pobyt w Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach dla 2 osób z 1 noclegiem ze śniadaniem,
 - III miejsce – bilety do Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach oraz zestaw gadżetów (plecak, latarka, kamizelka odblaskowa i inne – do ustalenia z Zamawiającym).

Wykonawca zobowiązany jest do zakupu nagród, o których mowa w punkcie powyżej i przesłania ich do zwycięzców. Nagrody powinny nie przekraczać poniższych kwot:

- I miejsce – 1500 zł brutto,
 - II miejsce – 700 zł brutto,
 - III miejsce – 500 zł brutto.
- d) Materiały promocyjne zostaną przygotowane w ciągu 14 dni roboczych od momentu ustalenia i podpisania pełnego harmonogramu działań.
- e) Zasięg reklam Facebook rozumiany jako liczba unikalnych Użytkowników (UU), którzy zobaczyli reklamę osiągnie minimum 2 000 000 UU.
- f) Natężenie działań w ramach kampanii będzie uzależnione od potrzeb Zamawiającego oraz bieżącej sytuacji epidemicznej związanej z ograniczoną przepustowością Zabytkowej Kopalni Srebra.

II HARMONOGRAM

1. Wykonawca przygotowuje pełny harmonogram realizacji kampanii oraz emisji wszelkich materiałów marketingowych w postaci tzw. media planu (nazwa produktu turystycznego, format grafiki, treść, data publikacji, media – miejsce publikacji, nazwa zastosowanych technologii służących emisji reklam).
2. Planowany czas trwania: 4 miesiące, realizacja w terminie uzgodnionym z Zamawiającym (początek kampanii nie wcześniej niż w czerwcu 2021 r.).
3. Natężenie działań w Internecie będzie uzależnione od zakresu funkcjonowania Kopalni, tj. w przypadku gdy Kopalnia będzie zamknięta całkowicie dla turystów ze względu na obostrzenia związane z epidemią COVID 19 lub będzie działać jedynie w zakresie mniejszym niż 50% normalnych możliwości, wówczas Wykonawca, na polecenie Zamawiającego, ograniczy na ten czas prowadzenie kampanii promocyjnej w Internecie. Kampania realizowana będzie za pomocą działań w Internecie, także na urządzeniach mobilnych i w mediach społecznościowych.
4. Szczegółowy harmonogram i plan realizacji całej kampanii zostanie ustalony wraz z Zamawiającym po wyborze Wykonawcy.
5. Wykonawca powinien w szczególności zwrócić uwagę na odpowiednie nasilenie kampanii w przygotowanym wstępnie harmonogramie. Zamawiający dopuszcza zmianę terminów realizacji kampanii w przypadku zadeklarowania przez Wykonawcę osiągnięcia lepszych wyników KPI.
6. Zmiana terminów realizacji kampanii musi zostać potwierdzona pisemnie, ale dopuszcza się możliwość zmiany terminów realizacji poprzez wiadomość e-mail.

7. Wykonawca na prośbę Zamawiającego będzie prowadził regularną optymalizację reklamy (rozumianej jako przeprowadzenie testów reklam i wprowadzeniu do obiegu reklamy/ grafiki najbardziej efektywnej).
8. Działanie obejmuje zaprojektowanie planu emisji reklam oraz po jego weryfikacji i ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego zakup przestrzeni reklamowych, a następnie bieżące monitorowanie, analizowanie oraz zarządzanie, wraz z Zamawiającym, przebiegiem kampanii reklamowych. Wykonawca będzie przysyłał cotygodniowe raporty z realizacji emisji reklam, wraz z rekomendacjami służącymi poprawie efektywności prowadzonych działań, Zamawiający na ich podstawie będzie podejmował decyzje o sposobie prowadzenia emisji w kolejnych okresach czasu.
9. **Czas trwania umowy:** od daty podpisania umowy przez 4 miesiące.

III SZCZEGÓŁY REALIZACJI KAMPANII

Przedmiot umowy w zakresie kampanii w szczególności obejmuje:

1. Przygotowanie spersonalizowanych Materiałów Promocyjnych niezbędnych do realizacji kampanii dla poszczególnych podgrup docelowych i stworzonych produktów zgodny z wizualizacją Zamawiającego tj. zawierającą wskazane logotypy (w tym logotyp Polskiej Organizacji Turystycznej oraz logo Złotego Certyfikatu POT).
2. Realizując kampanię Wykonawca w całości odpowiada za przygotowywanie niezbędnych kreacji reklamowych (przygotowanie Key Visuals wraz z warstwą tekstową oraz przeformatowaniami, zgodnymi z księgą znaków Zamawiającego oraz specyfikacją techniczną wydawcy), reakcje powinny uwzględniać poprawność językową, zachęcające i jasno sformułowanego CTA (call-to-action), a także personalizację komunikatu zgodną z zainteresowaniami grupy docelowej.
3. W zależności od skuteczności prowadzonej kampanii Wykonawca zobowiązany jest do optymalizowania kreacji.
4. Majątkowe prawa autorskie wraz z akceptacją produkcyjnych materiałów przechodzą na Zamawiającego.
5. Wykonawca przeprowadzi realizację kampanii zgodnie z założonym harmonogramem działań i budżetem w celu realizacji wymaganych KPI.
6. Harmonogram działań zostanie przedstawiony w ciągu 7 dni od podpisania umowy.
7. Wykonawca przygotowuje dedykowane dla kampanii konto Google Ads, które połączy z kontem Menedżera Zamawiającego (MCK) w celu weryfikacji i kontroli optymalizacji przez Zamawiającego.
8. Wykonawca zdefiniuje zdarzenia i zaimplementuje kody trackingowe do mierzenia efektywności kampanii na stronie docelowej, na którą będzie kierowany ruch z kampanii. Wykonawca otrzyma dostęp do widoku w Google Analytics Zamawiającego, w którym będzie mógł śledzić i raportować efekty kampanii.
9. Wykonawca będzie prowadził stały monitoring i optymalizacje efektywności oraz skuteczności prowadzonej kampanii w celu uzyskania jak najlepszych efektów.
10. Wykonawca będzie zobowiązany do raportowania przebiegu, skuteczności oraz efektów kampanii na bieżąco w trybie roboczym (tygodniowym) oraz przedstawienie podsumowania na zakończenie kampanii. Raport z prowadzonych działań powinien zawierać informację co najmniej o podstawowych wskaźnikach skuteczności

dostępnych z poziomu statystyk danego narzędzia. W celu udokumentowania przebiegu kampanii należy dostarczyć zestawienie wszystkich aktywnych/wyłączonych formatów reklamowych wraz ich statystykami (format, widoczność, informacje dotyczące przebiegu kampanii, budżet, estymowany koszt bidu – koszt za jedno wyświetlenie, liczba wyświetleń, klików, CTR, eCPC, podsumowanie wydanego budżetu).

11. W raporcie powinno znaleźć się merytoryczne podsumowanie prowadzonych działań wraz z rekomendacjami wynikającymi z podjętych optymalizacji.
12. Wykonawca udzieli pełnej licencji na czas nieokreślony do wszelkich materiałów reklamowych.
13. Wykonawca zaprojektuje i przygotuje landing page promujący laureata Złotego Certyfikatu POT 2019 Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach.
14. Wykonawca stworzy galerię zdjęć oraz filmów promujących laureata Złotego Certyfikatu POT 2019.
15. Wykonawca będzie przestrzegał zgodności strony z Key Visuals kampanii (zgodnych z księgą znaków Zamawiającego).
16. Landing page powinien być responsywny i dostosowany do wyświetlania w urządzeniach mobilnych (tablety, smartfony).
17. Wykonawca zobowiązuje się przenieść treści ze strony <https://certyfikaty.polska.travel/> do CMS Wordpress zgodnie z obecną strukturą i wyglądem serwisu.
18. Zamawiający oczekuje minimalnej łącznej liczby wizyt użytkowników na zaprojektowanym przez Wykonawcę landing page z przeprowadzonej kampanii w liczbie minimum **60 000 wyświetleń**. Metodologia weryfikacji liczby wizyt odbędzie się przez skrypt systemu do analizy i monitoringu ruchu Google Analytics z konta Zamawiającego.
19. Zamawiający oczekuje minimalnego zasięgu **2 000 000 użytkowników** z kampanii Facebook. Zasięg rozumiany jako liczba unikalnych użytkowników, którzy zobaczyli reklamę.

Wskaźniki, o których mowa w punktach 16-18 przedstawione zostały w poniższej tabeli:

Zadanie	Wskaźniki
Minimalna liczba wyświetleń landing page z kampanii	minimum 60 000 wyświetleń (rozumianych jako wejścia na stronę odnotowaną w Google Analytics)
Minimalna liczba odsłon wszystkich reklam z kampanii Google Ads w kanałach Google Search, GDN i remarketingu.	co najmniej 10 000 000 odsłon
Minimalna liczba unikalnych użytkowników z kampanii Facebook. Zasięg rozumiany jako liczba unikalnych użytkowników, którzy zobaczyli reklamę.	co najmniej 2 000 000 użytkowników (rozumianych jako dotarcie reklamy do 2 000 000 użytkowników)

IV GRUPA DOCELOWA

Grupa docelowa – geolokalizacja: województwo śląskie i opolskie + miasta: Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław. Zamawiający dopuszcza w trakcie trwania kampanii możliwość

rozszerzenia emisji reklam o dodatkowe lokalizacje wskazane przez Wykonawcę mające na celu zwiększenie ruchu turystycznego oraz optymalizację kosztów i parametrów KPI kampanii; targetowanie: kultura i sztuka, historia, rodzinna rozrywka, rodzina i rodzicielstwo, wychowanie dzieci, szkoła, zdrowie dzieci, osoby poszukujące tego typu oferty, zainteresowani podróżami, turystyką, aktywnie podróżujący po Polsce, spędzający wakacje

w ciekawych miejscach, osoby (25+) zdolne do decyzji zakupowych, zainteresowane aktywnym sposobem spędzania weekendu poza domem, korzystające z usług turystycznych.

Nazwa grupy	Szczegóły dot. grupy	Zainteresowania grupy	Geolokalizacja
Rodzice	grupa, która interesuje się rodzicielstwem, wychowaniem dzieci, szkołą, zdrowiem, rodzinną rozrywką, atrakcjami dla dzieci, wolnym czasem z dziećmi, spędzeniem wakacji z rodziną, weekend z dzieckiem.	Kultura i sztuka, historia, rodzinna rozrywka, rodzina i rodzicielstwo, wychowanie dzieci, szkoła, zdrowie dzieci,	Województwo śląskie, opolskie + miasta: Warszawa Kraków Łódź Wrocław <u>Lub inne miejsce wskazane przez Zamawiającego</u>
Turyści	grupa, która interesuje się podróżami, turystyką, aktywne podróżuje po Polsce, rodzinne lubi spędzać wakacje w ciekawych miejscach		
Indywidualne osoby	osoby z szerokiego przedziału wiekowego (25+), zdolne do decyzji zakupowych, zainteresowane aktywnym sposobem spędzenia weekendu poza domem, korzystające z usług turystycznych, osoby często używające urządzeń i aplikacji mobilnych		

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 przysłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

.....

Numer telefonu:

e-mail

1. Odpowiadając na Zapytanie ofertowe na *Przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata „Złotego Certyfikatu POT 2019” – Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach*, symbol postępowania 30/R/2021/JB, oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia za:

Cena ofertowa brutto PLN

(Słownie:.....).

2. Deklarujemy liczbę odwiedzin na dedykowanej stronie internetowej kampanii (landing page umieszczony w zakładce na portalu polska.travel), na poziomie wizyt, ponad wymagany minimalny poziom 60 000 odsłon.

3. Deklarujemy, że liczba unikalnych użytkowników, którzy zobaczą reklamę kampanii na portalu Facebook wyniesie ponad wymagany minimalny poziom 2 000 000 odbiorców.
4. Oświadczamy, że na potrzeby realizacji zamówienia będziemy dysponowali następującymi osobami, posiadającymi wymagane doświadczenie zawodowe:

1	Projekt manager	Co najmniej trzyletnie doświadczenia zawodowe na stanowisku związanym z marketingiem online, realizacją kampanii 360 stopni, realizacją kampanii w mediach społecznościowych oraz na kanale YouTube.	Tak / Nie ¹
2	Grafik	Co najmniej trzyletnie doświadczenie w przygotowaniu grafik komputerowych i tworzeniu key visual	Tak / Nie ¹

5. Oświadczam(-y), że:

- 1) Zapoznaliśmy się z warunkami podanymi przez Zamawiającego w Zapytaniu ofertowym i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń.
- 2) Uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia, a także akceptujemy istotne postanowienia umowy oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.
- 3) Posiadam(-y) kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej objętej przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
- 4) Znajduję(-emy) się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia.
- 5) Wypełniłem(-liśmy) 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.
- 6) W przypadku udzielenia nam zamówienia zobowiązujemy się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.

....., dn.

.....

(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

¹ Należy udzielić odpowiedzi poprzez skreślenie odpowiedniego słowa.

Załącznik Nr 3

.....
 pełna nazwa/firma, adres Wykonawcy/
 Wykonawców wspólnie ubiegających się
 o udzielenie zamówienia

Wykaz usług

**Przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata
 „Złotego Certyfikatu POT 2019” –
 Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach**

L.p.	Przedmiot wykonanej/ wykonywanej usługi	Data wykonania/ wykonywania usługi	Podmioty, na rzecz których usługi zostały wykonane/ są wykonywane	Wartość wykonanej/ wykonywanej usługi brutto [PLN]
1.				
2.				
3.				
...				

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

Załącznik Nr 4

Wzór Umowy Umowa/...../...../2021

zawarta dnia r. w Warszawie pomiędzy:

Polską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Warszawie, ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, NIP: 525 21 50 196, REGON 016213775, działającą na podstawie ustawy z dnia 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz.U. z 2018 r., poz. 563), reprezentowaną przez:

1.,
2.,

zwaną dalej „**Zamawiającym**”,

a

....., reprezentowaną przez:

zwaną dalej „**Wykonawcą**”,

przy czym Zamawiający i Wykonawca zwani są łącznie w dalszej części Umowy „Stronami”, a każdy z nich z osobna zwany jest dalej „Stroną”,

zwana dalej „**Umową**”.

Strony oświadczają, że umowa została zawarta z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019, z późn. zm.), a contrario art. 2 ust.1 pkt. 1 tej ustawy.

Definicje

1. **Materiały Źródłowe** – wszelkie materiały niezbędne do przygotowania i wyprodukowania Materiałów Promocyjnych, wykorzystywanych w Kampanii;
2. **Materiały Promocyjne** – materiały przygotowane przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego, wykorzystywane do realizacji Kampanii;
3. **Kampania** - efektywnościowa kampania promująca laureata Złotego Certyfikatu POT 2019, którym jest Zabytkowa Kopalnia Srebra w Tarnowskich Górach w kanale Google Ads (również w formie mobilnej), a także przeprowadzenie kampanii w social mediach, takich jak fanpage Polskiej Organizacji Turystycznej na Facebooku oraz Instagram Polskiej Organizacji Turystycznej, w ramach której to Kampanii zostanie przeprowadzony konkurs na Facebooku dotyczący Złotego Certyfikatu POT 2019.

§ 1. Przedmiot i cel Umowy

1. Przedmiotem Umowy jest przygotowanie i realizacja kampanii promującej laureata „Złotego Certyfikatu POT 2019” – Zabytkową Kopalnię Srebra w Tarnowskich Górach. Przedmiot Umowy został określony w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy (dalej jako: SOPZ) oraz w Ofercie Wykonawcy stanowiącej Załącznik nr 2 do Umowy (dalej: Oferta Wykonawcy).
2. W razie sprzeczności między treścią SOPZ, a treścią Oferty Wykonawcy, pierwszeństwo mają zapisy SOPZ. Szczegółowe zasady dotyczące przeprowadzenia Kampanii, w tym zasady przeprowadzenia konkursu na Facebooku, jak i regulamin tego konkursu zostaną uzgodnione z Zamawiającym.
3. Natężenie działań w ramach kampanii będzie uzależnione od potrzeb Zamawiającego oraz bieżącej sytuacji epidemicznej związanej z ograniczoną przepustowością Zabytkowej Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach. W przypadku gdy Kopalnia będzie zamknięta całkowicie dla turystów ze względu na obostrzenia związane z pandemią COVID 19 lub będzie działać jedynie w zakresie mniejszym niż 50% normalnych możliwości, wówczas Wykonawca, na polecenie Zamawiającego, ograniczy na ten czas prowadzenie Kampanii.

§ 2. Obowiązki Wykonawcy

1. Wykonawca zapewni odpowiednią jakość usług gwarantującą należyte wykonanie Przedmiotu Umowy opisanego w § 1 Umowy. Wykonawca zobowiązany jest do ustanowienia osoby koordynującej wszystkie działania w czasie realizacji Umowy.
2. Wykonawca oraz Zamawiający, każdy w swoim zakresie, dołożą należytej staranności przy realizacji niniejszej Umowy, wzajemnie informując się o wynikłych problemach.
3. Przedmiot Umowy będzie realizowany przez Wykonawcę zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem realizacji Umowy, o którym mowa w § 4 ust. 3 Umowy.
4. Wykonawca zobowiązuje się do osiągnięcia w czasie obowiązywania niniejszej Umowy wskaźników sukcesu, przez które Strony rozumieją:
 - a) osiągnięcie liczby odsłon wszystkich kreacji co najmniej 10 000 000 w Google ADS, przy założeniu, że jeden odbiorca zobaczy reklamę maksymalnie 3 razy (capping = 3) i nie mniej niż 60% reklam będzie emitowanych above the fold (w części strony, którą widać bezpośrednio po załadowaniu w przeglądarce), rozumianych jako ilość odsłon reklamy,
 - b) ilość wizyt użytkowników na zaprojektowanym Landing Page w liczbie minimum (zgodnie z ofertą Wykonawcy.), rozumianej jako ilość wejść na stronę Landing page,
 - c) ilość zasięgu w kanale Facebook w liczbie minimum (zgodnie z ofertą Wykonawcy), rozumianej jako dotarcie reklamy do użytkowników (grupy docelowej).
5. Wykonawca przygotowuje dedykowane dla kampanii konto Google Ads, które połączy z kontem Menedżera Zamawiającego (MCK) w celu weryfikacji i kontroli optymalizacji przez Zamawiającego.

6. Wykonawca zdefiniuje zdarzenia i zaimplementuje kody trackingowe do mierzenia efektywności kampanii na stronie docelowej, na którą będzie kierowany ruch z kampanii. Wykonawca otrzyma dostęp do widoku w Google Analytics Zamawiającego, w którym będzie mógł śledzić i raportować efekty kampanii.
7. Wykonawca w ramach wynagrodzenia określonego w § 5 ust. 1 Umowy, przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do wszelkich Materiałów Promocyjnych wytworzonych przez Wykonawcę w ramach realizacji niniejszej Umowy, jak również udziela Zamawiającemu wyłącznej 10-letniej licencji, bez ograniczeń terytorialnych i czasowych, do Materiałów Źródłowych, a w szczególności utworów, treści, zdjęć i wizerunków, filmów oraz pozostałych elementów niezbędnych do prowadzenia Kampanii, itp.

§ 3. Współpraca Stron przy realizacji Umowy

1. Strony wyznaczają następujące osoby, odpowiedzialne za koordynację prac, będących Przedmiotem Umowy, uprawnione do kontaktów w tym zakresie oraz do odbioru Przedmiotu Umowy, jak również do kontaktów roboczych:
 - a) ze strony Zamawiającego:
 - b) ze strony Wykonawcy:
2. Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym. Wykonawca winien sprostać żądaniu Zamawiającego w terminie 1 dnia od daty przedstawienia Wykonawcy przedmiotowego żądania pocztą elektroniczną. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1 nie stanowi zmiany niniejszej Umowy i nie wymaga zawarcia aneksu.
3. Akceptacja wersji końcowej Materiałów Promocyjnych, a w szczególności Materiałów Promocyjnych przeznaczonych do publikacji/ emisji, należy do Zamawiającego. Wszelkie poprawki i zmiany do przekazanego przez Wykonawcę Materiału Promocyjnego, Zamawiający będzie wnosił jak najszybciej, jednakże w terminie nie dłuższym niż 4 dni robocze od dnia otrzymania propozycji Materiału Promocyjnego. Wnoszenie uwag dokonywane będzie w formie pisemnej lub mailowej wedle wyboru Stron. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego (tj. nie później niż w ciągu 24 godziny), a w kwestiach bardziej skomplikowanych nie później niż w terminie 48 godzin, udzielenia odpowiedzi Zamawiającemu oraz do wprowadzenia stosownych poprawek – w tej samej formie, w jakiej nastąpiło zgłoszenie uwag.
4. Zamawiający ma prawo zażądać zmian i poprawek także w zatwierdzonych Materiałach Promocyjnych, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1 Umowy.

§ 4. Termin realizacji Umowy

1. Kampania będzie realizowana w okresie 4 miesięcy od daty podpisania umowy, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Z uwagi na to, że Umowa zostaje zawarta w czasie trwania pandemii COVID-19, Zamawiający potwierdzi dokładny czas rozpoczęcia Kampanii, stosując odpowiednio postanowienia § 4 ust. 3 Umowy, przy czym czas trwania Kampanii to 4 miesiące.

Rozpoczęcie Kampanii będzie zależało od aktualnych wytycznych polskiego rządu wynikających z oceny bieżącej sytuacji epidemiologicznej.

3. W terminie 7 dni roboczych od daty zawarcia Umowy, Wykonawca zobowiązuje się przedstawić harmonogram realizacji Umowy w postaci prezentacji power point, uwzględniający termin realizacji działań online wskazany w SOPZ. Zamawiający ma 4 dni robocze od dnia przedłożenia mu harmonogramu na zgłoszenie do niego uwag, a Wykonawca jest zobowiązany do uwzględnienia uwag Zamawiającego w ciągu 2 dni roboczych od dnia ich otrzymania.
4. 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 § 4 ust. 3 Umowy, w trybie przewidzianym w postanowieniach Umowy. Ewentualne zmiany w harmonogramie Kampanii i media planie Kampanii (w tym również z powodu zaistnienia sytuacji opisanej w § 1 ust. 3 Umowy) zaakceptowane przez każdą ze Stron, nie będą wymagały sporządzenia aneksu do Umowy.
5. Ewentualne zmiany wprowadzone w harmonogramie Kampanii zgodnie z trybem opisanym w ust. 4 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.
6. Potwierdzeniem należytego wykonania Przedmiotu Umowy będzie podpisany bez zastrzeżeń przez przedstawiciela każdej ze Stron protokół odbioru zrealizowanych prac. Poza sporządzeniem protokołu, o którym mowa w zdaniu pierwszym, Strony podpiszą protokół odbioru po przygotowaniu przez Wykonawcę Landing Page (podpisanie przez obie Strony bez zastrzeżeń tego protokołu będzie stanowić podstawę do wypłaty pierwszej części wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 2 lit. a Umowy) oraz po osiągnięciu przez Wykonawcę 20% wskaźników, o których mowa w § 2 ust 4. Umowy (podpisanie przez obie Strony bez zastrzeżeń tego protokołu będzie stanowić podstawę do wypłaty drugiej części wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 2 lit. b Umowy). Wzór protokołu stanowi Załącznik nr 3 do Umowy.
7. W rozumieniu Umowy dni robocze to dni tygodnia od poniedziałku do piątku, za wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.

§ 5. Wynagrodzenie

1. Za prawidłowe wykonanie całości Przedmiotu Umowy Wykonawcy przysługuje wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości zł brutto (słownie:.....).
2. Wypłacenie wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu, nastąpi w trzech częściach:
 - a) pierwsza część, w wysokości 20% kwoty, o której mowa w ust. 1 powyżej (tj.- słownie: wraz z podatkiem VAT) będzie wypłacona po przygotowaniu przez wykonawcę Landing Page.

- b) druga część, w wysokości 20% kwoty, o której mowa w ust. 1 powyżej (tj.- słownie: wraz z podatkiem VAT) będzie wypłacona po osiągnięciu przez Wykonawcę 20% wskaźników, o których mowa w § 2 ust 4. Umowy;
- c) trzecia część, w wysokości 60% kwoty, o której mowa w ust. 1. powyżej (tj.....- słownie: wraz z podatkiem VAT), będzie wypłacona po zakończeniu całej kampanii promocyjnej online oraz po przedstawieniu przez Wykonawcę i po zaakceptowaniu przez przedstawiciela Zamawiającego raportu końcowego z wykonania Umowy w tym osiągnięciu wskaźników sukcesu, zadeklarowanych w Ofercie Wykonawcy.
3. Suma faktur częściowych nie może przekroczyć kwoty, o której mowa w ust. 1 powyżej.
 4. Każda część wynagrodzenia zostanie zapłacona na podstawie faktury wystawionej po podpisaniu bez zastrzeżeń przez przedstawiciela każdej ze Stron protokołu odbioru zrealizowanych prac, w terminie 14 dni od daty otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury.
 5. Wykonawca nie może zbywać na rzecz osób trzecich wierzytelności 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. Prawa autorskie

1. Wykonawca oświadcza, że posiada autorskie prawa majątkowe do wszelkich Materiałów Źródłowych, wchodzących w skład powstałych w wyniku realizacji Umowy Utworów, w tym Materiałów Promocyjnych (dalej: „Utwór lub Utwory”), wyprodukowanych i wykorzystywanych do realizacji Przedmiotu Umowy.
2. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że prawidłowo nabył majątkowe prawa autorskie oraz że zakres nabycia przez niego autorskich praw majątkowych jest wystarczający do zawarcia i realizacji niniejszej Umowy oraz że zawarcie niniejszej Umowy nie narusza praw osób trzecich.

3. Na wszystkie Materiały Źródłowe, które zostaną wykorzystane do przygotowania Utworów, na potrzeby realizacji Przedmiotu Umowy, Wykonawca udziela Zamawiającemu 10 letnią licencję wyłączną, bez ograniczeń czasowych i terytorialnych na ich używanie, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 niniejszej Umowy. W szczególności powyższa licencja dotyczy zdjęć, filmów, dźwięków, utworów muzycznych i innych Materiałów Źródłowych użytych do wykonania Utworów. Udzielenie licencji, o której mowa powyżej, obejmuje wszystkie pola eksploatacji aktualnie istniejące, a w szczególności następujące pola eksploatacji:
 - a) wszelkie utrwalanie i zwielokrotnianie utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie egzemplarzy, 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 i pamięci;
 - b) wszelki obrót oryginałem i egzemplarzami utworów wytworzonymi zgodnie z literą a) niniejszego ustępu - wprowadzanie ich do obrotu, najem, użyczenie lub oddawanie do używania na podstawie innego stosunku prawnego;
 - c) wszelkie inne rozpowszechnianie utworów, w tym w szczególności:
 - 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 jakiegokolwiek technice, systemie lub formacie, z lub bez możliwości zapisu,
 - wszelkie publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, wykonywanie, wystawianie.
4. Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do wykonanych w ramach niniejszej Umowy Utworów, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2019 r., poz. 1231, z późn. zm.), w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 niniejszej Umowy, bez ograniczeń czasowych i terytorialnych.
5. Przeniesienie praw, o których mowa w ust. 4, obejmuje wszystkie aktualnie istniejące pola eksploatacji, a w szczególności następujące pola eksploatacji:
 - a) wszelkie utrwalanie i zwielokrotnianie utworów (w tym wprowadzanie do pamięci komputera lub innego urządzenia), wytwarzanie egzemplarzy, 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 i pamięci;
- b) wszelki obrót oryginałem i egzemplarzami utworów wytworzonymi zgodnie z literą a) niniejszego ustępu - wprowadzanie ich do obrotu, najem, użyczenie lub oddawanie do używania na podstawie innego stosunku prawnego;
- c) wszelkie inne rozpowszechnianie utworów, w tym w szczególności:
- 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 jakiegokolwiek technice, systemie lub formacie, z lub bez możliwości zapisu,
 - wszelkie publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, wykonywanie, wystawianie.
6. Udzielenie Zamawiającemu licencji do Materiałów Źródłowych oraz przeniesienie na Zamawiającego majątkowych praw autorskich do Utworów następuje z chwilą wydania Zamawiającemu danego utworu (Materiału Źródłowego lub Utworu), w przypadku braku obowiązku uzyskania akceptacji od Zamawiającego.
7. Wykonawca oświadcza, że jego prawa do Utworów, stworzonych przez Wykonawcę oraz Materiałów Źródłowych, do których autorskie prawa majątkowe zostały nabyte, nie są i nie będą ograniczone w zakresie niezbędnym do wykonania niniejszej Umowy. Ponadto Wykonawca zapewnia, iż do dnia zawarcia niniejszej Umowy nie zaciągnął jakichkolwiek zobowiązań, które ograniczyłyby lub wyłączały prawo Wykonawcy do przeniesienia przysługujących mu praw na Zamawiającego.
8. Wykonawca oświadcza, że Utwory stworzone na rzecz Kampanii lub Materiały Źródłowe, do których jakiegokolwiek prawa zostały lub zostaną nabyte celem realizacji niniejszej Umowy, nie naruszają praw autorskich osób trzecich, uprawnień jakichkolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, przepisów ustawy z 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 Utworów lub Materiałów Źródłowych.
9. W razie wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami, skierowanymi do Zamawiającego z tytułu naruszenia majątkowych praw autorskich lub innych opisanych powyżej 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.

10. W przypadku wystąpienia na drodze sądowej przez osoby trzecie z roszczeniami wobec Zamawiającego, wynikającymi z ewentualnych naruszeń praw autorskich, zarówno majątkowych jak i osobistych, naruszenia praw jakichkolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, wszelkich innych roszczeń związanych z przedmiotem Umowy, Wykonawca zobowiązuje się do podjęcia na swój koszt wszelkich kroków prawnych, zapewniających Zamawiającemu należytą ochronę przez takimi roszczeniami. W szczególności zobowiązuje się 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.
11. Wykonawca w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy, przenosi na Zamawiającego wraz z majątkowymi prawami autorskimi z Utworów, prawa do wykonywania i wyrażania zgody na wykonywanie zależnych praw autorskich, o których mowa w art. 2 i art. 46 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w tym między innymi prawo tworzenia utworów zależnych i dokonywania zmian w Utworach i ma prawo do udzielania licencji.
12. 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. 5 powyżej.
13. Strony potwierdzają, że wszelkie nabyte przez Zamawiającego na podstawie Umowy majątkowe prawa autorskie do Utworów oraz Materiałów Źródłowych, mogą zostać przeniesione na dowolną osobę trzecią, wyznaczoną przez Zamawiającego.
14. 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 z Utworów oraz licencji do Materiałów Źródłowych.
15. Wykonawca ma prawo pozostawić u siebie utrwalony Utwór jedynie do celów własnej dokumentacji i prezentacji własnych dokonań, wyłącznie za zgodą Zamawiającego, wyrażoną na piśmie pod rygorem nieważności.

§ 7. Kary umowne

1. Zamawiający naliczy, w razie nieosiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych w Ofercie Wykonawcy wskaźników sukcesu, o których mowa w § 2 ust. 4 Umowy, z końcem upływu terminu, o którym mowa w § 4 ust. 1 Umowy, karę umowną w wysokości:

- a. 20% wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust.1 Umowy – w przypadku niespełnienia wskaźnika sukcesu, o którym mowa w § 2 ust.4 lit. a,
 - b. 20% wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust.1 Umowy – w przypadku niespełnienia wskaźnika sukcesu, o którym mowa w § 2 ust.4 lit. b,
 - c. 10 % wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust.1 Umowy - w przypadku niespełnienia wskaźnika sukcesu, o którym mowa w § 2 ust.4 lit. c.
2. Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umowną w wysokości 15 % wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust. 1 Umowy, w przypadku nie przeprowadzenia przez Wykonawcę na Facebooku konkursu, o którym mowa w SOPZ.. W przypadku opóźnienia w rozpoczęciu czy też zakończeniu konkursu na Facebooku, Zamawiający ma prawo naliczyć karę umowną w wysokości 1 % wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust. 1 Umowy, za każdy rozpoczęty dzień zwłoki.
 3. Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umowną w wysokości 10% wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust.1 Umowy w przypadku braku zapewnienia nagród, w tym zakupu innych nagród niż te, o których mowa w SOPZ.
 4. W przypadku zwłoki w realizacji Kampanii Zamawiający ma prawo naliczyć karę umowną w wysokości 1 % wynagrodzenia brutto, określonego w § 5 ust.1 Umowy, za każdy rozpoczęty dzień zwłoki.
 5. W przypadku nieprzygotowania dedykowanego dla kampanii konta Google Ads, o którym mowa w § 2 ust. 5 Umowy, Wykonawca zobowiązany będzie do zapłacenia kary umownej w wysokości 30% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.
 6. W przypadku nieumieszczenia kodów trackingowych do mierzenia efektywności kampanii, o których mowa w § 2 ust. 6 Umowy, Wykonawca zobowiązany będzie do zapłacenia kary umownej w wysokości 15% maksymalnego wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.
 7. Za odstąpienie od Umowy przez którąkolwiek ze Stron, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 50% kwoty brutto, o której mowa w § 5 ust.1 Umowy.
 8. Zapłata kary lub kar umownych, jak również ich potrącenie przez Zamawiającego, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku 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. Łączna maksymalna wysokość kar umownych nie może przekroczyć 50 % kwoty łącznego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy.

§ 8. Warunki odstąpienia od Umowy lub wypowiedzenia 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 lub w interesie Zamawiającego, lub gdy z przyczyn niezależnych od Zamawiającego dalsze wykonywanie Umowy stało się dla Zamawiającego niecelowe lub nie przynosi wymiernych wyników oczekiwanych przez Zamawiającego, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia niniejszej Umowy;
 - b) gdy Wykonawca nie będzie realizował niniejszej Umowy przez okres dłuższy niż 7 dni kalendarzowych;
 - c) gdy Wykonawca naruszy którekolwiek ze swoich zobowiązań, o których mowa w § 11 ust. 4 Umowy.
2. 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.
 3. Odstąpienie od Umowy nie ogranicza prawa Zamawiającego do żądania od Wykonawcy zapłaty kar umownych.
 4. Zamawiający może w każdym czasie rozwiązać Umowę za 14-dniowym wypowiedzeniem złożonym Wykonawcy w formie pisemnej; oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy nie musi wskazywać przyczyny wypowiedzenia.

§ 9. Ochrona danych osobowych RODO

1. 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:
 - a) 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).
 - b) we wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem Państwa danych osobowych przez POT można kontaktować się z wyznaczonym inspektorem ochrony danych:
 - mailowo: dpo@pot.gov.pl lub
 - listownie na adres korespondencyjny administratora: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, XIX piętro, 00-613 Warszawa.
 - c) Państwa dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) RODO w celu realizacji powyższej Umowy, której celem jest przeprowadzenia kampanii promocyjnej online promującej laureata Złotego Certyfikatu w konkursie na „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT 2019“.
 - d) 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. 2019, poz. 1429, z późn. zm.).

- e) Państwa dane osobowe będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji Umowy, a po tym czasie przez okres oraz w zakresie wymaganym przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa,
 - f) w odniesieniu do Państwa danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO.
 - g) 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 dotyczących
 - 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 RODO.
 - 4) prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uznają Państwo, że przetwarzanie danych osobowych Państwa dotyczących narusza przepisy RODO.
 - h) nie przysługuje Państwu:
 - 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.
2. Polska Organizacja Turystyczna wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych pracowników wskazanych do kontaktów, jak w § 3 ust. 1 Umowy, dla celów związanych z realizacją Umowy, a także oświadcza, że otrzymała zgodę od każdego pracownika na przekazanie jego danych osobowych, dla wskazanych wyżej celów.
3. Udzielone na mocy niniejszej Umowy, zgody na przetwarzanie danych osobowych oraz wysyłania informacji związanej z realizacją Umowy drogą elektroniczną, zawarte w § 8 ust 1 i 2 powyżej, udzielone są do czasu zakończenia realizacji przedmiotu Umowy określonego w §1.

§ 10 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 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 powyżej, Wykonawca powinien zobowiązać te podmioty do zachowania ich w tajemnicy na warunkach określonych w Umowie.

§ 11 Postanowienia końcowe

1. Wszelkie spory wynikłe z realizacji niniejszej Umowy rozpatrywane będą przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
2. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej, pod rygorem nieważności, z zastrzeżeniem § 3 ust. 2 oraz § 4 ust. 2 Umowy.
3. Gdyby jakiegokolwiek 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.
4. 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.
5. Strony niniejszej Umowy nie odpowiadają finansowo za szkody lub skutki niewykonania albo nienależytego wykonania zobowiązań, które są następstwem zdarzeń losowych takich, jak np. działania sił przyrody (np. powodzie, trzęsienia ziemi, huragany), zaburzenia życia zbiorowego (działania wojenne, zamieszki wewnętrzne, strajk generalny lub obejmujący znaczną część kraju, bojkot o zasięgi ogólnokrajowym, awarie środków transportu i urządzeń, blokady, epidemie) akty władzy państwowej (stan wyjątkowy lub nadzwyczajny oraz inne akty władzy ustawodawczej lub administracyjnej, które czynią niemożliwym wykonanie danego zobowiązania), lub podobnych okoliczności o charakterze siły wyższej, które uniemożliwiły należyte wykonanie zobowiązań danej Strony z niniejszej Umowy.
6. Strona, która w związku z wystąpieniem zdarzenia losowego, o którym mowa w ust. 5 powyżej, nie może wywiązać się ze swojej części Umowy, zobowiązana jest zawiadomić o powyższym drugą Stronę Umowy bez zbędnej zwłoki, licząc od chwili, w której dowiedziała się o wystąpieniu tego zdarzenia losowego.
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.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

Załącznik Nr 3 do umowy – wzór protokołu odbioru

CZĘŚCIOWEGO/KOŃCOWEGO*

Niniejszym stwierdzam, że I/II/III* część przedmiotu umowy nr z dn. została przekazana w dniu do odbioru.

Nie zgłaszam zastrzeżeń do jakości wykonanej pracy, traktując powyższą pracę jako wykonaną.

Warunki usunięcia wad: Nie dotyczy

Sprawdzono pod względem merytorycznym:

.....
Podpis przyjmującego

Warszawa, r.
Miejscowość, data

Oświadczenie o ewentualnym uznaniu za usprawiedliwione opóźnienie w wykonaniu przedmiotu umowy: Nie dotyczy

Akceptacja:

.....
Podpis Zamawiającego

.....
Podpis Wykonawcy

*niepotrzebne skreślić