



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Numer postępowania: 83/11

Specyfikacja istotnych warunków zamówienia

PRZETARG NIEOGRANICZONY

Przedmiot:

***Zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej
w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na
rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012***

Warszawa, 15 grudnia 2011 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
www.pot.gov.pl



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Specyfikacja istotnych warunków zamówienia zawiera:

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

Załączniki do SIWZ:

- | | |
|----------------|---|
| Załącznik nr 1 | Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia. |
| Załącznik nr 2 | Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu. |
| Załącznik nr 3 | Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia. |
| Załącznik nr 4 | Formularz ofertowy. |
| Załącznik nr 5 | Wykaz usług. |
| Załącznik nr 6 | Istotne postanowienia umowy. |
| Załącznik nr 7 | Wykaz osób. |
| Załącznik nr 8 | Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020. |



I. NAZWA (FIRMA) ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO.

Polska Organizacja Turystyczna (POT)

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

a) Adres Zamawiającego: ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa

b) Fax: +48 22 5367004

c) www.pot.gov.pl e-mail: pot@pot.gov.pl

d) REGON: 016213775

e) NIP: 525-21-50-196

II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA.

Postępowanie prowadzone jest na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759, z późn. zm.), zwanej dalej „Ustawą Pzp”, w trybie przetargu nieograniczonego dla usług o wartości zamówienia przekraczającej kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 pzp (tj. 125 000 EURO).

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.

1. Przedmiotem umowy jest Zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012.
2. Zadanie jest współfinansowane w ramach projektu Promujmy Polskę Razem, działanie 6.3 Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013.
3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera **załącznik nr 1 do SIWZ**.
4. Kod Wspólnego Słownika Zamówień Publicznych (CPV): **79341400-0** – usługi prowadzenia kampanii reklamowych, **79342200-5** – usługi w zakresie promocji, **79340000-9** - usługi reklamowe i marketingowe, **79341000-6** - usługi reklamowe.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych, wymagane jest złożenie oferty na całość zamówienia.
6. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
7. Zamawiający **przewiduje** możliwość udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust.1 pkt 6 ustawy Pzp o wartości nie większej niż 50 % zamówienia podstawowego.
8. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.
9. Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.
10. Rozliczenia z wykonawcą dokonywane będą w PLN.
11. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu, z zastrzeżeniem art. 93 ust. 4 ustawy.
12. Zamawiający nie ogranicza możliwości ubiegania się o zamówienie publiczne tylko dla wykonawców, u których ponad 50% pracowników stanowią osoby niepełnosprawne.



13. Na podstawie art. 36 ust. 4 ustawy Wykonawca **jest zobowiązany** umieścić w składanej ofercie informację o części zamówienia, którą zamierza powierzyć podwykonawcom. Zamawiający nie zastrzega żadnej części zamówienia, która nie może być powierzona podwykonawcom.

IV. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Przedmiot zamówienia będzie wykonywany od dnia podpisania umowy do **31 października 2012 r.** zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem działań. Rozpoczęcie realizacji kampanii (emisje w mediach) przewidziane jest na I kwartał 2012 r., w przypadku opóźnień wynikających z przedłużającej się procedury przetargowej termin rozpoczęcia zostanie przesunięty. Zakończenie kampanii przewidziane jest na koniec III kwartału 2012 r.

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

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące:
 - 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania.
 - 2) spełniają warunek określony w art. 22 ust. 1 pkt 2 ustawy, dotyczący posiadania wiedzy i doświadczenia. Zamawiający uzna ww. warunek za spełniony, jeżeli wykonawca wykaże, że: w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert (a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie), wykonał usługi polegające na planowaniu i zakupie mediów w co najmniej 3 różnych państwach europejskich wymienionych jako rynki docelowe przez Zamawiającego. Zakup mediów o wartości przynajmniej 1 milion złotych brutto na każdym rynku.
 - 3) spełniają warunek określony w art. 22 ust. 1 pkt 3 ustawy, dotyczący dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia. Zamawiający uzna ww. warunek za spełniony, jeżeli wykonawca wykaże, że do celów realizacji kampanii na rzecz Zamawiającego dysponuje lub będzie dysponował niżej wymienionymi zasobami personalnymi umożliwiającymi realizację zamówienia. Doświadczenie osób powinno zostać potwierdzone listą zrealizowanych projektów w ostatnim roku.
 - a) **co najmniej jedna osoba** specjalizującą się w tworzeniu **strategii on-line**, z co najmniej 3 letnim doświadczeniem na rynkach zagranicznych,
 - b) **co najmniej jedna osoba posiadająca** co najmniej trzyletnie doświadczenie w **planowaniu i zakupie mediów internetowych na rynkach zagranicznych**, szczególnie na rynkach wskazanych do kampanii,



- c) **co najmniej jeden zespół kreatywny/interactive** (min. 2 osoby) specjalizującym się w realizacji projektów internetowych (tworzenie i produkcja landing pages, formatów display, rich media, wideo, itp.),
 - d) **co najmniej jedna osoba** wyspecjalizowaną w prowadzeniu **kampanii w wyszukiwarkach (SEM)** z co najmniej 3 letnim doświadczeniem w prowadzeniu kampanii za granicą,
 - e) **co najmniej jedna osoba** specjalizującą się w **optymalizacji stron pod kątem wyszukiwarek (SEO)**,
 - f) na każdym z rynków objętych kampanią **co najmniej jedną osobę** posługującą się natywnie językiem rynku (**copywriter**) posiadającą co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu lub zabezpieczy tworzenie reklam w natywnym języku rynku przez podmiot trzeci, posiadający co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu na danym rynku,
 - g) **co najmniej jedna osoba** z 2 letnim doświadczeniem **Community Managera** biegle posługującego się językiem angielskim do prowadzenia i moderowania komunikacji w mediach społecznościowych – o ile w założonej strategii ten kanał komunikacji został przewidziany,
 - h) **co najmniej jedna osoba** na stanowisku **Project Managera** z co najmniej 3 letnim doświadczeniem w prowadzeniu projektów internetowych z budżetem powyżej 1,5 mln. złotych.
- 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej.
2. Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia.
 3. W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia przynajmniej jeden z wykonawców lub wszyscy wykonawcy łącznie muszą spełniać warunki określone w ust. 1.
 4. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy co do których brak jest podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia. W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia w stosunku do żadnego z wykonawców nie może być podstaw do wykluczenia.
 5. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie dokonywana w oparciu o przedłożone przez wykonawców dokumenty i oświadczenia, o których mowa w pkt VI, **na zasadzie spełnia/nie spełnia**.



VI. WYKAZ OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIENIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU.

1. W celu potwierdzenia spełniania przez wykonawcę warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:
 - 1) oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy. Wzór oświadczenia stanowi **załącznik 2 do SIWZ**.
 - 2) wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych usług w zakresie niezbędnym do wykazania spełniania warunku wiedzy i doświadczenia w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców oraz załączenia dokumentów potwierdzających, że usługi te zostały wykonane lub są wykonywane należycie. Przedłożone dokumenty muszą potwierdzać w sposób bezsporny spełnienie warunku określonego w ust. V, pkt 1 ppkt 2). Wzór wykazu stanowi **załącznik 5 do SIWZ**.
 - 3) wykaz osób, które będą realizować przedmiotowe zamówienie, zawierający informację o podstawie dysponowania tymi osobami wraz z informacją na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia, wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności. Przedłożony dokument musi potwierdzać w sposób bezsporny spełnienie warunku określonego w ust. V, pkt 1 ppkt 3). Wzór wykazu stanowi **załącznik nr 7 do SIWZ**.

W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia ww. oświadczenie składa przynajmniej jeden z wykonawców lub wszyscy Wykonawcy łącznie.

2. W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia wykonawcy w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:
 - 1) oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania. Wzór oświadczenia stanowi załącznik 3 do niniejszej SIWZ;
 - 2) aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenia w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy;
 - 3) aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzającego, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu – wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;



- 4) aktualne zaświadczenie właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzające, że wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne, lub potwierdzenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu – wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;
- 5) aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4-8 ustawy, wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
- 6) aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 9 ustawy, wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia ww. dokumenty i oświadczenie - składa każdy z wykonawców oddzielnie.

3. Jeżeli, w przypadku wykonawcy mającego siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, osoby, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 5-8 ustawy, mają miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, wykonawca składa w odniesieniu do nich zaświadczenie właściwego organu sądowego albo administracyjnego miejsca zamieszkania dotyczące niekaralności tych osób w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 5-8 ustawy, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, z tym że w przypadku gdy w miejscu zamieszkania tych osób nie wydaje się takich zaświadczeń - zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego miejsca zamieszkania tych osób.
4. Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu, o którym mowa w ust. 2 pkt 2 – 4 i pkt 6, składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że:
 - a) nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości;
 - b) nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, albo, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
 - c) nie orzeczono wobec niego zakazu ubiegania się o zamówienie.
5. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu, o którym mowa w ust. 2 pkt 5) - składa zaświadczenie właściwego organu sądowego lub administracyjnego miejsca zamieszkania albo zamieszkania osoby, której dokumenty dotyczą, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4-8 ustawy.



6. Dokumenty, o których mowa w ust. 4 lit. a i c oraz ust. 5, powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert. Dokument, o którym mowa w ust. 4 lit. b powinien być wystawiony nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.
7. Jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w ust. 4 i 5, zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Przepis ust. 6 stosuje się odpowiednio.
8. Jeżeli wykonawca polega na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu zamówienia.

Uwaga: oświadczenia wymienione w ust. 1 pkt. 1 i ust. 2 pkt.1 należy złożyć w formie oryginału natomiast pozostałe dokumenty wymienione w ust. 1 i 2 należy złożyć w formie oryginału lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez wykonawcę.

W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku podmiotów, o których mowa w ust. 8, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio wykonawcy lub tych podmiotów są poświadczane za zgodność z oryginałem przez wykonawcę lub te podmioty

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

1. Z zastrzeżeniem wyjątków określonych w ustawie, wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje pomiędzy zamawiającym oraz wykonawcami będą przekazywane:
 - a) pisemnie na adres Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa, lub
 - b) faksem na numer +48 22 536 70 04, lub
 - c) drogą elektroniczną na adres e-mail: katarzyna.opasek@pot.gov.pl
2. Jeżeli zamawiający lub wykonawca będą przekazywać oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje faksem lub drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdzi fakt ich otrzymania.
3. Wykonawcy, którzy do dnia składania ofert nie złożą wymaganych przez zamawiającego oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w art. 25 ust. 1



ustawy, lub którzy nie złożyli pełnomocnictw, albo którzy złożyli wymagane przez zamawiającego oświadczenia i dokumenty, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy, zawierające błędy, lub którzy złożyli wadliwe pełnomocnictwa i zostaną wezwani na podstawie art. 26 ust. 3 ustawy do ich złożenia, powinni przesłać/złożyć w formie pisemnej ww. oświadczenia, dokumenty w formie oryginału lub kopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez osobę/osoby uprawnioną/uprawnione do reprezentowania wykonawcy lub pełnomocnictwa w formie oryginału wystawionego przez osoby uprawnione do reprezentacji wykonawcy lub kopii (odpisu) notarialnie poświadczonych, w terminie i do miejsca wskazanego w stosownym zawiadomieniu.

4. Wykonawca może zwracać się do zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający niezwłocznie udzieli wyjaśnień, nie później niż na 6 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynie do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.
5. Zamawiający przekaze treść wyjaśnienia jednocześnie wszystkim wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieści ją na stronie internetowej, bez ujawniania źródła zapytania.
6. W uzasadnionych przypadkach zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SIWZ. Dokonaną zmianę SIWZ Zamawiający przekaze niezwłocznie wszystkim wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieści na stronie internetowej. Każda wprowadzona zmiana staje się integralną częścią tej specyfikacji.
7. Osoba upoważniona do kontaktowania się z wykonawcami w godzinach **od 08.00 do 16.00 – Katarzyna Opasek- tel. 22 536 70 24.**

VIII. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM.

1. Składając ofertę każdy Wykonawca zobowiązany jest wnieść wadium.
2. Kwota wymaganego **wadium** wynosi: **34 000,00 zł** (trzydzieści cztery tysiące złotych).
3. Wadium musi zostać wniesione na cały okres terminu związania ofertą.
4. Wadium należy wnieść przed upływem terminu składania ofert.
5. Wadium należy wnieść w formach przewidzianych w art. 45 ust. 6 ustawy.
6. W przypadku wniesienia wadium w formie gwarancji bankowych lub ubezpieczeniowych, z treści tych gwarancji musi w szczególności jednoznacznie wynikać:
 - a) nieodwołalne i bezwarunkowe zobowiązanie gwaranta (banku, zakładu ubezpieczeń) do wypłaty zamawiającemu pełnej kwoty wadium w okolicznościach określonych w art. 46 ust 4a i 5 ustawy, na pierwsze pisemne żądanie zgłoszone przez zamawiającego w terminie związania ofertą,
 - b) termin obowiązywania gwarancji,
 - c) miejsce i termin zwrotu gwarancji.
7. Gwarancja bankowa, gwarancja ubezpieczeniowa, poręczenie bankowe oraz poręczenia innych instytucji winny zostać złożone w formie dokumentu oryginalnego.



8. Wadium w formie pieniężnej należy wnieść na rachunek bankowy Polskiej Organizacji Turystycznej, tj.:
**Bank Handlowy S.A. w Warszawie nr: 65 1030 1508 0000 0008 0291 9115,
z podaniem tytułu „WADIUM: Postępowanie nr 83/11 ”**
9. Wadium w formie pieniężnej (przelew) musi zostać zaksięgowane na rachunku Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert (dzień, godzina, minuta składania ofert).
10. Kserokopię potwierdzenia złożenia wadium w formie pieniężnej należy dołączyć do oferty.
11. W przypadku wadium wnoszonego w poręczeniu lub gwarancji, oryginał dokumentu należy złożyć osobno w kopercie zawierającej ofertę, włączając do oferty kopię dokumentu.
12. Nie wniesienie wadium w terminie określonym w niniejszej SIWZ spowoduje wykluczenie Wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy, a jego oferta zostanie uznana za odrzuconą.

IX. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ.

1. Wykonawca zgodnie z art. 85 ust.1 pkt 3 ustawy Pzp pozostanie związany ofertą przez okres **60 dni**.
2. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

X. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT.

1. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
2. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, oferty zostaną odrzucone na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 1 w związku z art. 82 ust. 1 ustawy.
3. Treść oferty musi odpowiadać treści SIWZ.
4. Wskazane jest, aby wszystkie zapisane, zadrukowane strony oferty były kolejno ponumerowane, złączone w sposób uniemożliwiający jej dekompletację.
5. Ofertę należy sporządzić **w języku polskim** na maszynie do pisania, komputerze lub inną trwałą i czytelną techniką biurową.
6. Wszelkie poprawki, zmiany lub wykreślenia w tekście oferty muszą być parafowane i datowane przez osobę upoważnioną do podpisywania oferty.
7. Oferta i oświadczenia muszą być podpisane przez osobę/osoby uprawnione do reprezentowania i składania oświadczeń woli w imieniu wykonawcy – zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.
8. Jeżeli upoważnienie do podpisywania oferty, oświadczeń, reprezentowania wykonawcy/wykonawców w postępowaniu i zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty wynika z pełnomocnictwa - winno być ono udzielone (podpisane) przez osobę /osoby uprawnione zgodnie z wpisem do właściwego rejestru, oraz dołączone do oferty. Pełnomocnictwo musi być złożone w formie oryginału lub kopii potwierdzonej notarialnie.



9. Zapis ustępu 8 stosuje się odpowiednio do dalszych pełnomocnictw.
10. Osoba/osoby podpisujące ofertę muszą być upoważnione do zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.
11. Wymagane w SIWZ dokumenty sporządzone w języku obcym, muszą być złożone wraz z tłumaczeniem na język polski.
12. Wszystkie strony oferty oraz wszystkie załączone oświadczenia, tłumaczenia i inne dokumenty, winny być parafowane przynajmniej przez jedną osobę upoważnioną do podpisania oferty. Dotyczy to zarówno oryginałów oświadczeń i dokumentów jak też ich poświadczonych za zgodność z oryginałem kserokopii.
13. Jeżeli według wykonawcy oferta będzie zawierała informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, dane te należy umieścić w oddzielnej kopercie wewnątrz oferty, opisaney: „Informacje będące tajemnicą przedsiębiorstwa” oraz wskazać numery stron stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa. W innym przypadku wszystkie informacje zawarte w ofercie będą uważane za ogólnie dostępne i mogą być udostępnione pozostałym wykonawcom razem z protokołem postępowania. Zastrzeżenie informacji, danych, dokumentów lub oświadczeń niestanowiących tajemnicy przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o nieuczciwej konkurencji powoduje ich odtajnienie.
14. Oferta winna zawierać wymagane dokumenty, załączniki, oświadczenia wymienione w niniejszej SIWZ.
15. Jeżeli oferta jest składana przez wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, wykonawcy ci ponoszą solidarną odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania.
16. Oferta wykonawców, którzy będą ubiegać się wspólnie o udzielenie zamówienia musi być podpisana w taki sposób, aby prawnie zobowiązywała wszystkich wykonawców występujących wspólnie.
17. W przypadku oferty składanej przez wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia do oferty musi być załączony dokument ustanawiający pełnomocnika wykonawców występujących wspólnie do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Pełnomocnictwo musi być złożone w formie oryginału lub notarialnie potwierdzonej kopii.
18. W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku podmiotów, o których mowa w rozdziale VI ust. 8, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio wykonawcy lub tych podmiotów są poświadczane za zgodność z oryginałem przez wykonawcę lub te podmioty.
19. Zaleca się opracowanie pierwszych stron oferty wg załączonego do SIWZ wzoru (**Załącznik nr 4 do SIWZ**). Niezastosowanie wzoru określonego **w załączniku nr 4** nie spowoduje odrzucenia oferty. Jednakże zamawiający wymaga, żeby w złożonej ofercie znalazły się wszystkie oświadczenia zawarte we wzorze oferty.
20. Oferta musi ponadto zawierać:



- A. Cenę brutto (za wykonanie całego przedmiotu zamówienia).
 - B. Koszt konwersji/wizyty (szacowany koszt pozyskania pojedynczej wizyty, koszt reklamy/szacowana ilość konwersji).
 - C. Gwarantowany koszt kliknięcia w reklamę (CPC).
 - D. Deklaracje wykorzystania w strategii promocji potencjału mediów społecznościowych do generowania ruchu na serwisach Zamawiającego oraz aktywizowania użytkowników.
 - E. Gwarantowany wzrost ruchu w serwisach.
 - F. Wypełniony formularz ofertowy –zgodnie z zapisami ust. 19 niniejszego Rozdziału.
 - G. Oświadczenia i dokumenty opisane w Rozdziale VI SIWZ.
 - H. Informację o podwykonawcach zgodnie z Rozdziałem III pkt 13 SIWZ.
21. Ofertę należy złożyć w zaklejonym, nienaruszonym opakowaniu w Polskiej Organizacji Turystycznej, ul Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa, XIX piętro, sekretariat.
 22. Opakowanie (koperta) z ofertą powinno być oznakowane w poniższy sposób:
 - a) opis zawartości koperty: **zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012. Nie otwierać przed 25 stycznia 2012 r.**
 - b) adresat: Polska Organizacja Turystyczna, ul Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa,
 - c) nadawca: nazwa, dokładny adres i numery telefonów wykonawcy (dopuszcza się odcisk pieczęci).
- UWAGA: Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za otwarcie oferty przed terminem w przypadku nieprawidłowego oznaczenia koperty.
23. Zgodnie z art. 84 ust. 1 ustawy wykonawca może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę. O wprowadzeniu zmian lub zamiarze wycofania oferty przed ostatecznym terminem składania ofert należy pisemnie zawiadomić zamawiającego.
 24. Zmiany do oferty należy umieścić w oddzielnej, zaklejonej i nienaruszonej kopercie z dopiskiem „ZMIANA”. Na kopercie musi znajdować się nazwa wykonawcy, dokładny adres i numer telefonu wykonawcy (dopuszcza się odcisk pieczęci).
 25. Wykonawca nie może wycofać oferty i wprowadzić zmian w ofercie po upływie ostatecznego terminu składania ofert.

XI. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT.

1. **Oferty należy składać w siedzibie zamawiającego:**
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00 – 613 Warszawa.
XIX piętro sekretariat
2. Termin składania ofert upływa w dniu **25 stycznia 2012 r. o godz. 12.00.**
3. Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie zamawiającego w dniu **25 stycznia 2012 r. o godz. 12.30** w Sali konferencyjnej: XIX piętro POT.



4. Otwarcie ofert jest jawne. Obecność wykonawców nie jest obowiązkowa.
5. Dokonując otwarcia ofert Zamawiający poda nazwy (firmy) oraz adresy wykonawców, a także informacje dotyczące ceny.

XII. OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY OFERTY.

1. Cena oferty winna obejmować wszystkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia.
2. Cena – wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę; w cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług oraz podatkiem akcyzowym.
3. Zamawiający wymaga, aby wszystkie ceny były podane z zaokrągleniem do dwóch miejsc po przecinku zgodnie z matematycznymi zasadami zaokrąglania tj.:
 - a) ułamek kończący się cyfrą od 1 do 4 zaokrąglić należy w dół,
 - b) ułamek kończący się cyfrą od 5 do 9 zaokrąglić należy w górę.

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

1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie się kierował następującymi kryteriami:

Lp.	Nazwa kryterium	Maksymalna liczba punktów
1	Cena	30
2	Skuteczność i efektywność kampanii	50
3	Wzrost ruchu w serwisach	20

2. Zamawiający dokona oceny złożonych ofert, zgodnie z następującymi zasadami:

- 1) Kryterium **cena** zostanie ocenione na podstawie podanej przez Wykonawcę w ofercie ceny brutto zamówienia. Ocena punktowa w ramach kryterium ceny zostanie dokonana zgodnie ze wzorem:

$$C = \frac{\text{Cena brutto oferty najtańszej}}{\text{Cena brutto oferty badanej}} \times 30 \text{ pkt,}$$

- 2) Kryterium **Skuteczność i efektywność kampanii** zostanie ocenione na podstawie sumarycznej wartości poniższych elementów składowych oceny (maksymalna liczba punktów - 50 pkt.):



- a. Koszt konwersji/wizyty (szacowany koszt pozyskania pojedynczej wizyty, koszt reklamy/szacowana ilość konwersji) Ocena punktowa w ramach kryterium ceny zostanie dokonana zgodnie ze wzorem (do uzyskania maks. 15 pkt:

$$K = \frac{K_k \text{ min}}{K_k \text{ badany}} \times 15 \text{ pkt},$$

- b. Gwarantowany koszt kliknięcia w reklamę (CPC) – 15 pkt.

$$CPC = \frac{\text{Cena brutto za kliknięcie z oferty najtańszej}}{\text{Cena brutto za kliknięcie z oferty badanej}} \times 15 \text{ pkt},$$

- c. Wykorzystanie w strategii promocji potencjału mediów społecznościowych do generowania ruchu na serwisach Zamawiającego oraz aktywizowania użytkowników - nie/tak odpowiednio oceniane:
nie - 0 pkt.
tak - 20 pkt.

- 3) Kryterium **Wzrost ruchu w serwisach** zostanie ocenione na podstawie:

- Wzrost ruchu gwarantowany na poziomie 2 000 000 wizyt z kampanii – 10 pkt.
- Wzrost ruchu gwarantowany na poziomie 2 250 000 wizyt z kampanii – 15 pkt.
- Wzrost ruchu gwarantowany na poziomie 2 500 000 wizyt z kampanii – 20 pkt.

3. Ofertą najkorzystniejszą będzie oferta, która uzyska łącznie ze wszystkich kryteriów najwyższą liczbę punktów.

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

- Wykonawcy biorący udział w postępowaniu zostaną powiadomieni o jego wynikach.
- Po zatwierdzeniu wyboru najkorzystniejszej oferty informacja o wyborze zostanie umieszczona na tablicy ogłoszeń i stronie internetowej zamawiającego.
- Zamawiający przystąpi do zawarcia umowy z wybranym wykonawcą w trybie art. 94 ustawy.
- Jeżeli zostanie wybrana oferta Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia, Wykonawcy zobowiązani są dostarczyć Zamawiającemu w terminie przez niego wyznaczonym umowę regulującą ich



współpracę. Umowa regulująca współpracę Wykonawców składających wspólnie ofertę powinna określać m.in.:

- 1) podmioty składające ofertę;
- 2) cel gospodarczy, dla którego została zawarta umowa;
- 3) zasady reprezentacji i prowadzenia spraw;
4. oznaczenie czasu trwania umowy (wymaga się, aby czas trwania umowy był nie krótszy niż okres realizacji zamówienia oraz okres gwarancji i/lub rękojmi).

XV. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY.

1. Zgodnie z art. 147 ustawy Zamawiający wymaga w niniejszym postępowaniu wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy przez Wykonawcę.
2. Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana będzie musiał wnieść zabezpieczenie należytego wykonania umowy w **wysokości 2,5 % ceny całkowitej podanej w ofercie.**
3. Zabezpieczenie może być wnoszone w: pieniądzu, poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym, że zobowiązanie kasy jest zawsze zobowiązaniem pieniężnym, gwarancjach bankowych, gwarancjach ubezpieczeniowych oraz poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (tj. Dz. U. z 2007 r., Nr 42, poz. 275).
4. Zamawiający żąda wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy przed podpisaniem umowy.
5. Oryginał dokumentu potwierdzający wniesienie zabezpieczenia należytego wykonania umowy musi być dostarczony przed podpisaniem umowy.
6. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy służy do pokrycia roszczeń z tytułu nie wykonania umowy lub nienależytego wykonania umowy.
7. Całość zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostanie zwrócona Wykonawcy w ciągu 30 dni od dnia wykonania zamówienia i uznania przez Zamawiającego za należyście wykonane.
8. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy wniesione w pieniądzu, ma być wniesione na rachunek:

Bank Handlowy S.A. w Warszawie nr: 65 1030 1508 0000 0008 0291 9115
albo na inny nr rachunku podany przez Zamawiającego w zaproszeniu do podpisania umowy z podaniem tytułu: **„Zabezpieczenie należytego wykonania umowy: Postępowanie nr 83/11”.**

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

1. Istotne postanowienia umowy stanowią **załącznik nr 6 do niniejszej SIWZ.**



2. Zamawiający na podstawie art. 144 ust. 1 Prawo zamówień publicznych, przewiduje możliwość zmiany Umowy w następujących przypadkach:
- 1) zamiany osób wyznaczonych do uzgodnień i koordynacji przedmiotu niniejszej umowy,
 - 2) sprostowania oczywistych omyłek pisarskich i rachunkowych.
 - 3) Zamawiający z własnej strony dopuszcza zmianę niniejszej umowy w obszarze wynikającym z zaistnienia sytuacji, o której mowa w § 6 Zapewnienie Wykonawcy.

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

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



Załącznik nr 1 do SIWZ

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

A. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.

1. Przedmiotem zamówienia jest ***Zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012.*** Działania promocyjne dla serwisów będą realizowane w 2012 r. na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy.
2. Kampania realizowana jest w ramach działania 6.3 „Promocja turystycznych walorów Polski” (oś priorytetowa 6 Polska gospodarka na rynku międzynarodowym - Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007 – 2013).
3. Przedmiot zamówienia obejmuje:
 - a) Przygotowanie strategii promocji w Internecie serwisów travel w modelu efektywnościowym dla wybranych rynków z uwzględnieniem dokumentu „MARKETINGOWA STRATEGIA POLSKI W SEKTORZE TURYSTYKI NA LATA 2012-2020”.
 - b) Przygotowanie mediaplanu kampanii oraz rezerwacja i zakup mediów z uwzględnieniem targetowania kampanii na IP wybranych krajów oraz profil grupy docelowej.
 - c) Przygotowanie kreacji i produkcja materiałów reklamowych wynikających z przedstawionego harmonogramu kampanii oraz media planu (w tym zaplanowanych do wykorzystania w kampanii: stron docelowych (landing pages), formatów display, rich media, XHTML, video, reklam tekstowych, postów w mediach społecznościowych, mailingów, itp.).
 - d) Udzielenie Zamawiającemu 5-letniej licencji, bez ograniczeń terytorialnych do przygotowanych materiałów, treści, zdjęć i wizerunków, filmów oraz pozostałych elementów powstałych na rzecz kampanii, itp.
 - e) Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO) wybranych stron docelowych (nowych lub istniejących) używanych w kampanii.
 - f) Realizację kampanii oraz wszelkich wynikających ze strategii działań w Internecie wg zatwierdzonego harmonogramu.
 - g) Stały monitoring i optymalizacja prowadzonej kampanii przez cały okres trwania kampanii.
 - h) Raportowanie przebiegu, skuteczności oraz efektów kampanii w cyklu miesięcznym oraz zapewnienie dostępu do narzędzi analitycznych Zamawiającemu.

B. WYMAGANIA I KRYTERIA PLANOWANEJ KAMPANII MARKETINGOWEJ.

1. Cele:

1). Podstawowy cel kampanii:

- a) Promocja serwisów w domenie .travel (Narodowy Portal Turystyczny) w roku 2012 na wybranych rynkach.



- b) Wzrost ruchu na portalach dla rynków objętych działaniami promocyjnymi (Wskaźnikiem sukcesu jest wzrost liczby wizyt do co najmniej 2 000 000 mierzonej na koniec kampanii).
- c) Aktywizacja użytkowników w serwisie oraz budowa zaangażowania w oparciu o zaproponowaną strategię działań (konkursy, opinie, recenzje, udział w mediach społecznościowych, itp.).

2) **Dodatkowe cele kampanii:**

- a) Budowanie wizerunku marki Narodowego Portalu Turystycznego, jako wiarygodnego i bogatego źródła informacji o Polsce.
- b) Wzbudzenie zainteresowania wybranymi produktami turystycznymi Polski na wskazanych rynkach docelowych (Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy), w szczególności:
 - turystyka kulturowa i miejska - obejmuje zorganizowane i indywidualne podróże w celu zwiedzania miast (Miasta UEFA EURO 2012), muzeów, obiektów zabytkowych (historycznych i kulturalnych) oraz uczestnictwa w imprezach kulturalnych. Formy: zwiedzanie miast o wysokim nagromadzeniu atrakcji kulturowych (city break), krótkie pobyty grupowe i indywidualne w ramach objazdu, udział w imprezach kulturalnych, sportowych (kotwica medialna - UEFA EURO 2012) i innych, podróże sentymentalne i etniczne.
- c) Wzrost zainteresowania narzędziami oferowanymi w serwisie Zamawiającego
 - porównywarka systemów rezerwacyjnych hoteli,
 - korzystanie z bazy noclegowej oraz atrakcji turystycznych
 - zamawianie bezpłatnych broszur promocyjnych o Polsce,
 - pobieranie folderów turystycznych w formacie PDF,
 - pobranie aplikacji na telefon do planowania wycieczek,
 - wykorzystanie plików mp3 z treścią z serwisów do tworzenia własnego przewodnika dźwiękowego w telefonie, i in.
- d) Pozyskanie nowych użytkowników w promowanych serwisach

2. **Grupa docelowa:**

Turyści obecni i potencjalni z terytorium wskazanych rynków (Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy) szukający informacji w związku z planowanym wyjazdem do Polski (urlop, wyjazd weekendowy), na temat Polski, jej atrakcji, bazy noclegowej, informacji praktycznych o Polsce, itp.
 Przedział wiekowy 30+, wykształcenie średnie lub wyższe, w komfortowej sytuacji finansowej.

Osoby aktywne, korzystające z Internetu oraz szeroko pojętych mediów społecznościowych, otwarte i korzystające z nowych technologii, mobilne, przynajmniej 1 raz w roku wyjeżdżające za granicę (zwiedzanie, wypoczynek, citybreaks, w celu realizowania swojego hobby (kultura, turystyka aktywna, specjalistyczna)), szukające niesztampowych i alternatywnych do znanych, destynacji, osoby pozytywnie nastawione na ludzi, szukające w podróży, oprócz wygody podróżowania, kontaktu



z rdzennymi obywatelami kraju docelowego, zainteresowane kulturą i atmosferą danego miejsca. Osoby lubiące dokonywać wyborów innych od tradycyjnych, chcące wyróżniać się z tłumu.

3. Ton komunikacji

Komunikacja z odbiorcą powinna być utrzymana w tonie bezpośrednim, szczerym i życzliwym, zrozumiałym, dowcipnym i wiarygodnym. Wyraźnie powinna zachęcać do wykonania akcji czy podjęcia aktywności przez użytkownika.

4. Preferowane modele współpracy

Preferowany jest model efektywnościowy, wykorzystujący synergię wszystkich działań i kanałów komunikacji oraz mediów, gwarantujący jak największy wzrost ruchu w serwisach Zamawiającego co najmniej do określonego poziomu 2 000 000 wizyt.

5. Konkurencja na rynku

Bezpośrednią konkurencję Polski w kontekście turystycznym stanowią takie kraje Europy Centralnej, jak Czechy, Węgry, Słowacja, Litwa, Łotwa i Estonia.

6. Termin realizacji: do końca października 2012 r.

C. Informacje ogólne

Polska Organizacja Turystyczna wszystkie swoje działania prowadzi w oparciu o „Marketingową Strategię Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020”.

Głównym zadaniem Polskiej Organizacji Turystycznej (www.pot.gov.pl) jest wypromowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami. Działania na rzecz promocji i rozwoju turystyki polskiej prowadzone są, zarówno w kraju jak i zagranicą. Jednym z głównych narzędzi jest Polski System Informacji Turystycznej, którego integralnym elementem jest Narodowy Portal Turystyczny (www.poland.travel), posiadający 22 wersje językowe:

Lp	Wersja językowa	Rynek	URL
1.	PL	Polska	www.polska.travel/pl
2.	EN	Global English	www.poland.travel/en
3.	EN-GB	Wielka Brytania i Irlandia	www.poland.travel/en-gb
4.	EN-US	USA i Kanada	www.poland.travel/en-us
5.	DE	Niemcy	www.polen.travel/de
6.	DE-AT	Austria	www.polen.travel/de-at
7.	FR	Francja	www.pologne.travel/fr
8.	FR-BE	Belgia	www.pologne.travel/fr-be
9.	NL-BE	Belgia	www.pologne.travel/nl-be
10.	NL	Holandia	www.polen.travel/nl
11.	ES	Hiszpania	www.polonia.travel/es



12.	IT	Włochy	www.polonia.travel/it
13.	HU	Węgry	www.lengyelorszag.travel/hu
14.	RU	Rosja	www.poland.travel/ru
15.	UK	Ukraina	www.polscha.travel/uk
16.	SV	Szwecja	www.polen.travel/sv
17.	NO	Norwegia	www.polen.travel/no
18.	DK	Dania	www.polen.travel/dk
19.	CZ	Czechy	www.polsko.travel/cz
20.	JA	Japonia	www.poland.travel/ja
21.	HE	Izrael	www.polin.travel/he
22.	ZH	Chiny	www.bolan.travel/zh

Podstawowym zadaniem portalu jest promocja na określonym rynku najważniejszych atrakcji turystycznych w Polsce, miast i regionów, atrakcyjności infrastruktury turystycznej, dobrej jakości usług turystycznych oraz dostarczanie informacji praktycznych turystom. W portalu są dostępne bezpłatne narzędzia dla turysty:

- Aktualna i rozbudowana baza danych turystycznych ISIT (Internetowy System Informacji Turystycznej) z wyszukiwarkami. Baza zawiera informacje o:
 - o obiektach noclegowych,
 - o atrakcjach turystycznych (zabytki, muzea, galerie, atrakcje przyrodnicze, obiekty sportowe, obiekty uzdrowiskowe, SPA, itp.),
 - o najważniejszych imprezach i wydarzeniach,
 - o Informacji Turystycznej w Polsce,
 - o ofertach specjalnych (gotowe produkty turystyczne),
- Moduł rezerwacji hotelowej bazujący na agregacji ofert hotelowych w wielu systemach rezerwacyjnych (porównywarka ofert),
- Bezpłatne broszury promocyjne w formie flipping pages oraz do pobrania w formacie PDF lub do zamówienia w wersji papierowej w wielu wersjach językowych,
- Pliki dźwiękowe do pobrania z opisami atrakcji do pobrania w formacie mp3 (możliwość przygotowania własnego audio guide'a),
- Aplikacja mobilna (planer wycieczek) do pobrania na smart fony,
- Rozwiązanie mapowe z możliwością planowania trasy (nawigacja GPS) z zaznaczeniem punktów POI w określonym promieniu od trasy.

Działania prowadzone w Internecie w latach 2010 - 2011 oraz zaplanowane na 2012 przez Polską Organizację Turystyczną

- **Czerwiec – wrzesień 2010** - Kampania Chopin. The Course –działania w mediach społecznościowych (FB, YT, n-k) uzupełniane przez SEM i kampanię bannerową (kampanie AdWords na blogach i stronach w sieci kontekstowej Google). Języki: PL, EN, portal dodatkowo: DE, FR, DK, NL, SV. Dedykowana domena dla landing page'a www.chopinthechcourse.com



Cel: zbudowanie społeczności wokół rejsu i imprez promocyjnych w portach, aktywizacja społeczności lokalnej i Polonii, promocja Polski jako nowoczesnego kraju

- **Lipiec 2010** – Kampania AdWords serwisów .travel w sieci reklamowej Google i w wyszukiwarce. Rynki w kampanii: Belgia, Holandia, Szwecja, Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Dania.

Cel: promocja i intensyfikacja ruchu na serwisach .travel

- **Lipiec – wrzesień 2010** – Kampania display na portalu społecznościowym TripAdvisor na rynkach: Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Holandia i Szwecja.

Cel: Działania brandingowe (wprowadzenie nowego CI – Move your Imagination), promocja i intensyfikacja ruchu na serwisach .travel.

- **Grudzień 2010** – Kampania display w formie video na portalu społecznościowym TripAdvisor prowadzona na rynkach: Czechy, Norwegia i Dania.

Grudzień 2010 – styczeń 2011 - kampania video (filmy sponsorowane oraz format pre-roll) dla portali w domenie travel w wyszukiwarce filmowej YouTube na rynkach Czech, Norwegii, Danii oraz kampania AdWords dla portali w domenie travel w wersji czeskiej, norweskiej oraz duńskiej w wyszukiwarce oraz sieci reklamowej Google na rynkach Czech, Norwegii.

Cel: Promocja nowo uruchomionych wersji na portalu .travel, pozyskanie ruchu, promocja filmów reklamowych.

- **Czerwiec 2011 – maj 2012** – Kampania multimedialna (Feel invited) wizerunkowo-produktowa na rynkach: Wielka Brytania, Niemcy, Francja. Działania w Internecie obejmują kampanię display w sieci reklamowej Zanox, GDN, kampanię SEM (AdWords), działania w mediach społecznościowych (Facebook – oddzielny fan page dla każdego z rynków, YouTube kanał konkursowy w jęz. angielskim), gra online z konkursem, konkurs wideo, artykuły ze sponsorowanych podróży studyjnych dla blogerów.

Cel: Wzrost przyjazdów do Polski turystów z rynków objętych kampanią, budowa szerokiego wizerunku marki Polska, a także zwiększenie rozpoznawalności i wiedzy o Polsce, edukacja na temat produktów turystycznych, zwiększenie liczby odwiedzających portale www.polska.travel.

Działania prowadzone w mediach społecznościowych przez Polską Organizację Turystyczną

Polska Organizacja Turystyczna dodatkowo prowadzi komunikację przez własne strony fanów na Facebook'u (fan pages) prowadzone i zarządzane samodzielnie przez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej (POIT'y) na danym rynku:



Lp	Rynek	URL fan page'a
1.	Niemcy	www.facebook.com/pages/Polen-%C3%BCberrascht/128933480463324 www.facebook.com/Musik.Festivals.Partys.in.Polen
2.	Szwecja	www.facebook.com/profile.php?id=100000081775290
3.	USA	www.facebook.com/gotopoland
4.	Holandia	www.facebook.com/Polen.MoveYourImagination?ref=pb#!/Polen.MoveYourImagination?sk=wall
5.	Belgia	www.facebook.com/pages/Poland-Move-Your-Imagination/118786934848438?ref=pb#!/pages/Poland-Move-Your-Imagination/118786934848438?sk=wall
6.	Wielka Brytania	www.facebook.com/POLANDTRAVELengb
7.	Włochy	www.facebook.com/pages/Ente-Nazionale-Polacco-per-il-Turismo/101441146563153
8.	Francja	www.facebook.com/OfficePolonaisdeTourisme?ref=sgm
9.	Austria	www.facebook.com/profile.php?id=100000014335964&sk=info#!/profile.php?id=100000014335964&sk=wall
10.	Węgry	www.facebook.com/group.php?gid=111520535552963
11.	Hiszpania	www.facebook.com/pages/OFICINA-DE-TURISMO-DE-POLONIA-EN-MADRID/107310362624945?ref=pb
12.	Rosja	www.facebook.com/pages/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F-%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F-%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F/168604096493981
13.	Japonia	www.facebook.com/poland.travel.tokyo?ref=pb
14.	Ukraina	www.facebook.com/pages/polschatravel/113454065334519?ref=pb#!/pages/polschatravel/113454065334519?sk=wall

Polska Organizacja Turystyczna jest właścicielem dwóch kanałów w serwisie YouTube. Kanał youtube.com/polandtravel, który spełnia rolę serwera hostującego materiały filmowe wykorzystywane w serwisach .travel oraz przy działaniach na fan page'ach, drugi kanał youtube.com/poland posiada status kanału konkursowego, wykorzystywanego do prowadzenia konkursów dla użytkowników w trakcie trwania kampanii.

Działania prowadzone z wykorzystaniem e-mail marketingu przez Polską Organizację Turystyczną

Cyklicznie (1-2 razy w miesiącu) dla większości rynków (Belgia, Ukraina, Szwecja, Dania, Norwegia, Hiszpania, Japonia, Holandia, Rosja, Węgry, Austria, Włochy, Global English) jest rozsyłany newsletter z systemu wysyłkowego SARE. W systemie mailingowym znajduje się w sumie ok. 61 000 adresów.



L.p.	Rynek	Ilość adresów mailowych w bazie
1.	RU	2447
2.	JP	1095
3.	HU	574
4.	UA	1035
5.	DE-AT	202
6.	DE	365
7.	BE-NL	5372
8.	BE-FR	6784
9.	NL	3813
10.	EN-UK	1011
11.	EN-US	90
12.	ES	2558
13.	IT	1047
14.	SV	2736
15.	FR	5231
16.	DK	399
17.	NO	351
18.	FI	394
19.	EN	1037

Baza adresowa jest systematycznie budowana w oparciu o wiele źródeł, takich jak targi turystyczne, Narodowy Portal Turystyczny, konkursy, formularze zamawiania broszur. Narzędzie to jest również wykorzystywane wspierająco w akcjach konkursowych organizowanych na poszczególnych rynkach (Szwecja, Holandia, Francja, Belgia).

D. Zakres przedmiotu zamówienia

- 1. Przygotowanie strategii promocji w Internecie serwisów travel w modelu efektywnościowym dla wybranych rynków z uwzględnieniem dokumentu „MARKETINGOWA STRATEGIA POLSKI W SEKTORZE TURYSTYKI NA LATA 2012-2020” (Załącznik nr 8 do SIZW).**

Proponowana strategia powinna zakładać realizację założonych celów oraz osiągnięcie wskaźników sukcesu. Koncepcja kreatywna oraz dobór narzędzi oraz formatów reklamowych powinien zagwarantować jak największą efektywność i skuteczność prowadzonych działań. Wykonawca powinien wykazać się dużym zrozumieniem specyfiki sektora travel oraz potrzeb i zachowań turysty.

W związku ze stałymi działaniami prowadzonymi w mediach społecznościowych przez Zamawiającego proponowana strategia powinna



uwzględniać w swoich założeniach wykorzystanie potencjału mediów społecznościowych, m. in. przez prowadzenie komunikacji oraz aktywizacji użytkowników na fan page'ach na Facebooku oraz budowanie linków na najpopularniejszych forach turystycznych w szczególności na największym turystycznym portalu społecznościowym TripAdvisor na danym rynku oraz innych. Głównym celem prowadzenia stron dla fanów jest aktywny PR w sieci, wzmocnienie przekazów marketingowych na danym etapie kampanii oraz wzmocnienie działań promocyjnych dla pozostałych narzędzi reklamowych stosowanych w kampanii.

Zamawiający w swoich stałych działaniach wykorzystuje marketing bezpośredni oparty na własnych bazach użytkowników oraz realizowany przy pomocy narzędzia do e-mail marketingu SARE.

2. Przygotowanie medioplanu kampanii oraz rezerwacja i zakup mediów z uwzględnieniem targetowania kampanii na IP wybranych krajów oraz profil grupy docelowej.

Ogólny plan kampanii na poszczególnych rynkach zostanie opracowany w terminie 14 dni od dnia podpisania umowy. Powinien uwzględniać najważniejsze informacje o planowanych mediach oraz najważniejszych parametrach kampanii:

- Nazwa / temat emisji
- Docelowa strona emisji (Wydawca)
- Rynek/Kraj
- Rodzaj i Format reklamy
- Start – koniec emisji
- Liczba wyświetleń
- Kliknięcia
- Wskaźnik CTR
- Średnie CPC
- Zarezerwowany budżet

Wraz z proponowanym media planem Wykonawca jest zobowiązany dostarczyć krótkie uzasadnienie dla wyboru wskazanych wydawców (liczba użytkowników witryny, ilość zapytań w wyszukiwarce (dla SEM), CPC, affinity index, profil grupy docelowej serwisu, itp.)

Rozpoczęcie realizacji kampanii (emisje w mediach) przewidziane jest na I kwartał 2012 r., w przypadku opóźnień wynikających z przedłużającej się procedury przetargowej termin rozpoczęcia zostanie przesunięty. Zakończenie kampanii przewidziane jest na koniec III kwartału 2012 r.

Wykonawca zobowiązany jest do rezerwacji i zakupu mediów, które będą spełniały kryteria określone dla kampanii (celowanie kampanii na wskazane kraje (IP), dopasowanie do profilu grupy docelowej, możliwość współpracy w modelu efektywnościowym, możliwość monitoringu oraz podmiany kreacji, w tym również formatów, w trakcie trwania kampanii, itp.)



3. Przygotowanie kreacji i produkcja materiałów reklamowych wynikających z przedstawionego harmonogramu kampanii oraz media planu (w tym zaplanowanych do wykorzystania w kampanii: stron docelowych (landing pages), formatów display, rich media, XHTML, video, reklam tekstowych, postów w mediach społecznościowych, aplikacji FB, mailingów, itp.)

Realizując kampanię Wykonawca w całości odpowiada za przygotowywanie materiałów, form reklamowych, dostarczenie tłumaczeń, wykonanie sesji zdjęciowych czy zakup potrzebnych zdjęć i ich licencji. Przez materiały reklamowe Zamawiający rozumie wszelkie formy oraz formaty reklam używane w kampanii, takie jak strony docelowe (landing page), formaty reklamy display (formaty statyczne, rich media, XHTML, video, itp.), reklamy tekstowe (SEM), wszelkie materiały wykorzystywane w działaniach w mediach społecznościowych (posty, multimedia, aplikacje pod Facebooka, newslettery i mailingi, itp.)

Wszystkie materiały muszą:

- być przygotowane zgodnie z zasadami określonymi w księdze identyfikacji wizualnej (CI) Zamawiającego. Elementami obowiązkowymi są: logo POT, kolaż z hasłem „Move your imagination” oraz uwzględnienie obrandowania unijnego
- poprawne od strony językowej (weryfikacja językowa)
- być spójne z koncepcją kreatywną kampanii,
- zawierać wyraźne, zachęcające i jasno sformułowane CTA (Call to Action)
- spełniać wymagania specyfikacji technicznej wydawcy

Wykonawca jest odpowiedzialny za poprawność językową tekstów wykorzystywanych w kampanii w odpowiedniej wersji językowej.

W zależności od skuteczności prowadzonej kampanii Wykonawca zobowiązany jest do optymalizowania kreacji oraz wprowadzania zmian zarówno w kreacji, formacie, jak i copy.

Jeżeli w strategii zostaną uwzględnione działania w mediach społecznościowych Wykonawca będzie odpowiedzialny za prowadzenie komunikacji na stronach dla fanów (fan pages) na Facebooku oraz aktywizacji interakcji z internautami w trakcie kampanii, w związku z tym Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania stosownych drobnych aplikacji (z wykorzystaniem API Facebooka) umożliwiających przeprowadzenie zabaw, testów i konkursów generujących ruch na stronach Zamawiającego.

4. Udzielenie Zamawiającemu 5-letniej licencji, bez ograniczeń terytorialnych do przygotowanych materiałów, treści, zdjęć i wizerunków, filmów oraz pozostałych elementów powstałych na rzecz kampanii, itp.

Wszelkie prawa majątkowe do wyprodukowanych form reklamowych zostaną przeniesione na Zamawiającego. Wszystkie materiały źródłowe, które zostaną wykorzystane do przygotowania reklam na potrzeby kampanii Zamawiającego,



zostaną objęte 5-letnią licencją, bez ograniczeń terytorialnych na ich używanie. W szczególności dotyczy to zdjęć, wizerunków, filmów, utworów muzycznych i innych.

5. Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO) wybranych stron docelowych (nowych lub istniejących) używanych w kampanii, zadanie to obejmować będzie:

- a. Opracowanie elementów technicznych stron wykorzystywanych jako strony docelowe w kampanii pod kątem optymalizacji treści dla wyszukiwarek (meta tagi, struktura treści na stronie, formatowanie, itp.)
- b. Zwiększenie relewantności treści na stronach docelowych do reklamy, tak by odpowiadała słowom kluczowym zapytania lub była adekwatna do kontekstu w jakim się pojawi.

6. Realizację kampanii oraz wszelkich działań w Internecie wynikających ze strategii, wg zatwierdzonego harmonogramu

Wykonawca zobowiązany jest do zabezpieczenia po swojej stronie osoby koordynującej (Project Manager) wszystkie działania na każdym etapie realizacji kampanii.

Harmonogram działań w trakcie kampanii rozpisany w cyklach miesięcznych na cały czas trwania kampanii zostanie przedstawiony przez Wykonawcę w ciągu 21 dni od podpisania umowy. W harmonogramie działań należy uwzględnić także zaakceptowany media plan dla poszczególnych rynków.

Wykonawca powinien zapewnić na każdym etapie kampanii jawne gromadzenie adresów mailowych w kontekście zainteresowań fanów, użytkowników, graczy, itp., tak by można w sposób spersonalizowany tworzyć newsletter i follow-up'y dla wszelkich aktywności prowadzonych przez użytkowników aktywnych w kampanii.

W przypadku, gdy nie zostaną osiągnięte określone wskaźniki skuteczności i/lub efektywności Wykonawca zobowiązany jest zabezpieczyć takie rozwiązania, które pozwolą je osiągnąć na określonym w ofercie poziomie.

Zamawiający dopuszcza w powyższym przypadku wydłużenie okresu trwania kampanii, rozszerzenie listy wydawców, intensyfikację prowadzonych działań aktywizujących użytkowników lub inne działania alternatywne umożliwiające osiągnięcie wskaźników. Wszelkie propozycje działań uzupełniających muszą zostać wcześniej obustronnie zaakceptowane.

7. Stały monitoring i optymalizacja prowadzonej kampanii przez cały okres trwania kampanii.

Wykonawca zobowiązany jest do prowadzenia stałego monitoringu prowadzonych przez siebie działań promocyjnych oraz optymalizacji efektywności przebiegu kampanii na podstawie prowadzonej analizy statystyk.

W przypadku kampanii display:

- Badanie skuteczności banerów na podstawie ich klikalności (CTR) – korzystanie z testów wersji A/B banerów



- Dopasowywanie lokalizacji/odbiorców (placement) do tematyki banerów
- Dopasowywanie formatów

W trakcie prowadzenia i nadzorowania kampanii PPC należy zapewnić:

- Aktywne zarządzanie stawkami za kliknięcie oraz budżetami poszczególnych kampanii w koncie
- Testy A/B stron docelowych oraz linków sponsorowanych
- Optymalizowanie tekstów reklamy i tworzenie nowych linków reklamowych w celu wypracowania jak najwyższego wyniku jakości
- Wykorzystywanie rozszerzeń dla kampanii, aby zwiększyć widoczność reklam
- Tworzenie i rozwój różnych wersji Landing Page (praca nad dopasowaniem treści do przekazu w reklamie)
- Dodawanie nowych słów kluczowych, tworzenie coraz precyzyjniejszych grup reklam
- Poszukiwanie i dodawanie nowych fraz kluczowych
- Wyciąganie wniosków ze statystyk odwiedzin
- Analiza i raportowanie zjawiska Bad click – Fałszywych kliknięć.

W trakcie prowadzenia i nadzorowania działań w mediach społecznościowych należy zapewnić:

- Odpowiedni ton komunikacji z użytkownikami, wg ustalonych wspólnie z Zamawiającym zasad
- Codzienny monitoring strony oraz budowanie interakcji z użytkownikami
- Moderowanie rozwoju dyskusji na fan-page'ach
- Aktywizacja interakcji z użytkownikami przez wykorzystanie mini aplikacji możliwych do uruchomienia przy wykorzystaniu API Facebooka.

W trakcie prowadzenia akcji e-mailingowych należy monitorować co najmniej podstawowe wskaźniki skuteczności:

- Wskaźnik otwarć (Open Rate)
- Wskaźnik kliknięć
- Wskaźnik CTR
- Wskaźnik odrzuceń

8. Raportowanie przebiegu, skuteczności oraz efektów kampanii w cyklu miesięcznym oraz zapewnienie dostępu do narzędzi analitycznych Zamawiającemu.

Wykonawca zobowiązany jest raportować efekty swoich działań w cyklu miesięcznym oraz jest zobowiązany zapewnić wgląd (dane dostępne) do narzędzi analitycznych stosowanych w kampanii (np.: konto AdWords, statystyki z adserwerów) dla Zamawiającego.

Raport miesięczny z prowadzonych działań powinien zawierać informacje co najmniej o podstawowych wskaźnikach skuteczności dostępnych z poziomu statystyk danego narzędzia (m. in. ilość kliknięć, wyświetleń, CTR, listę wydawców emitujących reklamy, miejsce wyświetlenia reklamy, zestawienie



ilości postów na Facebooku, najpopularniejsze linki klikane w newsletterach). W raporcie powinno znaleźć się merytoryczne podsumowanie prowadzonych działań.

W celu dokumentowania przebiegu kampanii dla każdego flight'u kampanii display należy dostarczyć screen shoty od każdego wydawcy, aby zobrazować miejsce emisji reklam Zamawiającego na stronie wydawcy.



.....
(Pieczęć Wykonawcy)

„WZÓR”

**OŚWIADCZENIE
O SPEŁNIENIU WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU**
art. 22 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych.

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012

w imieniu:

.....
(pełna nazwa Wykonawcy)

oświadczamy, że na dzień składania ofert spełniamy warunki dotyczące:

- posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania,
- posiadania wiedzy i doświadczenia,
- dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
- sytuacji ekonomicznej i finansowej.

Prawdziwość powyższych danych potwierdzam własnoręcznym podpisem
świadom odpowiedzialności karnej z art. 297 § 1 kk.

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



.....
(Pieczęć Wykonawcy)

„WZÓR”

OŚWIADCZENIE
O BRAKU PODSTAW DO WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA
na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych.

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012

w imieniu:

.....
(pełna nazwa Wykonawcy)

oświadczamy, że na dzień składania ofert brak jest podstaw do wykluczenia z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy.

Prawdziwość powyższych danych potwierdzam własnoręcznym podpisem świadom odpowiedzialności karnej z art. 297 § 1 kk.

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



Załącznik nr 4 do SIWZ

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

Nazwa i adres podmiotu składającego ofertę:

.....

NIP REGON

Adres, na który Zamawiający powinien przysyłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

.....

Numer telefonu:

Numer faksu:

e-mail

W odpowiedzi na ogłoszenie o przetargu nieograniczonym składamy niniejszą ofertę na:

zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla
Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia,
Czechy na rok 2012

za cenę:

..... **zł brutto**
(słownie:)

- Koszt konwersji/wizyty (szacowany koszt pozyskania pojedynczej wizyty, koszt reklamy/szacowana ilość konwersji)zł

- Gwarantowany koszt kliknięcia w reklamę (CPC)

- Wykorzystanie w strategii promocji potencjału mediów społecznościowych do generowania ruchu na serwisach Zamawiającego oraz aktywizowania użytkowników

TAK
NIE

należy zaznaczyć jedną z opcji

- Wzrost ruchu gwarantowany na poziomie wizyt z kampanii



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

.....
.....
.....

1. Oświadczam/-y, że:

- 1) przedmiot zamówienia wykonamy w terminach określonych w SIWZ.
- 2) zapoznaliśmy się z warunkami i wymaganiami podanymi przez Zamawiającego w SIWZ, w szczególności w OPISIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA, akceptujemy je i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń;
- 3) uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia.
- 4) akceptujemy istotne postanowienia umowy i wyrażamy zgodę na zawarcie umowy bez jakichkolwiek zastrzeżeń i wyłączeń sporządzonej na ich podstawie.
- 5) cena zawiera wszelkie koszty niezbędne do wykonania zamówienia, wynikające wprost z OPISU PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA, jak również w niej nie ujęte, a bez których nie można wykonać przedmiotu zamówienia. Oświadczam/-y, że przewidzieliśmy wszystkie okoliczności, które mają wpływ na cenę zamówienia.
- 6) uważamy się za związanych niniejszą ofertą przez 60 dni od dnia upływu terminu składania ofert.

2. Oferta została złożona na stronach.

3. Do oferty dołączono stanowiące jej integralną część:

- 1),
- 2),
- 3),
- 4),

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



WYKAZ USŁUG

Oświadczamy, że reprezentowany przez nas Wykonawca wykonał nw. usługi:

Lp.	Nazwa i adres Odbiorcy zamówienia	Wartość zamówienia brutto w PLN	Opis przedmiotu zamówienia (musi potwierdzać spełnianie warunków postawionych przez Zamawiającego)	Termin wykonania zamówienia ze wskazaniem dokładnej daty rozpoczęcia i zakończenia zamówienia dzień-miesiąc-rok	Rodzaj doświadczenia (własne, podwykonawcy, innego podmiotu)
Planowanie i zakup mediów w co najmniej 3 różnych państwach europejskich wymienionych jako rynki docelowe przez Zamawiającego. Zakup mediów o wartości przynajmniej 1 milion złotych brutto na każdym rynku					
1.				Data zawarcia umowy..... Data zakończenia umowy.....	
2.				Data zawarcia umowy..... Data zakończenia umowy.....	
3.				Data zawarcia umowy..... Data zakończenia Umowy.....	
.....				Data zawarcia umowy..... Data zakończenia umowy.....	

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

Uwaga:

1. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca załączył wykaz wraz z dokumentami potwierdzającymi, że dostawy zostały wykonane lub są wykonywane należycie.
2. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca wskazał, czy doświadczenie, na które się powołuje jest jego własnym doświadczeniem, czy doświadczeniem innych podmiotów niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków i udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu zamówienia.



ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

§ 1 Przedmiot umowy

1. Przedmiotem Umowy jest zaplanowanie (wymyślenie i zaprojektowanie) i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy na rok 2012, obejmujące:
 1. przygotowanie strategii promocji w Internecie serwisów travel w modelu efektywnościowym dla wybranych rynków z uwzględnieniem dokumentu „MARKETINGOWA STRATEGIA POLSKI W SEKTORZE TURYSTYKI NA LATA 2012-2020”;
 2. przygotowanie mediaplanu kampanii oraz rezerwacja i zakup mediów z uwzględnieniem targetowania kampanii na IP wybranych krajów oraz profil grupy docelowej;
 3. przygotowanie kreacji i produkcja materiałów reklamowych wynikających z przedstawionego harmonogramu kampanii oraz media planu (w tym zaplanowanych do wykorzystania w kampanii: stron docelowych (landing pages), formatów display, rich media, XHTML, video, reklam tekstowych, postów w mediach społecznościowych, mailingów, itp.);
 4. optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO) wybranych stron docelowych (nowych lub istniejących) używanych w kampanii;
 5. realizację kampanii oraz wszelkich wynikających ze strategii działań w Internecie wg zatwierdzonego przez Zamawiającego harmonogramu działań;
 6. stały monitoring i optymalizacja prowadzonej kampanii przez cały okres trwania kampanii;
 7. raportowanie przebiegu, skuteczności oraz efektów kampanii w cyklu miesięcznym oraz zapewnienie dostępu do narzędzi analitycznych Zamawiającemu.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia znajduje się w załącznikach do niniejszej umowy, stanowiących jej integralną część, a w szczególności załączniku nr 1 i 2 do niniejszej Umowy.
3. Wykonawca w ramach niniejszej umowy, a w szczególności w ramach wynagrodzenia określonego w § 6 ust. 1, zobowiązuje się również przenieść na Zamawiającego wszelkie autorskie prawa majątkowe do wszelkich Materiałów wytworzonych przez Wykonawcę w ramach realizacji niniejszej umowy, jak również udzielić Zamawiającemu niewyłącznej 5-letniej licencji, bez ograniczeń terytorialnych do Utworów Źródłowych, a w szczególności utworów, treści, zdjęć i wizerunków, filmów oraz pozostałych elementów niezbędnych do prowadzenia kampanii, itp.



§ 2 Obowiązki Wykonawcy

1. Wykonawca zapewni odpowiedniej jakości usługę, gwarantującą należyte wykonanie Przedmiotu Umowy opisanego w § 1. Wykonawca zobowiązany jest do ustanowienia po swojej stronie osoby koordynującej (Project Manager) wszystkie działania na każdym etapie realizacji Przedmiotu Umowy.
2. Przedmiot Umowy będzie realizowany przez Wykonawcę zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego mediaplanem, przedstawionym przez Wykonawcę nie później niż w terminie 14 dni od daty zawarcia niniejszej Umowy oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem działań przedstawionym przez Wykonawcę nie później niż w terminie 21 dni od daty zawarcia niniejszej Umowy, stanowiącymi integralną część niniejszej Umowy. W przypadku braku akceptacji przez Zamawiającego przedstawionego przez Wykonawcę wyżej opisanego medioplanu lub harmonogramu działań, Wykonawca zobowiązany jest w terminie 3 dni od w/w zdarzenia, do naniesienia stosownych poprawek lub wdrożenia uwag wskazanych przez Zamawiającego i ponownego przedstawienia do akceptacji Zamawiającemu.
3. Wykonawca zobowiązuje się do realizacji Przedmiotu Umowy samodzielnie lub za pośrednictwem podwykonawców. Osoby, którymi Wykonawca przy realizacji niniejszej Umowy się posługuje, powinny posiadać odpowiednie kwalifikacje, doświadczenie niezbędne do należytego wykonania powierzonych czynności zgodnie z wymaganiami przewidzianymi w SIWZ. Za działania i zaniechania podwykonawców Wykonawca ponosi odpowiedzialność względem Zamawiającego, jak za własne działania i zaniechania. Każde wezwanie przez Zamawiającego do zmiany, poprawy lub uzupełnienia w trakcie realizacji Przedmiotu Umowy musi zostać spełnione przez Wykonawcę w ciągu 24 godzin od daty otrzymania przez Wykonawcę takowego wezwania. Jeśli określony powyżej termin będzie niemożliwy do realizacji, z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, wówczas Zamawiający wyznaczy Wykonawcy odpowiedni inny termin, nie dłuższy jednak niż 72 godziny (łącznie z poprzednimi 24 godzinami).
4. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić odpowiedni poziom językowy we wszystkich Materiałach używanych na każdym rynku (Rosja, Ukraina, Holandia, Czechy) prowadzenia kampanii. tj. poziom native speaker. Poziom językowy Materiałów będzie weryfikowany po stronie Zamawiającego przez Polski Ośrodek Informacji Turystyczny działający na danym rynku lub osobę wskazaną przez Zamawiającego.
5. Wykonawca zobowiązuje się umieszczać w miejscach wskazanych przez Zamawiającego logotypy Polskiej Organizacji Turystycznej oraz adnotacje „Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 - 2013” na wszystkich Materiałach realizowanych na podstawie niniejszej umowy, według wzorów logotypów, które stanowią Załącznik nr 3 do umowy. Zamawiający po podpisaniu niniejszej umowy prześle Wykonawcy odpowiednie wersje elektroniczne logotypów. Wykonawca na polecenie Zamawiającego umieszczał będzie w Materiałach także znaki i loga



wskazanych przez Zamawiającego osób trzecich, w szczególności znaki związane z UEFA EURO 2012.

6. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania Materiałów w taki sposób, aby były one zgodne ze wskazówkami użycia znaków UEFA, które stanowią Załącznik nr 4 do niniejszej Umowy.
7. Wykonawca oraz Zamawiający, każdy w swoim zakresie, dołożą niezbędnej staranności przy realizacji niniejszej umowy, wzajemnie informując się o wynikłych problemach.

§ 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 zrealizowanego Przedmiotu Umowy, jak również do kontaktu roboczego:
 - a. ze strony Zamawiającego:
 - b. ze strony Wykonawcy:
2. Przedstawiona lista osób do kontaktów roboczych może ulec zmianie. W takim przypadku Zamawiający zobowiązany jest zawiadomić Wykonawcę przesyłając mu zaktualizowaną listę osób. Osoby wskazane w ust. 1 niniejszego paragrafu nie są upoważnione do dokonywania innych czynności, aniżeli wskazanych w tym ustępie. W szczególności nie są one uprawnione do składania oświadczeń woli zmierzających do zmiany, uzupełnienia postanowień lub rozwiązania niniejszej Umowy lub skutkiem których to oświadczeń byłaby zmiana, uzupełnienie lub rozwiązanie Umowy.
3. Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym. Wykonawca winien wykonać żądanie Zamawiającego w terminie 2 dni od daty przedstawienia Wykonawcy przedmiotowego żądania.
4. Strony Umowy ustalają się, że w trakcie realizacji Przedmiotu Umowy (zgodnie z przyjętym harmonogramem działań) będą się odbywać spotkania statusowe z udziałem przedstawicieli obu Stron. Spotkania odbywać się będą w terminach ustalonych przez Strony, jednak nie rzadziej niż raz na tydzień.
5. Wszelkie inne kontakty robocze będą realizowane z wykorzystaniem telefonu, poczty elektronicznej oraz innych narzędzi.
6. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia jak najskuteczniejszych Materiałów, a w szczególności materiałów reklamowych, które będą w trakcie emisji, w razie potrzeby optymalizowane (przy użyciu testów wersji A/B).
7. Akceptacja wersji końcowej Materiałów, a w szczególności materiałów reklamowych przeznaczonych do emisji, należy do Zamawiającego. Wszelkie poprawki i zmiany do przekazanego przez Wykonawcę Materiału Zamawiający będzie wносił jak najszybciej, jednocześnie w terminie nie dłuższym 5 dni roboczych od dnia otrzymania propozycji Materiału. Wnoszenie uwag dokonywane będzie w formie pisemnej, mailowej lub faksu, wedle wyboru Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego (24 godziny), a w kwestiach bardziej skomplikowanych nie



później niż w terminie 72 godzin udzielenia odpowiedzi Zamawiającemu oraz do wprowadzenia stosownych poprawek.

8. Wykonawca oświadcza, iż jest świadomy, że każdy Materiał, w którym użyty zostanie znak UEFA EURO 2012 lub inne znaki UEFA wymaga przedstawienia go do akceptacji przez UEFA, która ma na to 10 dni roboczych. Wykonawca w ramach ustalonego w § 6 ust.1 wynagrodzenia zobowiązany jest do dokonania stosownych modyfikacji Materiałów, których wymagała będzie UEFA w celu akceptacji Materiału. Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia czasu związanego z koniecznością akceptacji Materiałów przez UEFA oraz z ewentualnymi modyfikacjami wymaganymi przez UEFA, tak aby możliwa była realizacja umowy w terminach ustalonych w harmonogramie działań i mediaplanie.
9. Zamawiający ma prawo zażądać zmian i poprawek w zatwierdzonych Materiałach, a w szczególności materiałach reklamowych, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 6 ust.1.

§ 4 Termin realizacji zamówienia

1. Przedmiot Umowy będzie należycie wykonywany od dnia podpisania umowy do **31 października 2012 r.**, zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem działań.
2. Zamawiający dopuszcza przedłużenie terminu realizacji Przedmiotu Umowy, nie później jednak niż do 15 grudnia 2012 r., jeżeli zaistnieje sytuacja, w której osiągnięcie wskaźników sukcesu, o których mowa w załączniku nr 2 nie będzie zdaniem Zamawiającego możliwe. Jednocześnie wyżej opisane przedłużenie realizacji Przedmiotu Umowy nie będzie miało wpływu na zwiększenie wynagrodzenia Wykonawcy.

§ 5 Wynagrodzenie

1. Z tytułu należytej realizacji Przedmiotu Umowy, Wykonawcy przysługuje wynagrodzenie ryczałtowe w kwocie nie wyższej niż **zł brutto**.
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu, wypłacane będzie w równych miesięcznych ratach, tj. miesięcznie z dołu, na podstawie prawidłowo wystawionych i doręczonych Zamawiającemu faktur VAT, przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy, w terminie 14 dni od daty ich przyjęcia. Podstawą przyjęcia przez Zamawiającego faktury, będzie podpisany przez strony umowy raport miesięczny potwierdzający należyte wykonanie i efektywność prowadzonych działań na poziomie spełniającym wskaźnik sukcesu wskazany w załączniku nr 2 do niniejszej umowy. W przypadku, gdy nie zostaną osiągnięte wskaźniki sukcesu określone w załączniku nr 2 do niniejszej umowy, wynagrodzenie zostanie pomniejszone proporcjonalnie do osiągniętych przez Wykonawcę wyników. Kwota wynagrodzenia Wykonawcy w takiej sytuacji zostanie obliczona na podstawie proporcji, gdzie zadeklarowany w załączniku nr 2 poziom wskaźnika sukcesu stanowił będzie 100%.



3. Suma faktur opisanych w ust. 2 nie może przekroczyć kwoty o której mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu.
4. Kwota, o której mowa w § 5 ust. 1 jest kwotą maksymalną i wyczerpuje wszelkie roszczenia Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu wykonania niniejszej Umowy, w tym m. in. roszczenia z tytułu przeniesienia na zamawiającego autorskich praw majątkowych do wszystkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego wyników prac powstałych w związku z wykonaniem niniejszej umowy, a w szczególności Materiałów wskazanych w § 1 ust. 3 pkt. a), jak również udzielenia 5-letniej licencji niewyłącznej na Utwory Źródłowe, opisane szczegółowo w § 1 ust. 3 pkt. b), jak również inne niezbędne do realizacji niniejszej Umowy. Wykonawca nie jest uprawniony do żądania podwyższenia Wynagrodzenia, nawet przy zaistnieniu sił wyższych. Wynagrodzenie wskazane w ust.1 nie ulega podwyższeniu również w przypadku zmiany obowiązujących stawek podatkowych.
5. Za datę płatności wynagrodzenia, Strony przyjmują dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

§ 6 Zapewnienie Wykonawcy

1. Wykonawca zobowiązuje się do osiągnięcia zadeklarowanych w załączniku nr 2 do niniejszej Umowy wskaźników sukcesu. Wskaźnikiem sukcesu jest w szczególności wzrost liczby wizyt w serwisach .travel, wskazanych szczegółowo w załączniku nr Do niniejszej umowy, do co najmniej mierzonej na koniec kampanii, nie później jednak niż do 15 grudnia 2012 r.
2. W przypadku, gdy nie zostaną osiągnięte określone w załączniku nr 2 do niniejszej umowy wskaźniki sukcesu, Wykonawca zobowiązany jest zabezpieczyć takie rozwiązania, które pozwolą je osiągnąć na określonym w w/w załączniku nr 2 poziomie. Zamawiający dopuszcza w takim przypadku wydłużenie okresu realizacji Przedmiotu Umowy, a w szczególności rozszerzenie listy wydawców, intensyfikację prowadzonych działań aktywizujących użytkowników lub inne wcześniej zaakceptowane na piśmie przez Zamawiającego czynności.
3. Żadne z powyższych działań podjętych w celu zagwarantowania osiągnięcia wskaźników sukcesu nie będzie podlegało dodatkowemu wynagrodzeniu.

§ 7 Prawa autorskie

1. Obowiązkiem Wykonawcy jest uzyskanie lub posiadanie praw własności intelektualnej do wszelkich Utworów Źródłowych wchodzących w skład Materiałów wyprodukowanych i wykorzystywanych do realizacji Przedmiotu Umowy, tak aby możliwe było przeniesienie autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do Materiałów oraz udzielenie licencji na Utwory Źródłowe.
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. Wszystkie Utwory Źródłowe, które zostaną wykorzystane do przygotowania Materiałów, a w szczególności reklam, na potrzeby realizacji Przedmiotu niniejszej Umowy, zostaną objęte 5-letnią licencją niewyłączną, bez ograniczeń terytorialnych na ich używanie, w ramach wynagrodzenia o którym mowa w § 6 ust. 1 niniejszej Umowy. W szczególności w/w licencja dotyczy zdjęć, wizerunków osób, filmów, utworów muzycznych i innych Utworów Źródłowych użytych do wykonania Materiałów. 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, użyczanie 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 jakiejkolwiek 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 Materiałów, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 lutego 1994r. o Prawie Autorskim i Prawach Pokrewnych (Dz. U. z 2006r., Nr 90, poz. 631 z późn. zm.), w ramach wynagrodzenia o którym mowa w § 6 ust. 1 niniejszej Umowy.
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, użyczanie 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 jakiejkolwiek technice, systemie lub formie, z lub bez możliwości zapisu,
 - wszelkie publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, wykonywanie, wystawianie.
6. Wykonawca oświadcza, że jego prawa do Materiałów stworzonych przez Wykonawcę oraz Utworów Źródłowych, do których autorskie prawa majątkowe zostały nabyte, nie są i nie będą ograniczone w zakresie objętym niniejszą umową. 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.
7. Wykonawca oświadcza, że Materiały stworzone, lub Utwory Źródłowe do których jakiegokolwiek prawa zostały lub zostaną nabyte celem realizacji niniejszej Umowy, nie naruszają praw autorskich osób trzecich, uprawnień jakiegokolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, przepisów ustawy z dn. 16.04.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. 2003, Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.), są wolne od niedozwolonych zapożyczeń oraz nie mają miejsca żadne inne okoliczności, które mogłyby narazić Zamawiającego na odpowiedzialność wobec osób trzecich z tytułu eksploatacji Materiałów lub Utworów Źródłowych.
8. Wykonawca zabezpiecza Zamawiającego i zwalnia z odpowiedzialności w odniesieniu do roszczeń osób trzecich związanych z naruszeniem praw autorskich, zarówno majątkowych, jak i osobistych, roszczeń osób trzecich zgłoszonych w związku z rozpowszechnianiem ich wizerunków utrwalonych zgodnie z postanowieniami niniejszej Umowy, wszelkich innych roszczeń związanych z uprawnieniami z Materiałów lub Utworów Źródłowych, a także w odniesieniu do roszczeń lub odpowiedzialności Zamawiającego związanej z nieprawdziwością któregośkolwiek z oświadczeń lub zapewnień złożonych przez Wykonawcę.
9. W razie wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami skierowanymi do Zamawiającego z tytułu naruszenia majątkowych praw autorskich, Wykonawca dostarczy niezbędne dokumenty wykazujące jego prawa i potwierdzające brak ich naruszenia, 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 wezwania do zapłaty Zamawiającego.

10. Wykonawca w ramach wynagrodzenia określonego w § 6 pkt.1, zobowiązuje się do przeniesienia na Zamawiającego wraz z majątkowymi prawami autorskimi z Materiałów, prawa do wykonywania i wyrażania zgody na wykonywanie zależnych praw autorskich, o których mowa w art. 2 i art. 46 ustawy o Prawie Autorskim, w tym między innymi prawo tworzenia utworów zależnych i dokonywania zmian w Materiałach.
11. Strony jednocześnie potwierdzają, że prawa autorskie do wszelkich przeróbek, modyfikacji i adaptacji Materiałów (w tym prawo do korzystania i dysponowania nimi) będą stanowiły wyłączną własność Zamawiającego zgodnie z zakresem wskazanym w ust. 5 powyżej.
12. Strony potwierdzają, że wszelkie nabyte przez Zamawiającego na podstawie niniejszej Umowy, majątkowe prawa autorskie do Materiałów oraz Utworów Źródłowych, mogą zostać przeniesione na dowolną osobę trzecią wyznaczoną przez Zamawiającego.
13. 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 Materiałów oraz licencji do Utworów Źródłowych.
14. Wykonawca ma prawo pozostawić u siebie utrwalony Materiał, jedynie do celów własnej dokumentacji i prezentacji własnych dokonań, wyłącznie za zgodą Zamawiającego, wyrażoną na piśmie pod rygorem nieważności.

§ 8 Obowiązek dochowania tajemnicy

1. Wykonawca zobowiązuje się do zachowania w tajemnicy wszelkich informacji poufnych lub tajemnic handlowych Zamawiającego pozyskanych w wyniku współpracy przy realizacji niniejszej Umowy. Przez „informacje poufne” rozumie się wszelkie informacje, z wyjątkiem dostępnych powszechnie, uzyskane przez Wykonawcę, bez względu na formę ich uzyskania lub przekazania, w związku z zawarciem lub realizacją Umowy, a także treść tej Umowy.
2. Odpowiedzialność Wykonawcy za dochowanie tajemnicy obejmuje również zachowania ich pracowników, podwykonawców i innych osób współpracujących z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązuje się także do niewykorzystywania informacji poufnych i tajemnic handlowych Zamawiającego do celów niezwiązanych z należyтым wykonaniem niniejszej Umowy. Zakaz ten obowiązuje Wykonawcę przez czas nieograniczony.

§ 9 Kary umowne

1. W razie opóźnienia Wykonawcy w przygotowaniu lub przedstawieniu Zamawiającemu harmonogramu działań, o którym mowa w § 2 ust. 2 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia



Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy dzień opóźnienia.

2. W razie opóźnienia Wykonawcy w przygotowaniu lub przedstawieniu Zamawiającemu mediaplanu, o którym mowa w § 2 ust. 2 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy dzień opóźnienia.
3. W razie nie spełnienia przez Wykonawcę obowiązku zapewnienia odpowiedniego poziomu językowego w Materiałach, o którym mowa w § 2 ust. 4 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy dzień w którym ów obowiązek nie będzie spełniony.
4. W razie nie spełnienia przez Wykonawcę obowiązku umieszczania w Materiałach logotypów, znaków lub adnotacji, o czym mowa w § 2 ust. 5 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy dzień, w którym w/w obowiązek nie będzie spełniony.
5. W razie nie przygotowania przez Wykonawcę Materiałów w taki sposób, aby były one zgodne ze wskazówkami użycia znaków UEFA, o czym mowa w § 2 ust. 6 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy Materiał, w którym w/w obowiązek nie będzie spełniony.
6. W razie nie spełnienia przez Wykonawcę obowiązku zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym, o czym mowa w § 3 ust. 3 niniejszej Umowy, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każdy dzień, w którym w/w obowiązek nie będzie spełniony.
7. Za naruszenie przez Wykonawcę klauzuli poufności określonej w § 8 ust. 1 i 2, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 5% wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust.1, za każde naruszenie klauzuli poufności.
8. Za odstąpienie od umowy przez Zamawiającego z przyczyn leżących po stronie od Wykonawcy, a w szczególności przyczyn, o których mowa w § 12 ust. 1 pkt. a), c), d), e), f), Wykonawca zapłaci zamawiającemu karę umowną w wysokości 15 % o którym mowa w § 5 ust.1.
9. Prawo odstąpienia nie ogranicza prawa Zamawiającemu do żądania od wykonawcy zapłaty kar umownych.
10. Zamawiający uprawniony jest do dokonania potrącenia kwot należnych z tytułu kar umownych z kwoty wynagrodzenia Wykonawcy wskazanego w § 5 ust. 1 oraz kwoty zabezpieczenia wskazanego w § 11 ust. 1 niniejszej Umowy.
11. Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, w przypadku gdy wartość szkody



- przekracza wysokość kar umownych.
12. Zapłata kary lub kar umownych, jak również ich potrącenie przez Zamawiającego, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku wykonania Przedmiotu Umowy.

§ 10 Zmiana umowy

Zamawiający dopuszcza zmianę niniejszej umowy w obszarze wynikającym z zaistnienia sytuacji, o której mowa w § 6 ust. 2.

§ 11 Zabezpieczenie należytego wykonania umowy

1. Strony ustalają zabezpieczenie należytego wykonania umowy, zwane dalej zabezpieczeniem, w wysokości 2,5 % wartości przedmiotu umowy brutto co stanowi kwotę **PLN** (słownie: złotych).
2. Zabezpieczenie zostało wniesione przez Wykonawcę przed podpisaniem umowy w formie
3. Zabezpieczenie służy zaspokojeniu wszelkich roszczeń Zamawiającego z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez Wykonawcę. W szczególności z zabezpieczenia Zamawiający ma prawo potrącić należne mu kary umowne i inne roszczenia względem Wykonawcy.
4. W przypadku zaspokojenia przez Zamawiającego swojego roszczenia z w/w zabezpieczenia, Wykonawca zobowiązany jest do uzupełnienia zabezpieczenia do kwoty wskazanej w ust. 1 niniejszego paragrafu, w terminie 3 dni od daty uszczuplenia przedmiotowego zabezpieczenia.
5. Całość zabezpieczenia należytego wykonania umowy zostanie zwrócona Wykonawcy w ciągu 30 dni od dnia należytego wykonania Umowy, co zostanie stwierdzone przez Zamawiającego na piśmie, pod rygorem nieważności.

§ 12 Warunki odstąpienia od umowy

1. Poza przypadkami określonymi wprost w przepisach Kodeksu cywilnego, Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo odstąpienia od Umowy w przypadku:
 - a. naruszenia przez Wykonawcę praw autorskich oraz praw pokrewnych lub dóbr osobistych osób trzecich w okresie realizacji Przedmiotu Umowy;
 - b. zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia niniejszej Umowy;
 - c. gdy przedmiot umowy nie będzie spełniał wymagań przedmiotowych i funkcjonalnych określonych niniejszą Umową, a w szczególności w załącznikach do Umowy;
 - d. gdy jakość świadczonych usług będzie niższa niż określona w Umowie;
 - e. nastąpi niedotrzymanie warunków wskazanych z Załączniku nr 1 i nr 2 do niniejszej umowy, a w szczególności nieosiągnięcie zadeklarowanych w ofercie wskaźników sukcesu, o których mowa w § 6 ust. 1 niniejszej



umowy;

f. gdy Wykonawca nie będzie realizował niniejszej Umowy przez okres dłuższy niż 14 dni kalendarzowych, tj. zaprzestanie jej wykonywania.

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 przez Zamawiającego wiadomości, o zaistnieniu podstaw do odstąpienia od umowy.

2. Prawo odstąpienia od Umowy przysługuje również Zamawiającemu w szczególności, w przypadku, gdy Ministerstwo Gospodarki (Instytucja Pośrednicząca dla Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka) odmówi dalszego współfinansowania projektu, do czego jest uprawniona na mocy umowy o dofinansowanie projektu w ramach Działania 6.3 POIG „Promujmy Polskę Razem”, o ile Zamawiający zawiadomi na piśmie o tym fakcie Wykonawcę w terminie 30 dni od dnia pozyskania informacji.

§ 13 Postanowienia końcowe

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową, zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego, ustawy prawo zamówień publicznych oraz przepisy ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
2. Wszelkie sprawy wynikłe z realizacji niniejszej umowy rozpatrywane będą przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
3. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
4. 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 niniejszej umowy.
5. Wykonawca nie może przenieść całości lub części praw, ani też całości lub części obowiązków wynikających z niniejszej umowy na osobę trzecią bez zgody Zamawiającego wyrażonej w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
6. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.
7. Umowa wchodzi w życie z chwilą jej podpisania.
8. Załączniki do niniejszej umowy stanowią jej integralną część.

Załączniki:

Załącznik nr 1 – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia.

Załącznik nr 2 – Formularz Ofertowy Wykonawcy wraz z załącznikami.

Załącznik nr 3 – Wzory logotypów.

Załącznik nr 4 – Zasady korzystania z symboliki turniejowej UEFA.



WYKAZ OSÓB

Oświadczamy, że reprezentowany przez nas Wykonawca do realizacji zamówienia skieruje następujące osoby:

L.p.	Imię i nazwisko	Podstawa dysponowania osobą ¹	Zakres wykonywanych czynności	Posiadane doświadczenie ²
a	b	c	d	e
1.				☐ specjalizacja w tworzeniu strategii on-line, ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie na rynkach zagranicznych
2.				☐ co najmniej trzyletnie doświadczenie w planowaniu i zakupie mediów internetowych na rynkach zagranicznych, szczególnie na rynkach wskazanych do kampanii
3.				☐ zespół kreatywny/interactive specjalizująca w realizacji projektów internetowych (tworzenie i produkcja landing pages, formatów display, rich media, wideo, itp.)
4.				
5.				☐ specjalizacja w prowadzeniu kampanii w wyszukiwarkach (SEM) ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w prowadzeniu kampanii za granicą
6.				☐ specjalizacja w optymalizacji stron pod kątem wyszukiwarek (SEO)
7.				☐ Copywriter Rosja posługiwanie się natywnie językiem rynku ☐ co najmniej 3 letnie



				doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu lub zabezpieczy tworzenie reklam w natywnym języku rynku przez podmiot trzeci, ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu na danym rynku
				☐ Copywriter Ukraina posługiwanie się natywnie językiem rynku ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu lub zabezpieczy tworzenie reklam w natywnym języku rynku przez podmiot trzeci, ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu na danym rynku
				☐ Copywriter Holandia posługiwanie się natywnie językiem rynku ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu lub zabezpieczy tworzenie reklam w natywnym języku rynku przez podmiot trzeci, ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu na danym rynku
				☐ Copywriter Czechy posługiwanie się natywnie językiem rynku ☐ co najmniej 3 letnie



				doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu lub zabezpieczy tworzenie reklam w natywnym języku rynku przez podmiot trzeci, ☐ co najmniej 3 letnie doświadczenie w pisaniu efektywnych tekstów reklamowych do Internetu na danym rynku
				☐ Community Manager 2 letnie doświadczeniem Community Managera ☐ biegłe posługiwanie się językiem angielskim do prowadzenia i moderowania komunikacji w mediach społecznościowych – o ile w założonej strategii ten kanał komunikacji został przewidziany
				☐ Project Manager co najmniej 3 letnie doświadczeniem w prowadzeniu projektów internetowych z budżetem powyżej 1,5 mln. złotych

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. Nie zaznaczenie warunków spowoduje, że Zamawiający nie uzna danej osoby za spełniającą warunki udziału w postępowaniu określone w SIWZ.

..... dn.

.....

(podpis uprawnionego przedstawiciela Wykonawcy)

