



Polska Organizacja Turystyczna

ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa
REGON: 016213775, NIP: 525 21 50 196

znak sprawy: 10/ 4 /2015

OGŁOSZENIE O KONKURSIE OFERT

Przedmiot:

Koprodukcja i emisja materiałów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez wykorzystanie wydarzenia ” Tydzień Turystyki Polskiej”, który odbędzie się w trakcie Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie.

Warszawa, kwiecień, 2015r.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



1. Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego

Polska Organizacja Turystyczna

– 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

d) e-mail: pot@pot.gov.pl

2. Przedmiot zamówienia:

Polska Organizacja Turystyczna zaprasza do składania ofert w otwartym konkursie dotyczących zamówienia, którego przedmiotem jest Koprodukcja i emisja materiałów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez wykorzystanie wydarzenia „Tydzień Turystyki Polskiej”, który odbędzie się w trakcie Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie, w terminie 18-24 maja 2015r.

Zakres promocji będzie obejmował:

1. Przygotowanie relacji z otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie, które odbędzie się dnia 18 maja 2015 roku
2. Współrealizację materiałów emitowanych np. przy prognozie pogody lub innym oznaczającym się wysoką oglądalnością czasie antenowym (prime time) w 6 prezentujących się podczas Tygodnia Turystyki Polskiej regionach Polski: Podlasie, Świętokrzyskie, Lubelszczyzna, Małopolska, Dolny Śląsk, Mazowieckie

Założenia programowe powinny obejmować:

1. Felieton z wieczoru otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie podczas EXPO’ 2015”
2. Zaprogramowanie kilkuminutowych wejść antenowych (w tym wejścia live) promujących walory oraz atrakcje turystyczne regionów z uwzględnieniem informacji na temat projektu „Promujmy Polskę Razem”
3. Rozmowy ze wskazanymi przez POT reprezentantami POT i Regionów
4. Felieton podsumowujący Tydzień Turystyki Polskiej
5. Inne atrakcyjne i oznaczające się wysoką oglądalnością formy programowe, które będą wpływały na promocję projektu „Promujmy Polskę Razem”.
6. Archiwizację wyemitowanych materiałów i przekazanie POT kopii tychże materiałów.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi załącznik nr 1 do niniejszego ogłoszenia.

3. Kryteria udziału w Konkursie :

W postępowaniu mogą uczestniczyć osoby/podmioty, które:

1. Są uprawnione do wykonywania określonej działalności.
2. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie, a także potencjał techniczny do wykonania niniejszego zamówienia.
3. Znajdują się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia.
4. Złożą ważną ofertę w terminie wyznaczonym do składania ofert.

4. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami.

Osoba upoważniona do kontaktowania się z Wykonawcami w godzinach od 09.00 do 16.00 – Jolanta Grus, tel. 22/536 71 14, e-mail: jolanta.grus@pot.gov.pl

5. Opis sposobu przygotowania ofert.

1. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, oferty zostaną odrzucone.
2. Wykonawca pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni.
3. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
4. Złożona oferta powinna zawierać następujące informacje:
 - a) Koszt wykonania (kwota brutto) całego przedmiotu zamówienia
 - b) Proponowany zasięg nie mniejszy niż 1 000 000 odbiorców
 - c) Podpisane oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w konkursie (załącznik nr 2 do niniejszego zapytania).

6. Miejsce i termin złożenia oferty:

- 1) Ofertę należy przysyłać e-mailem na adres: anna.sloniewicz@pot.gov.pl lub dostarczyć na adres: Polska Organizacja Turystyczna, 00-613 Warszawa, ul. Chałubińskiego 8.
- 2) Termin składania ofert upływa **w dniu 06 maja 2015 o godz. 12:00.**
- 3) Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.

7. Kryteria oceny ofert:

1. Cena podana w ofercie jest ceną za wykonanie całego zamówienia. Cena powinna zawierać wszystkie elementy związane z prawidłową realizacją zamówienia.
2. Wykonawca podaje cenę ofertową jako wartość brutto w PLN z należnym podatkiem VAT.
3. Przy wyborze oferty najkorzystniejszej Zamawiający zastosuje kryterium „cena”- 40% oraz kryterium „zasięg”- 60%, przy czym proponowany zasięg nie może być mniejszy niż 1 000 000 odbiorców.
4. Zamawiający oceniać będzie złożone oferty wyłącznie w oparciu o wskazane kryteria, przy czym:
 - a) punkty w kryterium cena Zamawiający przyzna zgodnie ze wzorem:
$$\text{Cena oferty} = \text{cena najniższej oferty} / \text{cena badanej oferty} \times 40;$$
 - b) Punkty w kryterium „zasięg” Zamawiający przyzna zgodnie ze wzorem:
$$\text{Zasięg} = \text{zasięg w badanej ofercie} / \text{największy zaoferowany zasięg} \times 60$$

Zamawiający przyzna ofercie punkty po zsumowaniu punktów uzyskanych w kryteriach opisanych powyżej.

Suma punktów oferty = punkty z lit. a + punkty z lit. b

Maksymalna ilość punktów, jaką może osiągnąć oferta wynosi 100 punktów.

5. Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która zdobędzie największa ilość punktów.

8. Modyfikacja treści ogłoszenia o otwartym konkursie ofert:

W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić ogłoszenie o otwartym konkursie ofert. W takim przypadku zmienione ogłoszenie zostanie przekazane niezwłocznie tym Wykonawcom, którym przekazano pierwotne ogłoszenie oraz zamieszczone na stronie internetowej Zamawiającego. Jeżeli w wyniku zmiany ogłoszenia niezbędny będzie dodatkowy czas na przygotowanie nowej oferty lub wprowadzenie zmian w ofercie pierwotnej, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.

9. Informacje dodatkowe:

1. Do przedmiotowego postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013r, poz. 907 ze zmianami);
2. Zawiadomienie o wyborze oferty nie stanowi przyjęcia oferty;
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - a) odwołania postępowania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie,
 - b) zamknięcia postępowania bez dokonania wyboru oferty,
 - c) zmiany terminów wyznaczonych w ogłoszeniu,
 - d) żądania szczegółowych informacji i wyjaśnień od wykonawców na każdym etapie postępowania.
4. W przypadku skorzystania przez Zamawiającego z któregośkolwiek uprawnienia wskazanego w pkt 3) wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia z tytułu udziału w postępowaniu.
5. Zamawiający dopuszcza możliwość zawarcia umowy na wzorze wykonawcy z uwzględnieniem zapisów istotnych postanowień umowy stanowiących załącznik nr 4 do niniejszego ogłoszenia.

Załączniki:

Załącznik nr 1: Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Załącznik nr 2: Wzór Oświadczenia Wykonawcy

Załącznik nr 3: Wzór Formularza Ofertowego

Załącznik nr 4: Istotne postanowienia umowy

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest wspólne wyprodukowanie i emisja programów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez wykorzystanie materiałów Polskiej Organizacji Turystycznej dotyczących Tygodnia Turystyki Polskiej (18-24 maja 2015), który odbędzie się w trakcie Światowej Wystawy EXPO'2015 w Mediolanie

Zakres promocji obejmuje:

1. Przygotowanie relacji z otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie, które odbędzie się 18 maja 2015 roku
2. Współrealizację materiałów emitowanych np. przy prognozie pogody lub innym oznaczającym się wysoką oglądalnością czasie antenowym (prime time) w 6 prezentujących się podczas Tygodnia Turystyki Polskiej regionach Polski: Podlasie, Świętokrzyskie, Lubelszczyzna, Małopolska, Dolny Śląsk, Mazowieckie

Założenia programowe powinny obejmować:

1. Felieton z wieczoru otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie podczas EXPO' 2015”
2. Zaprogramowanie kilkuminutowych wejść antenowych (w tym wejścia live) promujących walory oraz atrakcje turystyczne regionów z uwzględnieniem informacji na temat projektu „Promujmy Polskę Razem”
3. Rozmowy ze wskazanymi przez POT reprezentantami POT i regionów
4. Felieton podsumowujący Tydzień Turystyki Polskiej
5. Inne atrakcyjne i oznaczające się wysoką oglądalnością formy programowe, które będą wpływały na promocję projektu „Promujmy Polskę Razem”.
6. Archiwizację wyemitowanych materiałów i przekazanie POT kopii tychże materiałów.

Charakterystyka wydarzenia i najważniejsze działania – Tydzień Turystyki Polskiej 18-24 maja 2015

EXPO w Mediolanie jest doskonałą okazją do szerszej promocji produktów turystycznych oraz utrwalenia pozytywnego wizerunku naszego kraju.

Tydzień Turystyki Polskiej realizowany jest w ramach EXPO w Mediolanie w dniach 18-24 maja we współpracy z wybranymi regionami i miastami. W programie Tygodnia Polskiej Turystyki biorą udział: Małopolska, Lubelskie, Podlaskie, Greenvelo, Świętokrzyskie, Warszawa oraz Gminy i Miasta Morskie. Każdemu z regionów poświęcone są odrębne, dedykowane aktywności promocyjne zarówno na terenie EXPO jak i w przestrzeni miejskiej Mediolanu.

- Wszystkie podjęte przez polską stronę aktywności podkreślają, że Polska to kraj o europejskim stylu życia, otwarty i przyjazny, stawiający na nowoczesny design, jednocześnie szanujący tradycję. Z promocją turystyczną Polska Organizacja Turystyczna wpisze się doskonale w ten przekaz. Temat wystawy EXPO 2015 to „Wyżywienie planety, energia dla życia”. Doskonale wpisuje się on w kierunki

promocji turystycznej Polski (Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020, Polska Organizacja Turystyczna), bowiem rekomendowane produkty turystyczne w 2015 roku to m.in. turystyka na terenach wiejskich, turystyka aktywna, spa, wellness i uzdrowiska czy polskie szlaki kulinarne. Temat wystawy zdeterminował też wygląd polskiego pawilonu - ekologiczna oraz interaktywna ażurowa forma z elementów przypominających skrzynki na jabłka, ze sceną usytuowaną przed wejściem. Dodatkowo nowatorski i unikatowy projekt sadu na dachu budynku.

- Najważniejszym elementem działań promocyjnych będzie „Tydzień Polskiej Turystyki” w dniach 18-24 maja 2015 r., podczas którego w pawilonie, na terenach wystawowych i na terenie miasta, organizowane będą różnego rodzaju prezentacje, niekonwencjonalne wydarzenia oraz akcje promocyjne skierowane do szerokiego grona odbiorców. W celu wyłonienia najbardziej kreatywnego i niepowtarzalnego pomysłu ogłoszony został przez Polską Organizację Turystyczną konkurs na scenariusz wydarzeń promocyjnych z uwzględnieniem wydarzenia inauguracyjnego, które poprzez unikatową formę, zachęci zaproszonych gości do odwiedzenia polskiego pawilonu a także do rekomendowania w nim wizyty poprzez publikacje i audycje w mediach.
- W zakres przewidywanych niestandardowych działań marketingowych wejdą wszelkiego rodzaju wydarzenia promocyjne, mające charakter interaktywnych wydarzeń promocyjnych, przedstawień, gier, konkursów, zabaw, ale także akcje ambientowe na stacjach kolejowych i stacjach metra, flash mob w środkach transportu miejskiego czy też niestandardowe formy reklamy w przestrzeni miejskiej. Działania promocyjne związane z EXPO 2015 Polska Organizacja Turystyczna rozpoczęła we wrześniu 2014 r. – zrealizowano 7 podróży prasowych i 2 podróże dla touroperatorów. Powstały także dedykowane wydawnictwa, spośród których na szczególną uwagę zasługuje 4-częściowy komplet: POLSKA – Kultura i sztuka, Dzika natura, Miasta oraz Obiekty UNESCO. Trwają także ostatnie prace nad projektem okolicznościowej, turystycznej mapy Polski.
- Tydzień Polskiej Turystyki w Pawilonie Polskim to szereg rozmaitych aktywności promocyjnych podzielonych ze względu na grupy docelowe - dla mediów i branży m.in. konferencja prasowa z degustacją i koncertem, tematyczne warsztaty dla przedstawicieli branży turystycznej, spotkania dla dziennikarzy - kulinarne podróże po Polsce; - dla konsumentów m.in. konkursy, zabawy i degustacje, przedstawienia interaktywne, wirtualna podróż po Polsce – planner podróży, stoły multimedialne, infokioski oraz centrum informacji turystycznej – książki, albumy, mapy w trzech wersjach językowych: włoskim, angielskim i niemieckim.
- Partnerami Polskiej Organizacji Turystycznej podczas Tygodnia Polskiej Turystyki jest kilka regionów i miast. W wyniku rozmów z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi opracowane zostały poniższe propozycje działań promocyjnych:
 - Małopolskie i Kraków – promocja atrakcyjności turystycznej regionu i miasta z wykorzystaniem campera z grafiką Małopolski oraz Krakowa. Elementem charakterystycznym w promocji będą czerwone korale, zaś promowany produkt turystyczny to turystyka kulturowa i miejska;
 - Green Velo – 5 regionów Polski Wschodniej – najdłuższa trasa rowerowej w Polsce. Wyróżnikiem promocji trasy będzie przyczepa w formie srebrnej kapsuły – kino 5D, produktem turystycznym natomiast turystyka aktywna;

- Świętokrzyskie – promocja turystyki aktywnej
- Dolnośląskie i Wrocław – Wrocław, Europejska Stolica Kultury 2016. W promocji wykorzystane zostaną doświadczenia z projektu Erasmus: „Młodzi i food”, a tematem przewodnim będzie turystyka kulturowa;
- Lubelskie – region podkreśli w swojej promocji otwartość na różne formy kultury oraz unikalną przestrzeń miejską z wykorzystaniem wydarzenia „Carnaval Sztuk-Mistrzów”. Produktem turystycznym będzie turystyka kulturowa i miejska.
- Podlaskie – podstawowym elementem prezentacji będą interaktywne występy i działania wybranej grupy .
- Mazowieckie – podstawowym założeniem działań promocyjnych będą widowiska interaktywne z wykorzystaniem projektów mody wybranych projektantów. Produktem turystycznym będzie turystyka kulturowa, w tym kulinaria (trwają rozmowy).
- Działania promocyjne Polskiej Organizacji Turystycznej nie skończą się wraz z Tygodniem Turystyki Polskiej. Po jego zakończeniu przewidziane są kolejne aktywności promocyjne w postaci podróży studyjnych - dla dziennikarzy, bloggerów, touroperatorów.
- Znakomita większość działań marketingowych zrealizowanych będzie z wykorzystaniem Internetu i urządzeń interaktywnych. Polska Organizacja Turystyczna przygotowała dedykowane aplikacje interaktywne m.in. na infokioski i stoły multimedialne np.: prezentację atrakcji turystycznych również w formie gier, aplikację prezentacyjną i serwerową do prezentacji zdjęć i wyników gier, aplikację mapową. Powstała także aplikacja mobilna na telefony i tablety - Planner Wycieczek.
- Wszystkie realizowane działania promocyjne nawiązywać będą do „Scenariusza ekspozycji w pawilonie polskim na wystawie EXPO 2015 w Mediolanie”, a opisane wyżej propozycje będą elementami uzupełniającymi ten scenariusz, podkreślającymi jednakże turystyczne produkty regionalne. Wykorzystana zostanie linia promocyjna kampanii Polskiej Organizacji Turystycznej „Poland. Come and Find Your Story”.

Charakterystyka wydarzenia – inauguracja Tygodnia Turystyki Polskiej w dniu 18 maja 2015 w trakcie EXPO

Wydarzenie jest swoistą „podróżą” do Polski. Ideą nawiązuje do polskiego pawilonu. Przekaz wzmocniony światłem, dźwiękiem i zapachem.

Wydarzenie składa się z 3 części:

1. Rozpoczęcie z udziałem Ministra Sportu i Turystyki oraz Prezesa POT; prowadzone przez przedstawiciela POT w języku angielskim;
2. Część główna – film promocyjno-informacyjny dotyczący regionów/miast/produktów; rozmowy dwojga prowadzących (dyrektor ZOPOT Rzym oraz podróżnik), swobodne rozmowy prowadzącego z uczestnikami i przedstawicielami regionów/miast; język włoski i angielski
3. Zakończenie - przedstawiciel POT, informacje organizacyjne, catering;

Opis:

Sala główna wydarzenia – zaaranżowana scenografia z najpiękniejszymi, najbardziej charakterystycznymi elementami promowanych miejsc/produktów np. Podlasie – lasy, zwierzyzna; Warszawa – Wisła; scenografia ustawiona w części Sali pod ścianami; doświetlona

światłem ledowym dolnym, punktowym górnym, z możliwością regulacji natężenia - wraz ze zmianą obrazu filmowego na ekranie (region/miasto) dedykowany mu element scenografii zostaje mocniej podświetlony, reszta oświetlenia nieco przygasa; jeden z wydruków wielkoformatowych będzie jednocześnie ekranem tj. biały kwadrat pośrodku obrazu; obraz wyświetlany będzie z projektora.

Goście po przejściu do Sali głównej zapraszani będą do zajęcia miejsc przy stolikach, wolnostojących krzesłach lub przy stołach koktajlowych; na stołach z krzesłami (6-osobowe) stoją małe lampki z dyskretnym światłem, stoliki przykryte obrusami;

wydarzenie prowadzone jest w konwencji spontanicznej, swobodnej, dowcipnej rozmowy, prowadzący musi nawiązać interakcję z publicznością - krótkie dialogi z przypadkowo wybranymi z widowni osobami np. na wstępie: *Czy był Pan w Polsce ? Nie ? Tym bardziej cieszymy się, że możemy Pana gościć dziś tutaj. Po tym spotkaniu z pewnością odrobi Pan tę stratę ☺, A Pani ? Czy Pani była już w Polsce ? Tak, a co najbardziej zapadło w Pani pamięci ?* itp. itd.. 2-, 3-zdaniowe dialogi z 2-, 3-ma osobami.

Kiedy wszyscy uczestnicy są już na sali pierwszy prowadzący, po zakończeniu dialogów, zaprasza na scenę Prezesa POT Rafała Szmytkę i prowadzi z nim krótką rozmowę w języku angielskim

w odniesieniu do wcześniejszych swoich rozmów, mówiąc np. *Panie Prezesie słyszał Pan ? Na sali są osoby, które jeszcze nie były w Polsce ? Jak Pan zamierza to zmienić bo chyba Pan zamierza ? ☺*. Prezes ma krótką, dynamiczną wypowiedź w języku angielskim; po zakończeniu wypowiedzi Prezesa prowadzący swobodnie, płynnie, w nawiązaniu do wypowiedzi Prezesa, przechodzi do zaproszenia na scenę Ministra Sportu i Turystyki, zapraszając go pytaniem do wypowiedzi; wypowiedź Ministra jest nieco dłuższa i bardziej oficjalna. Po zakończeniu tej części wystąpienia prowadzący zaprasza wszystkich do obejrzenia krótkiej reklamy Polski na poparcie słów obydwu Panów; film (2-3 min.), przedstawiający to z czym (wg badań i naszej wiedzy) Włochom najbardziej kojarzy się Polska, poprzez dynamiczny rozwój infrastruktury turystycznej i jakość i styl życia; film z włoskim lektorem; w tym czasie wszyscy troje zajmują miejsca na widowni;

po zakończeniu „reklamy” Polski prowadzący zaprasza na scenę p. dyr. Małgorzatę Furdal (ZOPOT Rzym) i oddaje jej głos - ta część prowadzona w języku włoskim i polskim

Dyrektor ZOPOT przedstawia się i zaprasza wszystkich gości do odbycia podróży do Polski, w której to podróży wraz ze współprowadzącym będą przewodnikami – zaprasza do siebie współprowadzącego; do uczestników zwraca się słowami *A teraz proszę Państwa o wygodne zajęcie miejsc, zrelaksowanie się – udajemy się w podróż do niepowtarzalnej Polski;*

na sali roznosi się wzmocniony zapach (aromamarketing); światła nieco przygasają; słyszymy dźwięk samolotu; na ekranie widzimy pierwszy film – Polska z lotu ptaka, zbliżenie na pierwszy region – Małopolska, Kraków (z każdego regionu wyselekcjonujemy najbardziej charakterystyczne

i sugestywne w przekazie elementy promocyjne; każda podróż musi trwać maksymalnie 3-4 minuty):

- ICE – nowoczesne architektonicznie i technologicznie centrum kongresowe; obrazowi towarzyszy gwar uczestników konferencji;
- krakowski rynek – sukiennice, podziemia, restauracje, kawiarnie; obrazowi towarzyszy gwar uliczny, szum rozmów w restauracjach;
- szopki noworoczne – obrazy z wystawy szopek bożonarodzeniowych; dźwięki dzwonków świątecznych, gwar, śmiech, muzyka świąteczna

Podczas filmu opowieść snuje współprowadzący, okraszając opowieść anegdotami lub ciekawostkami z regionu; może też rozmawiać z uczestnikami; całość jednej części promocyjnej dla regionu trwać nie dłużej niż 5 minut;

Dolnośląskie, Wrocław:

- Wrocław – Europejska Stolica Kultury (z uwzględnieniem europejskiego Szlaku Zamków i Pałaców); dźwięki miasta, gwar uliczny; kawałek sztuki teatralnej itp.;
- tradycja – Fabryka ceramiki w Bolesławcu; dźwięki charakterystyczne manufaktury ceramicznej typu stukot naczyń, szczęk, brzękanie naczyń

Podlaskie, Lublin; szlak Green Velo:

- przyroda, natura – dźwięki lasu, szum, ptaki, odgłosy zwierząt; odgłosy dzwonków rowerowych, wesołej rozmowy podróżujących;
- Carnaval Sztuk-Mistrzów – dźwięk towarzyszący wydarzeniu

Miasta i gminy Morskie:

- Gdańsk – Światowa Stolica Bursztynu; szum morza, cisza, zaczarowany świat – adekwatna muzyka; prezentujemy biżuterię, lampy, żyrandole, witraże z bursztynu.

Każdej części promocyjnej towarzyszy ten sam zamysł co opisanemu wyżej pierwszemu etapowi dot. Małopolski, schemat postępowania tj. opowieść, rozmowa, zakończenie.

Film może zakończyć scena – szum morza, rozległa plaża; zbliżenie na malutki bursztynek w piasku plaży, cisza. Koniec.

Koncert – trio KROKE z Krakowa – ok. 20 min.

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

Dotyczy otwartego konkursu ofert na koprodukcję i emisję materiałów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez wykorzystanie wydarzenia ” Tydzień Turystyki Polskiej”, który odbędzie się w trakcie Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie.

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY

Działając w imieniu i na rzecz Wykonawcy (dane Wykonawcy):

Nazwa: _____

Adres siedziby: _____

oświadczam(y), że:

- 1) posiadam(y) uprawnienia do wykonywania działalności objętej przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
- 2) posiadam(y) niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuję(emy) potencjałem technicznym do wykonania zamówienia,
- 3) znajduję (emy) się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia

.....
Podpis osoby upoważnionej
do reprezentowania Wykonawcy

Formularz ofertowy

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

DANE WYKONAWCY

.....

NIP REGON

Adres, na który Zamawiający powinien przysyłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

.....Numer telefonu:

e-mail:

W odpowiedzi na ogłoszenie o konkursie ofert składam/my niniejszą ofertę na:

**Koprodukcję i emisję materiałów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem”
poprzez wykorzystanie wydarzenia ” Tydzień Turystyki Polskiej”, który odbędzie się w
trakcie Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie, w dniach 18-24 maja 2015r.
za cenę*:**

.....**brutto PLN**

(słownie:)

Proponowany zasięgodbiorców (nie mniej niż 1 000000)

Oświadczam(y), że zapoznałem(liśmy) się z warunkami ogłoszenia o otwartym konkursie ofert Zamawiającego i nie wnoszę(simy) do niego żadnych zastrzeżeń oraz, że zdobyłem(liśmy) konieczne informacje i wyjaśnienia do przygotowania oferty. Uważam/my się za związanych niniejszą ofertą przez 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert.

Zobowiązuję (my) się, w przypadku wyboru naszej oferty do realizacji zamówienia za podaną w ofercie kwotę i na warunkach określonych w istotnych postanowieniach umowy dołączonych do ogłoszenia.

.....
Podpis osoby upoważnionej
do reprezentowania Wykonawcy

Istotne postanowienia umowy

§ 1

Przedmiot umowy

Przedmiotem zamówienia jest wspólne wyprodukowanie i emisja programów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez wykorzystanie materiałów Polskiej Organizacji Turystycznej dotyczących Tygodnia Turystyki Polskiej (18-24 maja 2015), który odbędzie się w trakcie Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie.

Zakres promocji będzie obejmował:

- a) Przygotowanie relacji z otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie, które odbędzie się 18 maja 2015 roku
- b) Współrealizację materiałów emitowanych np. przy prognozie pogody lub innym oznaczającym się wysoką oglądalnością czasie antenowym (prime time) w 6 prezentujących się podczas Tygodnia Turystyki Polskiej regionach Polski: Podlasie, Świętokrzyskie, Lubelszczyzna, Małopolska, Dolny Śląsk, Mazowieckie

Założenia programowe powinny obejmować:

- 1. Felieton z wieczoru otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej w Mediolanie podczas EXPO’ 2015”
- 2. Zaprogramowanie kilkuminutowych wejść antenowych (w tym wejścia live) promujących walory oraz atrakcje turystyczne regionów z uwzględnieniem informacji na temat projektu „Promujmy Polskę Razem”
- 3. Rozmowy ze wskazanymi przez POT reprezentantami POT i regionów
- 4. Felieton podsumowujący Tydzień Turystyki Polskiej
- 5. Inne atrakcyjne i oznaczające się wysoką oglądalnością formy programowe, które będą wpływały na promocję projektu „Promujmy Polskę Razem”.
- 6. Archiwizację wyemitowanych materiałów i przekazanie POT kopii tychże materiałów.

§ 2

Zobowiązania stron w ramach umowy

- 1. W celu wykonania niniejszej umowy POT zobowiązuje się do:
 - a).....
 - b).....
- 2. W celu wykonania niniejszej umowy Wykonawca zobowiązuje się do:

- a)
b).....

§ 3

Termin realizacji zamówienia

Umowa niniejsza będzie realizowana w dniach 18 maja – 15 czerwca 2015r.

§ 4

Wynagrodzenie

1. POT zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w wysokości..... zł. brutto (słownie:.....) za prawidłowo wykonane świadczenia w ramach umowy określone w § 2 ust. 2 lit..., Pozostałe obowiązki Wykonawca wykona na własny koszt.
2. Warunki płatności: płatność nastąpi w terminie 14 dni po dostarczeniu przez Wykonawcę i przyjęciu przez POT prawidłowo wystawionej faktury na podstawie protokołu odbioru podpisanego przez Strony umowy bez zastrzeżeń oraz po przedstawieniu przez Wykonawcę raportu dotyczącego oglądalności.
3. Za dzień zapłaty uważany jest dzień wystawienia przez Zamawiającego polecenia przelewu bankowego.
4. POT wykona swoje obowiązki, o których mowa w § 2 ust. 1 na własny koszt.

§ 5

Kary umowne

W przypadku niewykonania przez Wykonawcę zobowiązań wynikających z Umowy, Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo żądania od Wykonawcy zapłaty kary umownej w wysokości 30 % wartości umowy.

§ 6

Prawa autorskie

1. Wraz z wykonaniem poszczególnych utworów w ramach realizacji niniejszej umowy Strony stają się współautorami tych utworów w częściach odpowiadających ich udziałom w sfinansowaniu produkcji, o których mowa....., tj.....%.

§ 7
Odstąpienie od umowy

Prawo odstąpienia od umowy przysługuje Zamawiającemu 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.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA