

**SPECYFIKACJA
ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

Dyrektor Instytutu Książki
ul. Zygmunta Wróblewskiego 6
31-148 Kraków

zaprasza do złożenia oferty

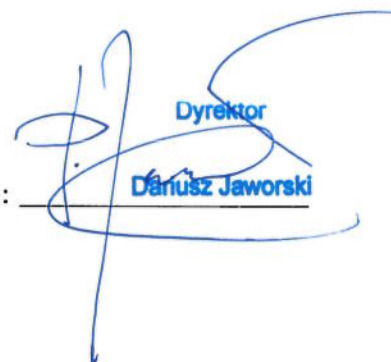
w

postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego
na: usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w
Polsce

Postępowanie 261-09/17

Kraków, dnia 28.07.2017 r.

Zatwierdzam: _____


Dyrektor
Dariusz Jaworski

I. Nazwa i adres zamawiającego.

Instytut Książki

ul. Zygmunta Wróblewskiego 6

31-148 Kraków

email: j.michalski@instytutksiazki.pl

II. Tryb udzielenia zamówienia.

Postępowanie jest prowadzone w trybie **przetargu nieograniczonego**, zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 ze zm.) zwaną dalej ustawą Pzp oraz wydane na jej podstawie rozporządzenia.

III. Opis przedmiotu zamówienia.

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce w IV kwartale 2017 roku.

Zamawiający przyjął następujące założenia dotyczące przedmiotowej Kampanii:

Kampania skierowana szczególnie do osób w wieku produkcyjnym, ale też emerytalnym (rodzice i dziadkowie), wykorzystująca reklamę ambientową (zarówno ATL jak i BTL). W ramach zamówienia Wykonawca zapewni przygotowanie koncepcji, stworzenie i publikację materiałów objętych kampanią i przeprowadzenie działań (w tym kompleksowej identyfikacji wizualnej) w szczególności w następującym zakresie:

ATL: reklama telewizyjna (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), reklama radiowa (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), reklama outdoorowa (stworzenie i druk materiałów, wynajęcie nośników), media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram, YT)

BTL: guerrilla marketing (zaplanowanie i wykonanie niekonwencjonalnych działań promocyjnych w przestrzeni publicznej), marketing wirusowy (virale internetowe, memy) i event marketing (zaplanowanie i przeprowadzenie eventów promujących czytelnictwo w ramach dużych wydarzeń kulturalnych niezwiązanych z czytelnictwem, odbywających się IV kwartale 2017 roku w Polsce).

W zakres przedmiotu zamówienia wchodzi w szczególności:

- 1) przygotowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej,
 - 2) przygotowanie koncepcji strategicznej kampanii,
 - 3) przygotowanie planu mediów kampanii,
 - 4) przygotowanie kontentu kampanii, t.j. wszystkich materiałów niezbędnych do realizacji kampanii – hasła bądź haseł, spotów promocyjnych, reklamy outdoorowej (dla radio, tv, Internetu), spotu promocyjnego do telewizji (w wersji 15/30/60 sekund), a jeżeli zajdzie taka potrzeba, również krótszych form (np. zapowiedzi sponsorskie, dzingle), strony internetowej i kont w mediach społecznościowych (virali i memów w nowych mediach),
 - 5) stworzenie identyfikacji wizualnej kampanii (w tym: logotypu i księgi znaku oraz wszelkich niezbędnych materiałów graficznych, które zostaną wykorzystane w ramach kampanii);
 - 6) zaprojektowanie graficzne i funkcjonalne profili w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter) oraz kreatywne administrowanie nimi,
 - 7) przeprowadzenie działań promocyjnych ATL* i BTL** w mediach tradycyjnych (radio, telewizja) i społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram, YT) - część z nich ambientowych – zaproponowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiającego.
2. Na sfinansowanie zamówienia Zamawiający zamierza przeznaczyć kwotę 3.238.000,00 złotych brutto.
 3. Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych; 79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe, 79341000-6 Usługi reklamowe, 79341100-7 Doradcze usługi reklamowe, 79341200-8 Usługi zarządzania reklamą, 79342000-3 Usługi

marketingowe, 79342100-4 Usługi marketingu bezpośredniego, 92221000-6 Usługi produkcji telewizyjnej, 92211000-3 Usługi produkcji radiowej, 79952000-2 Usługi w zakresie organizacji imprez.

4. Szczegółowe określenie przedmiotu zamówienia stanowi Opis Przedmiotu Zamówienia (załącznik nr 4 do SIWZ). Przedmiotowe zamówienie powinno być ponadto zrealizowane zgodnie z wzorem umowy (załącznik nr 5 do SIWZ).
5. Stosownie do wymagań art. 29 ust. 3a ustawy Pzp Zamawiający wymaga zatrudnienia na podstawie umowy o pracę przez Wykonawcę lub podwykonawcę osób wykonujących wskazane poniżej czynności w trakcie realizacji zamówienia:
 - 1) wszystkie czynności z zakresu przygotowania i przeprowadzenia kampanii reklamowej w zakresie realizowanym przez osoby na stanowiskach kierownika projektu i kierownika kreatywnego.

Zasady związane z dokumentowaniem i weryfikowaniem spełniania tego wymogu zostały określone we wzorze umowy (załącznik nr 5 do SIWZ).

6. W przypadku gdy Zamawiający w opisie przedmiotu zamówienia wskazał nazwy, znaki towarowe, patenty lub typy materiałów czy produktów, bądź ich producentów, Zamawiający dopuszcza oferowanie produktów równoważnych pod warunkiem, że zapewnią uzyskanie parametrów technicznych nie gorszych od określonych w niniejszej SIWZ. Ewentualne wskazanie tych informacji ma na celu jedynie przybliżyć wymagania, których nie można było opisać przy pomocy dostatecznie dokładnych i zrozumiałych określeń. Każdorazowo gdy wskazana jest w niniejszej SIWZ lub załącznikach do niej taka informacja, należy przyjąć, że w odniesieniu do niej użyto sformułowania „lub równoważna”. Za kryterium uznania bądź nieuznania przez Zamawiającego równoważności oferowanego produktu względem produktu wskazanego w opisie przedmiotu zamówienia uważa się przy tym cechy produktu opisane w niniejszej SIWZ.
7. W przypadku gdy Zamawiający użył w opisie przedmiotu zamówienia normy, aprobaty, specyfikacje techniczne i systemy odniesienia, o których mowa w art. 30 ust. 1-3 Ustawy Pzp należy rozumieć jako przykładowe. Zamawiający zgodnie z art. 30 ust. 4 Ustawy Pzp dopuszcza w każdym przypadku zastosowanie rozwiązań równoważnych opisywanym w treści SIWZ. Każdorazowo gdy wskazana jest w niniejszej SIWZ lub załącznikach do SIWZ norma, należy przyjąć, że w odniesieniu do niej użyto sformułowania „lub równoważna”.
8. Zamawiający zgodnie z art. 36a ust. 2 pkt 1 ustawy Pzp zastrzega obowiązek osobistego wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia tj. wykonanie szczegółowej koncepcji kreatywnej i koncepcji strategicznej. W pozostałym zakresie Zamawiający dopuszcza wykonanie przedmiotu zamówienia przy udziale podwykonawców. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie (w Formularzu Oferty) zakresu zamówienia, którego wykonanie powierzy podwykonawcom oraz nazw podwykonawców.
9. Zamawiający przewiduje możliwość udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp, wartości nie przekraczającej 50% wartości niniejszego zamówienia (zamówienie podstawowe). Zamówienia uzupełniające mogą polegać na powtórzeniu całości lub części świadczeń objętych przedmiotem zamówienia podstawowego, w szczególności świadczeń wyszczególnionych Opisie przedmiotu załączenia zawartym w załączniku nr 4 do SIWZ, zgodnych z przedmiotem zamówienia podstawowego.

IV. Termin wykonania zamówienia

Wykonawca jest zobowiązany wykonać zamówienie w terminie do **20 grudnia 2017 r.**

V. Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków.

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy nie podlegają wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 oraz art. 24 ust. 5 pkt. 1 ustawy Pzp oraz spełniają warunki o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp dotyczące:

1.1 kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów:

Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

1.2 sytuacji ekonomicznej lub finansowej:

Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

1.3 zdolności technicznej lub zawodowej:

1.3.1 zdolność techniczną lub zawodową wykonawcy:

O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który wykaze wykonanie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie - co najmniej trzech usług, których przedmiotem było przygotowanie i przeprowadzenie kampanii reklamowych i/lub społecznych obejmujących co najmniej: działania w mediach tradycyjnych (minimum telewizja, radio, outdoor) oraz w Internecie i z wykorzystaniem mediów społecznościowych, o zasięgu ogólnokrajowym i wartości nie mniejszej niż 1 000 000 zł brutto każda, w tym min. jednej kampanii społecznej dla organizacji non-profit przez co będą rozumiane organizacje pozarządowe, instytucje samorządowe lub rządowe.

W ramach tych usług Wykonawca musi udokumentować ponadto:

- współpracę z minimum 1 domem mediowym przy zakupie mediów (w szczególności: telewizja, radio, outdoor, internet, social media) na potrzeby realizacji kampanii;
- współpracę z min. 1 producentem telewizyjnych spotów reklamowych na potrzeby realizacji kampanii.

1.3.2 wykształcenie, kwalifikacje zawodowe, doświadczenie, potencjału technicznego wykonawcy lub osób skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia:

O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który wykaze, że dysponuje lub będzie dysponował co najmniej następującymi osobami, które będą uczestniczyć w wykonaniu zamówienia, które mają pełnić następujące funkcje w jego realizacji:

- a) **Kierownik projektu** (1 osoba) - posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego w zakresie pełnienia funkcji kierowniczych przy przygotowaniu i prowadzeniu kampanii reklamowych i/lub społecznych w mediach tradycyjnych (radio, telewizja, outdoor) oraz w Internecie (serwisy internetowe i media społecznościowe);
- b) **Kierownik kreatywny** (1 osoba) - posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego na tym stanowisku lub stanowisku równorzędnym przy przygotowaniu i prowadzeniu kampanii reklamowych i/lub społecznych, w tym minimum jednej kampanii społecznej obejmującej działania co najmniej: z wykorzystaniem mediów tradycyjnych (telewizja, radio, outdoor) oraz Internetu (serwisy internetowe i media społecznościowe);
- c) **Członek zespołu** (min. 1 osoba) - posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego w pracy przy przygotowaniu i prowadzeniu kampanii reklamowych i/lub społecznych, który brał udział w przygotowaniu minimum trzech kreacji kampanii w mediach tradycyjnych (telewizja, radio, outdoor) i/lub w internecie (serwisy internetowe i media społecznościowe), w tym min. jednej kampanii społecznej;
- d) **Copywriter** (min. 1 osoba) - posiadający minimum 5 lat doświadczenia zawodowego jako autor tekstów reklamowych w mediach tradycyjnych (ATL) oraz w Internecie (serwisy internetowe i media społecznościowe);
- e) **Grafik** (min. 1 osoba) - posiadający minimum 5 lat doświadczenia zawodowego jako autor projektów graficznych reklam w mediach tradycyjnych (ATL) oraz w Internecie (serwisy internetowe i media społecznościowe);
- f) **Specjalista ds. PR** (1 osoba) - posiadający minimum 5 lat doświadczenia zawodowego w realizacji kampanii Public Relations.

Powyższych funkcji nie można łączyć.

Va. Dodatkowe warunki udziału w postępowaniu

Zamawiający zgodnie z art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp przewiduje wykluczenie wykonawcy w stosunku do którego otwarto likwidację, w zatwierdzonym przez sąd układzie w postępowaniu restrukturyzacyjnym jest przewidziane zaspokojenie wierzycieli przez likwidację jego majątku lub sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 332 ust. 1 ustawy z dnia 15 maja 2015 r. – Prawo restrukturyzacyjne (Dz. U. z 2015 r. poz. 978, 1259, 1513, 1830 i 1844 oraz z 2016 r. poz. 615) lub którego upadłość ogłoszono, z wyjątkiem wykonawcy, który po ogłoszeniu upadłości zawarł układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego, chyba że sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 366 ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. – Prawo upadłościowe (Dz. U. z 2015 r. poz. 233, 978, 1166, 1259 i 1844 oraz z 2016 r. poz. 615).

VI. Oświadczenia i dokumenty, jakie mają dostarczyć wykonawcy w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz nie podlega wykluczeniu.

1. Dokumenty dołączane do oferty:

1. Do oferty każdy wykonawca musi dołączyć aktualne na dzień składania ofert oświadczenie w zakresie wskazanym w Załączniku 2 do SIWZ. Oświadczenie składane jest na formularzu jednolitego europejskiego dokumentu zamówienia (JEDZ), sporządzonego zgodnie z wzorem standardowego formularza określonego w rozporządzeniu wykonawczym Komisji Europejskiej wydanym na podstawie art. 59 ust. 2 dyrektywy 2014/24/UE, zwanym dalej „oświadczeniem”. Informacje zawarte w oświadczeniu będą stanowić wstępne potwierdzenie, że wykonawca nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

Ze strony internetowej zamawiającego wykonawca powinien pobrać wersję elektroniczną edytowalną JEDZ.

2. W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez wykonawców oświadczenie o którym mowa w pkt VI.1.1 SIWZ składa każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie. Oświadczenie te ma potwierdzać spełnianie warunków udziału w postępowaniu, w zakresie w którym każdy z wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu, oraz brak podstaw wykluczenia.
 3. Wykonawca, który powołuje się na zasoby innych podmiotów, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia oraz spełnienia - w zakresie, w jakim powołuje się na ich zasoby – warunków udziału w postępowaniu składa także oświadczenie o którym mowa w pkt VI.1.1 SIWZ dotyczące tych podmiotów.
 4. Dokumenty potwierdzające udostępnienie wykonawcy zasobów przez inny podmiot na zasadach określonych w art. 22a ustawy Pzp, w szczególności zobowiązanie tych podmiotów do oddania Wykonawcy do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia – jeżeli Wykonawca w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu polega na zdolnościach innych podmiotów.
 5. Na potwierdzenie, czy Wykonawca będzie dysponował zasobami innych podmiotów w celu wykazania spełnienia warunków, o których mowa w pkt V, w stopniu niezbędnym dla należytego wykonania zamówienia oraz oceny, czy stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów Zamawiający wymaga złożenia dokumentów, z których będzie wynikać:
 - 1) zakres dostępnych wykonawcy zasobów innego podmiotu;
 - 2) sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego;
 - 3) zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego;
 - 4) oraz czy inne podmioty, na zdolności, których wykonawca powołuje się w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizują usługi których wskazane zdolności dotyczą.
2. **Oświadczenia i dokumenty, jakie zobowiązany będzie złożyć wykonawca, którego oferta zostanie najwyżej oceniona, lub wykonawcy, których Zamawiający wezwie do złożenia wszystkich lub niektórych oświadczeń lub dokumentów potwierdzających, że spełniają warunki udziału w postępowaniu oraz nie zachodzą wobec nich podstawy wykluczenia, w przypadkach, o których mowa w art. 26 ust. 2f ustawy Pzp:**

1. dowodów określających czy usługi wskazane na potwierdzenie spełniania warunku o którym mowa w pkt V.1.3.1 SIWZ zostały wykonane, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów - oświadczenie wykonawcy.
2. zaświadczenie właściwego urzędu skarbowego potwierdzające, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert, lub inny dokument potwierdzający, że wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem w sprawie spłat tych należności wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami, w szczególności uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
3. zaświadczenie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego albo inny dokument potwierdzający, że wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert, lub inny dokument potwierdzający, że wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem w sprawie spłat tych należności wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami, w szczególności uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
4. oświadczenie wykonawcy o braku wydania wobec niego prawomocnego wyroku sądu lub ostatecznej decyzji administracyjnej o zaleganiu z uiszczaniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne albo - w przypadku wydania takiego wyroku lub decyzji - dokumentów potwierdzających dokonanie płatności tych należności lub zawarcie wiążącego porozumienia w sprawie spłat tych należności.
5. informacja z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt. 13 -14 ustawy Pzp, wystawiona nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, dla każdej z osób dla której zgodnie z ustawą Pzp informacja taka jest składana;
6. informacja z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt. 21 ustawy Pzp, wystawiona nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
7. Jeżeli w przypadku wykonawcy mającego siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej osoby, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 14 ustawy Pzp, mają miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, wykonawca w odniesieniu do tych osób składa wyciąg z innego odpowiedniego rejestru lub, w przypadku braku takiego rejestru w państwie, w którym ww. osoby mają miejsce zamieszkania, inny równoważny dokument wydany przez właściwy organ sądowy lub administracyjny państwa, w którym ww. osoby mają miejsce zamieszkania, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 14 ustawy Pzp. W przypadku, gdy w państwie, w którym mają miejsce zamieszkania wskazane w zdaniu pierwszym osoby, nie wydaje się takich zaświadczeń - zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie tych osób złożonym przed notariuszem lub przed właściwym ze względu na miejsce zamieszkania tych osób organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego, złożone nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
8. oświadczenie wykonawcy o braku orzeczenia wobec niego tytułem środka zapobiegawczego zakazu ubiegania się o zamówienie publiczne.
9. odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do takiego rejestru w celu potwierdzenia braku podstaw do wykluczenia określonych w art. 24 ust 5 pkt 1 ustawy Pzp. W przypadku gdy rejestr jest dostępny publicznie nie wymaga się złożenia tego dokumentu (dotyczy np. rejestru przedsiębiorców KRS, CEIDG);
10. Ponadto w terminie 3 dni od zamieszczenia przez zamawiającego informacji z otwarcia ofert na stronie internetowej, na której udostępniana jest SIWZ, wykonawcy składają bez wezwania oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej oraz, w przypadku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, dowody potwierdzające, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu. Wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 4 do SIWZ. Oświadczenie należy złożyć w miejscu o którym mowa w pkt XII.1 SIWZ.

3. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej:
 - 1) zamiast dokumentów, o których mowa w pkt VI.2.2 (zaświadczenie właściwego urzędu skarbowego) oraz VI.2.3 (zaświadczenie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego), składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne albo że zawarł porozumienie z właściwym organem w sprawie spłat tych należności wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami, w szczególności 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,
 - 2) zamiast dokumentów, o którym mowa w pkt VI.2.5 i VI.2.6 (informacje z Krajowego Rejestru Karnego) składa wyciąg z innego odpowiedniego rejestru lub, w przypadku braku takiego rejestru w państwie, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, inny równoważny dokument wydany przez właściwy organ sądowy lub administracyjny państwa, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert,
 - 3) zamiast dokumentów, o których mowa w pkt VI.2.9 (odpis z rejestru) składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania potwierdzający, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert,
 - 4) Jeżeli w kraju miejsca zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt VI.3.1 – VI.3.3 SIWZ zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie, odpowiednio wykonawcy, ze wskazaniem osób uprawnionych do jego reprezentacji, lub oświadczeniem tych osób, złożonym przed notariuszem lub przed właściwym – ze względu na siedzibę lub miejsce zamieszkania wykonawcy lub miejsce zamieszkania tych osób – organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego, złożone nie wcześniej niż odpowiednio 3 lub 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
4. Zamawiający wymaga, aby w sytuacji gdy oferta wykonawcy, który wykazując się spełnieniem warunków udziału w postępowaniu polegał na zasobach innych podmiotów na zasadach określonych w art. 22a ustawy Pzp, została uznana za najkorzystniejszą, wykonawca przedstawił w odniesieniu do tych podmiotów dokumenty wymienione w pkt od VI.2.2 do VI.2.9, potwierdzające brak podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.
5. Wszystkie oświadczenia, o których mowa w pkt VI.1 i VI.2 SIWZ, składane są w oryginale, zaś dokumenty, o których mowa w pkt VI.1 i VI.2, mogą być składane w formie oryginału lub kopii poświadczonych za zgodność z oryginałem. Poświadczenia powinien dokonać odpowiednio wykonawca, podmiot, na którego zdolnościach wykonawca polega, wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia albo podwykonawca w zakresie dokumentów, które każdego z nich dotyczą.
6. W przypadku złożenia przez wykonawców dokumentów zawierających dane wyrażone w innych walutach niż PLN, Zamawiający jako kurs przeliczeniowy waluty, w której oszacowano daną wartość, przyjmie średni kurs Narodowego Banku Polskiego (NBP) obowiązujący w dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym UE.
7. Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu zostanie dokonana wg formuły: „spełnia – nie spełnia”.
8. Zamawiający, stosownie do dyspozycji art. 24aa ustawy Pzp, przewiduje możliwość dokonania najpierw oceny ofert, a następnie zbadania czy wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

VII. Forma składanych dokumentów.

1. Oświadczenia, dotyczące wykonawcy i innych podmiotów, na których zdolnościach lub sytuacji polega wykonawca na zasadach określonych w art. 22a ustawy oraz dotyczące podwykonawców, składane są w oryginale.

2. Dokumenty, inne niż oświadczenia, o których mowa w pkt 1, składane są w oryginale lub kopii poświadczonych za zgodność z oryginałem.
3. Poświadczenia za zgodność z oryginałem dokonuje odpowiednio wykonawca, podmiot, na którego zdolnościach lub sytuacji polega wykonawca, wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia publicznego albo podwykonawca, w zakresie dokumentów, które każdego z nich dotyczą.
4. Poświadczenie za zgodność z oryginałem następuje w formie pisemnej lub w formie elektronicznej.
5. Dokumenty sporządzone w języku obcym muszą być składane wraz z tłumaczeniem na język polski.

VIII. Sposób porozumiewania się zamawiającego z wykonawcami

1. W postępowaniu o udzielenie zamówienia Zamawiający ustala sposób porozumiewania się z Wykonawcą: oświadczenia lub dokumenty (w tym oferta, odwołanie) w formie pisemnej na adres Zamawiającego. Pozostałe w szczególności zapytania, wyjaśnienia, zawiadomienia, wezwania w formie pisemnej na adres j.w. lub w formie maila: j.michalski@instytutksiazki.pl zgodnie z wyborem nadawcy.
2. Osobą uprawnioną do kontaktów z wykonawcami jest p. Jakub Michalski.

IX. Wymagania dotyczące wadium.

1. Wykonawca jest zobowiązany wnieść wadium w wysokości: **10.000 zł** (słownie: dziesięć tysięcy złotych).
2. Wadium może być wniesione w jednej lub kilku następujących formach:
 - 1) pieniądzu,
 - 2) poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym, że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
 - 3) gwarancjach bankowych,
 - 4) gwarancjach ubezpieczeniowych,
 - 5) 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 (Dz.U. z 2007 r. Nr 42, poz. 275).
3. Wadium wnoszone w pieniądzu należy wpłacić przelewem na następujący rachunek bankowy zamawiającego w Banku Gospodarstwa Krajowego o numerze 27 1130 1150 0012 1269 2720 0003.
4. Za skuteczne wniesienie wadium w pieniądzu, zamawiający uzna wadium, które znajdzie się na rachunku bankowym zamawiającego przed upływem terminu składania ofert.
5. W przypadku wnoszenia wadium w formie innej niż pieniężna, zamawiający wymaga złożenia wraz z ofertą oryginału dokumentu wadialnego (gwarancji lub poręczenia), obejmującego cały okres związania ofertą.
6. Wadium musi zabezpieczać ofertę przez cały okres związania ofertą, począwszy od dnia, w którym upływa termin składania ofert.

X. Termin związania ofertą.

1. Składający ofertę pozostaje nią związany przez okres 60 dni, licząc od upływu terminu składania ofert.
2. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym, że zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
3. W przypadku wniesienia odwołania po upływie terminu składania ofert bieg terminu związania

ofertą ulegnie zawieszeniu do czasu ogłoszenia przez Krajową Izbę Odwoławczą orzeczenia.

XI. Opis sposobu przygotowywania oferty:

1. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
4. Oferta musi być sporządzona w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Treść oferty oraz składanych wraz z nią dokumentów i oświadczeń musi być sporządzona zgodnie z wymaganiami SIWZ i powinna być podpisana przez osoby upoważnione do reprezentowania wykonawcy.
5. Cena oferty musi być podana w złotych (PLN) i tylko w takiej walucie będą prowadzone wszelkie rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia.
6. Oferta składa się z wypełnionego Formularza oferty, o treści zgodnej ze wzorem określonym w załączniku nr 1 do SIWZ.
7. Wraz z ofertą powinny być złożone:
 - 1) pełnomocnictwo lub inny dokument potwierdzający upoważnienie do podpisania oferty – w przypadku, gdy upoważnienie do podpisania oferty nie wynika bezpośrednio z załączonego do oferty dokumentu, o którym mowa w pkt VI.2.9. Pełnomocnictwo powinno zostać złożone w oryginale lub kopii potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez notariusza.
 - 2) w przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, dokument ustanawiający pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie niniejszego zamówienia publicznego (oryginał lub kopia potwierdzona za zgodność z oryginałem przez notariusza).
 - 3) dokumenty i oświadczenia, określone pkt VI.1 SIWZ,
 - 4) oryginał gwarancji lub poręczenia, jeżeli wadium jest wnoszone w innej formie niż w pieniądzu.
8. Jeżeli wykonawca składając ofertę zastrzega sobie prawo do nie udostępnienia innym uczestnikom postępowania informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa, w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, musi to wyraźnie wskazać w ofercie, poprzez złożenie stosownego oświadczenia zawierającego wykaz zastrzeżonych dokumentów oraz uzasadnienia, o którym mowa w pkt XI.9. Dokumenty opatrzone klauzulą: „Dokument zastrzeżony” powinny być umieszczone w odrębnym wewnętrznym opakowaniu, trwale ze sobą połączone i ponumerowane. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp.
9. Wykonawca zastrzegając tajemnicę przedsiębiorstwa zobowiązany jest dołączyć do oferty pisemne uzasadnienie odnośnie do charakteru zastrzeżonych w niej informacji. Uzasadnienie ma na celu udowodnienie spełnienia przesłanek określonych w art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.), tj. że zastrzeżona informacja:
 - 1) ma charakter techniczny, technologiczny, lub organizacyjny przedsiębiorstwa,
 - 2) nie została ujawniona do wiadomości publicznej, a także
 - 3) podjęto w stosunku do niej niezbędne działania w celu zachowania poufności.
10. Zaleca się, aby uzasadnienie, o którym mowa w pkt XI.9 było sformułowane w sposób umożliwiający jego udostępnienie po upływie terminu, o którym mowa w pkt XI.12.
11. Zastrzeżenie przez Wykonawcę tajemnicy przedsiębiorstwa bez uzasadnienia, o którym mowa w pkt XI.9 będzie traktowane przez Zamawiającego jako bezskuteczne ze względu na zaniechanie przez Wykonawcę podjęcia niezbędnych działań w celu zachowania poufności objętych klauzulą informacji.
12. Zamawiający dokona oceny skuteczności zastrzeżenia przez Wykonawcę tajemnicy przedsiębiorstwa na podstawie uzasadnienia, o którym mowa w pkt XI.9 w terminie 5 dni od

terminu otwarcia ofert. Negatywna weryfikacja przez Zamawiającego wystąpienia niezbędnej przesłanki decydującej o skuteczności dokonania zastrzeżenia zakazu udostępniania informacji wywołuje konsekwencje w postaci wyłączenia przewidzianego w art. 8 ust. 3 zdanie pierwsze ustawy Pzp zakazu ujawniania informacji, bezzasadnie zastrzeżonych przez wykonawcę.

13. Forma oferty winna spełniać następujące wymagania:

- 1) wszystkie strony oferty oraz oświadczenia i dokumenty potwierdzające spełnianie warunków udziału w postępowaniu, należy spiąć lub zszyć, w sposób uniemożliwiający przypadkowe ich rozpięcie,
- 2) oferta oraz załączniki muszą być podpisane przez upoważnionego przedstawiciela wykonawcy,
- 3) poprawki muszą być naniesione czytelnie oraz opatrzone podpisami upoważnionego przedstawiciela wykonawcy,
- 4) wszystkie strony zawierające treść należy kolejno ponumerować,
- 5) ofertę należy składać w jednym egzemplarzu, w opakowaniu lub kopercie nieprzeźroczystej. Na kopercie lub opakowaniu należy zamieścić informacje:

<p>Nazwa i adres wykonawcy</p> <p>Nazwa i adres zamawiającego, na który należy składać oferty</p> <p>Oferta na:</p> <p>.....</p> <p>Nie otwierać przed dniem r. godz.</p>
--

14. Wszystkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi Wykonawca.

15. Wykonawca, przed upływem terminu składania ofert może wprowadzić zmiany do złożonej oferty lub wycofać ofertę. Oświadczenie o zmianach lub wycofaniu oferty powinno być doręczone Zamawiającemu w formie pisemnej pod rygorem nieważności, przed upływem terminu składania ofert. Oświadczenia takie powinny być opakowane tak jak oferta i powinny być oznaczone dodatkowo wyrazem „ZMIANA” lub „WYCOFANIE”.

XII. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert

1. Oferty należy składać w siedzibie zamawiającego **Kraków, ul. Wróblewskiego 6, Sekretariat, nie później niż do dnia 16.08.2017 r. do godz. 12:00.**
2. Otwarcie ofert odbędzie się w obecności wykonawców w siedzibie zamawiającego, **w terminie składania ofert** o godz. **12:15**.
3. Przebieg otwarcia ofert odbędzie się na zasadach określonych w art. 86 ustawy Pzp.

XIII. Sposób obliczenia ceny.

1. Oferta powinna zawierać cenę za wykonanie przedmiotu umowy.
2. Wykonawca wyliczy cenę oferty w tabeli kosztorysowej wskazanej w formularzu oferty (załącznik nr 1 do SIWZ) i poda łączną cenę oferty. Przy wyliczeniu ceny oferty w tabeli kosztorysowej Wykonawca uwzględni wytyczne Zamawiającego związane z zakładanym podziałem kosztów pomiędzy poszczególne pozycje.
3. Wykonawca kalkulując cenę oferty uwzględni wszystkie wymogi, o których mowa w SIWZ. Powinien on w cenie brutto ująć wszelkie koszty niezbędne dla prawidłowego i pełnego wykonania przedmiotu zamówienia oraz uwzględnić inne opłaty i podatki. W szczególności Wykonawca powinien uwzględnić w wycenie wszelkie koszty związane z zatrudnieniem personelu, stworzeniem treści reklamowych, w tym scenariuszy, grafik, produkcji spotów radiowych i telewizyjnych, zakupu mediów, w tym czasu antenowego w stacjach radiowych i telewizyjnych, wynajęcia nośników reklamy zewnętrznej, a także przeprowadzenie wymaganych działań w internecie i mediach społecznościowych.
4. Jeżeli złożono ofertę, której wybór prowadziłyby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług, zamawiający w celu oceny

takiej oferty dolicza do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. Wykonawca, składając ofertę, informuje zamawiającego, czy wybór oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego, wskazując nazwę (rodzaj) towaru lub usługi, których dostawa lub świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku.

5. Cena oferty powinna być wyrażona w złotych (PLN), z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

XIV. Kryteria oceny ofert, ich znaczenie oraz sposób oceny ofert dla każdej części.

1. Zamawiający dokona oceny ofert w oparciu o następujące kryteria:

Nazwa kryterium	Sposób oceny ofert	Waga
Cena (koszt)	<p>C = (Cmin / Ci)* waga</p> <p>C – ilość otrzymanych punktów za kryterium „cena” Cmin – najniższa cena spośród ofert nieodrzuconych Ci – cena oferty badanej (do oceny brane są pod uwagę ceny brutto)</p>	50 %
Kwalifikacje zawodowe i doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia	<p>Zamawiający przyzna w niniejszym kryterium za dodatkowe doświadczenie osób wskazanych przez Wykonawcę do pełnienia funkcji określonych w pkt V.1.3.2 SIWZ. Punkty zostaną przyznane na podstawie danych, które Wykonawca przedstawi w wykazie osób (JEDZ – załącznik nr 2 do SIWZ).</p> <p>Za dodatkowe doświadczenie punkty zostaną przyznane w następujący sposób:</p> <p>1) dla osoby pełniącej funkcję Kierownika Projektu:</p> <p>a) za kierowanie projektem kampanii promocyjnej o budżecie powyżej 1 000 000 złotych brutto – 1 punkt (za każde wykazane zadanie)</p> <p>b) za kierowanie projektem kampanii społecznej o zasięgu co najmniej jednego województwa (lub innego równoważnego regionu, jeżeli kampania realizowana poza terytorium Polski) – 2 punkty (za każde wykazane zadanie)</p> <p>W przypadku kierowania projektem kampanii, które spełnia jednocześnie przesłanki lit. a) i b) za to zadanie zostanie przyznana suma punktów z tych podkryteriów.</p> <p>W zakresie tej osoby Zamawiający przyzna nie więcej niż 15 punktów.</p> <p>2) dla osoby pełniącej funkcję Kierownika Kreatywnego:</p> <p>a) za opracowanie koncepcji kreatywnej realizacji kampanii promocyjnej o budżecie powyżej 1 000 000 złotych brutto – 1 punkt (za każde wykazane zadanie)</p> <p>b) za opracowanie koncepcji kreatywnej projektu kampanii społecznej o zasięgu co najmniej jednego województwa (lub innego równoważnego regionu, jeżeli kampania realizowana poza terytorium Polski) – 2 punkty (za każde wykazane zadanie)</p> <p>W przypadku kierowania projektem kampanii, które spełnia jednocześnie przesłanki lit. a) i b) za to zadanie zostanie przyznana suma punktów z tych podkryteriów.</p> <p>W zakresie tej osoby Zamawiający przyzna nie więcej niż 15</p>	50%

	<p>punktów.</p> <p>3) dla osoby do pełnienia funkcji Copywritera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - za opracowanie tekstów reklamowych dla kampanii społecznej o zasięgu co najmniej jednego województwa (lub innego równoważnego regionu, jeżeli kampania realizowana poza terytorium Polski – 1 punkt (za każde wykazane zadanie) <p>W zakresie tej osoby Zamawiający przyzna nie więcej, niż 10 punktów.</p> <p>4) dla osoby do pełnienia funkcję Grafika:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) za opracowanie projektów graficznych reklam dla kampanii o zasięgu ogólnokrajowym – 1 punkt (za każde wykazane zadanie) b) za opracowanie projektów graficznych reklam dla kampanii społecznej o zasięgu co najmniej jednego województwa (lub innego równoważnego regionu, jeżeli kampania realizowana poza terytorium Polski – 1 punkt (za każde wykazane zadanie) <p>W przypadku kierowania projektem kampanii, które spełnia jednocześnie przesłanki lit. a) i b) za to zadanie zostanie przyznana suma punktów z tych podkryteriów.</p> <p>W zakresie tej osoby Zamawiający przyzna nie więcej, niż 10 punktów.</p> <p>5) dla osoby do pełnienia funkcji Specjalista ds. Public Relations:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) za udział w realizacji kampanii społecznej o zasięgu co najmniej jednego województwa (lub innego równoważnego regionu, jeżeli kampania realizowana poza terytorium Polski – 1 punkt (za każde wykazane zadanie) b) za udokumentowane doświadczenie w organizacji min. 2 konferencji prasowych – 1 punkt c) za opracowanie min. 2 press packów – 1 punkt <p>W zakresie tej osoby Zamawiający przyzna nie więcej, niż 5 punktów.</p> <p>Łącznie dla osób z pkt 1-5 Wykonawca może uzyskać maksymalnie 50 punktów.</p>	
--	--	--

2. Zamówienie zostanie udzielone Wykonawcy, którego oferta uzyska najwyższą sumę punktów w podanych w niniejszym rozdziale kryteriach.
3. Jeśli w złożonej ofercie, której wybór prowadziłby do powstania obowiązku podatkowego Zamawiającego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług w zakresie dotyczącym wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów, Zamawiający w celu oceny takiej oferty dolicza do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałyby obowiązek wpłacić Zamawiający zgodnie z obowiązującymi przepisami.

XV. Informacje o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.

1. O wyborze najkorzystniejszej oferty zamawiający zawiadomi niezwłocznie wykonawców, którzy złożyli oferty, na zasadach określonych w art. 92 ustawy Pzp.
2. Wybrany wykonawca zostanie powiadomiony o miejscu i terminie zawarcia umowy. Nastąpi to w terminie zgodnym z terminami określonymi w art. 94 ustawy Pzp.
3. W przypadku gdy wybrana zostanie oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia przed podpisaniem umowy Wykonawcy przedstawią Zamawiającemu umowę stwierdzającą solidarną odpowiedzialność wszystkich Wykonawców za wykonanie zamówienia oraz zawierającą upoważnienie jednego spośród Wykonawców do składania i przyjmowania oświadczeń wobec Zamawiającego w imieniu wszystkich Wykonawców, a także do otrzymania należnych płatności.

XVI. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy.

1. Wykonawca, przed podpisaniem umowy, zobowiązany jest do wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy w wysokości **0,3 %** ceny całkowitej podanej w ofercie w jednej lub kilku następujących formach (do wyboru):
 - 1) pieniądzu, przelewem na wskazany przez Zamawiającego na rachunek bankowy podany na etapie podpisania umowy,
 - 2) poręczeniach bankowych,
 - 3) poręczeniach pieniężnych spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych,
 - 4) gwarancjach bankowych,
 - 5) gwarancjach ubezpieczeniowych,
 - 6) 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 (t. jedn. Dz. U. z 2007 r. Nr 42, poz. 275 ze zm.).
2. W przypadku wniesienia wadium w pieniądzu Wykonawca może wyrazić zgodę na zaliczenie kwoty wadium na poczet zabezpieczenia.
3. Jeśli zabezpieczenie będzie wniesione w innej formie niż w pieniądzu to będzie zawierać oświadczenie poręczyciela lub gwaranta, występującego jako główny dłużnik Zamawiającego w imieniu Wykonawcy, o zapłacie poręczonej lub gwarantowanej kwoty, stanowiącej zabezpieczenie wykonania, bezwarunkowo po otrzymaniu pierwszego wezwania na piśmie Zamawiającego. Ponadto poręczenie lub gwarancja winna zawierać stwierdzenie, że żadna zmiana czy uzupełnienie lub inna modyfikacja warunków umowy lub prac, które mogą zostać przeprowadzone na podstawie umowy lub w jakichkolwiek dokumentach umownych, jakie mogą zostać sporządzone między Zamawiającym a Wykonawcą, nie uwalniają poręczyciela lub gwaranta od odpowiedzialności wynikającej z niniejszej gwarancji oraz, że poręczyciel lub gwarant zrzeka się obowiązku notyfikacji o takiej zmianie, uzupełnieniu czy modyfikacji.
4. Do kwestii związanych z Zabezpieczeniem Wykonania Umowy, a w szczególności formy zabezpieczenia oraz jego zmiany, mają zastosowanie odpowiednie przepisy polskiej ustawy prawo zamówień publicznych.
5. Zamawiający zwróci zabezpieczenie należytego wykonania umowy w terminie i na warunkach określonych we Wzorze umowy, który stanowi Załącznik nr 5 do SIWZ.

XVII. Istotne dla stron postanowienia treści umowy.

Wzór umowy został określony w załączniku nr 5 do SIWZ.

XVIII. Pouczenie o środkach ochrony prawnej

1. Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Pzp, przysługują środki ochrony prawnej określone w Dziale VI ustawy Pzp. Środki

ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy Pzp.

2. Odwołanie przysługuje wyłącznie od niezgodnej z przepisami ustawy czynności zamawiającego podjętej w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub zaniechania czynności, do której zamawiający jest zobowiązany na podstawie ustawy. Odwołanie powinno wskazywać czynność lub zaniechanie czynności Zamawiającego, której zarzuca się niezgodność z przepisami ustawy Pzp, zawierać zwięźle przedstawienie zarzutów, określać żądanie oraz wskazywać okoliczności faktyczne i prawne uzasadniające wniesienie odwołania.
3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Izby w formie pisemnej lub w postaci elektronicznej, podpisane bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu lub równoważnego środka, spełniającego wymagania dla tego rodzaju podpisu.
4. Domniemywa się, iż zamawiający mógł zapoznać się z treścią odwołania przed upływem terminu do jego wniesienia, jeżeli przesłanie jego kopii nastąpiło przed upływem terminu do jego wniesienia przy użyciu środków komunikacji elektronicznej. i postępowania po wniesieniu odwołania, określają stosowne przepisy Działu VI ustawy Pzp.
5. Zgodnie z treścią art. 182 ustawy Pzp odwołanie wnosi się w terminie:
 - 1) w terminie 10 dni od dnia przesłania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia – jeżeli zostały przesłane w sposób określony w art. 180 ust. 5 zdanie drugie albo w terminie 15 dni – jeżeli zostały przesłane w inny sposób,
 - 2) 10 dni od dnia publikacji ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej lub zamieszczenia specyfikacji istotnych warunków zamówienia na stronie internetowej – w przypadku odwołania wnoszonego wobec treści ogłoszenia o zamówieniu lub wobec postanowień specyfikacji istotnych warunków zamówienia,
 - 3) 10 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia – w przypadku odwołania wobec czynności innych niż określone w lit. 1) i 2).
6. Szczegółowe zasady dotyczące odwołania i postępowania po wniesieniu odwołania, określają stosowne przepisy Działu VI ustawy Pzp.

XIX. Załączniki

1. Formularz oferty – załącznik nr 1,
2. Jednolity Europejski Dokument Zamówieniowy (JEDZ) – załącznik nr 2,
3. Wzór informacji o przynależności do grupy kapitałowej – załącznik nr 3,
4. Opis przedmiotu zamówienia – załącznik nr 4,
5. Wzór umowy – załącznik nr 5.

(pieczęć Wykonawcy/Wykonawców)

Oferta na:

na: usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce

Postępowanie 261-09/17

1. Zamawiający:

Instytut Książki

ul. Zygmunta Wróblewskiego 6

31-148 Kraków

2. Wykonawca/Wykonawcy*:

Nazwa Wykonawcy:

Adres Wykonawcy:

3. W przypadku wyboru naszej oferty zobowiązujemy się do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w SIWZ, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
4. OFERUJEMY wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę _____ złotych brutto, w tym _____ netto oraz należny podatek VAT, zgodnie z poniższym kosztorysem:

Lp.	Przedmiot	Cena brutto (zł)
1	Przygotowanie koncepcji strategicznej i kreatywnej oraz planu mediów (nie więcej niż 10% wartości łącznej)	
2	Przygotowanie materiałów reklamowych (spot, reklama radiowa, virale, identyfikacja wizualna, plakaty i grafiki) (nie więcej niż 20% wartości łącznej)	
3	Czas antenowy (reklama telewizyjna) (nie mniej niż 15% wartości łącznej)	
4	Czas antenowy (reklama radiowa) (nie mniej niż 5% wartości łącznej)	
5	Outdoor (nie więcej niż 15% wartości łącznej)	
6	Internet i media społecznościowe (www, kanały, reklama, guerilla marketing i marketing wirusowy)	

	(nie mniej niż 15% wartości łącznej)	
7	Eventy (nie mniej niż 5% wartości łącznej)	
ŁĄCZNIE ZŁOTYCH BRUTTO:		

5. JESTEŚMY związani niniejszą ofertą przez czas wskazany w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
6. ZAMÓWIENIE ZREALIZUJEMY sami*/przy udziale podwykonawców w następującym zakresie*:

(nazwa wykonawcy oraz zakres powierzonych prac)

7. WSZELKĄ KORESPONDENCJĘ w sprawie niniejszego postępowania należy kierować na poniższy adres:

Nazwa firmy: _____

Adres: _____

Telefon _____, email : _____

8. OFERTĘ niniejszą składamy na ____ stronach.

_____ dnia _____ 20__ roku

(podpis Wykonawcy/Wykonawców)

* - niewłaściwe skreślić

(pieczęć Wykonawcy/Wykonawców)

Informacja
w zakresie określonym w art. 24 ust. 11
ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych

Nazwa Wykonawcy: _____

Adres Wykonawcy: _____

Składając ofertę w postępowaniu o zamówienie publiczne prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego na **usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce**, postępowanie 261-09/17, informuję, że:

- 1) **Wykonawca nie należy** do grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) z innym Wykonawcą, który złożył odrębną ofertę w niniejszym postępowaniu*;
- 2) **Wykonawca należy** do grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) i w związku z tym przedkładam poniżej listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej, które złożyły odrębną ofertę w niniejszym postępowaniu*:

Lp.	Nazwa (firma) podmiotu	Adres siedziby podmiotu
1	2	3

_____ dnia ____ 20__ roku

(podpis Wykonawcy/Wykonawców)

* - niewłaściwe skreślić

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem niniejszego zamówienia jest usługa przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce w IV kwartale 2017 roku, skierowanej szczególnie do osób w wieku produkcyjnym, ale też emerytalnym (rodzice i dziadkowie), wykorzystującej reklamę ambientową (zarówno ATL jak i BTL). W ramach zamówienia Wykonawca zapewni przygotowanie koncepcji, stworzenie i publikację materiałów objętych kampanią i przeprowadzenie działań (w tym kompleksowej identyfikacji wizualnej) w szczególności w następującym zakresie:

- ATL: reklama telewizyjna (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), reklama radiowa (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), reklama outdoorowa (stworzenie i druk materiałów, wynajęcie nośników), media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram, YT)
- BTL: guerrilla marketing (zaplanowanie i wykonanie niekonwencjonalnych działań promocyjnych w przestrzeni publicznej), marketing wirusowy (virale internetowe, memy) i event marketing (zaplanowanie i przeprowadzenie eventów promujących czytelnictwo w ramach dużych wydarzeń kulturalnych niezwiązanych z czytelnictwem, odbywających się IV kwartale 2017 roku w Polsce).

Zakres przedmiotu zamówienia:

- 1) przygotowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej,
- 2) przygotowanie koncepcji strategicznej kampanii,
- 3) przygotowanie planu mediów kampanii,
- 4) przygotowanie kontentu kampanii, t.j. wszystkich materiałów niezbędnych do realizacji kampanii – hasła bądź haseł, spotu promocyjnego do telewizji (w wersji 15/30/60 sekund), reklamy radiowej (jeżeli zajdzie taka potrzeba, również krótszych form np. zapowiedzi sponsorskie, dzingle), reklamy outdoorowej - dla mediów tradycyjnych (radio, tv, Internetu), a, strony internetowej i kont w mediach społecznościowych (virali i memów w nowych mediach) oraz treści
- 5) stworzenie identyfikacji wizualnej kampanii (w tym: logotypu i księgi znaku oraz wszelkich niezbędnych materiałów graficznych, które zostaną wykorzystane w ramach kampanii);
- 6) zaprojektowanie graficzne i funkcjonalne profili w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter) oraz kreatywne administrowanie nimi,
- 7) przeprowadzenie działań promocyjnych ATL* i BTL** w mediach tradycyjnych (radio, telewizja) i społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram, YT) - część z nich ambientowych - zaproponowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiającego:

**ATL: reklama telewizyjna (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), reklama radiowa (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego), media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram i YT)*

***BTL: guerrilla marketing (zaplanowanie i wykonanie niekonwencjonalnych działań promocyjnych w przestrzeni publicznej), marketing wirusowy (virale internetowe, memy) i event marketing (zaplanowanie i przeprowadzenie eventów promujących czytelnictwo w ramach dużych wydarzeń kulturalnych niezwiązanych z czytelnictwem, odbywających się IX-XII 2017 roku w Polsce, w których będzie brał udział Instytut Książki)*

Uwagi dotyczące specyfikacji technicznej przedmiotu zamówienia:

- 1) **Koncepcja strategiczna oraz kreatywna** muszą powstać w związku z bieżącą działalnością Instytutu Książki, jego projektami, w tym szczególnie tzw. BookStartów (opis projektu poniżej), być spójne z misją i identyfikacją wizualną Instytutu Książki, a plan mediów musi być adekwatny do grupy docelowej. **Plan mediów** musi zawierać:

- a) założenia medialne
- b) analizę mediową z uzasadnieniem
- c) dobór nośników
- d) ustalenie podziału budżetu
- e) ustalenie harmonogramu działań mediowych
- f) Podanie parametrów kampanii (zasięg całkowity, zasięg efektywny dla poszczególnych nośników, częstotliwość średnia i efektywna kampanii lub poszczególnych jej etapów dla radia i internetu oraz działań ambientowych)
- g) musi opierać się o wykorzystanie minimum następujących mediów: telewizji, radia, internetu.

Priorytetem w doborze nośników w kampanii musi być optymalizacja zasięgu efektywnego kampanii w grupie docelowej oraz kosztów jej osiągnięcia.

Elementy do uwzględnienia w koncepcji strategicznej i kreatywnej:

- a) Idea przewodnia
 - b) Przekonanie o tym, że warto czytać i warto czytać dzieciom (consumer insight)
 - c) Główny przekaz (key message)
 - d) Główne korzyści (key benefits)
 - e) potrzeba zastosowania key visual
 - f) zestaw proponowanych zdjęć do wykorzystania lub założenia sesji fotograficznej (o ile to będzie konieczne)
- 2) **Hasło** musi być w związku z działalnością Instytutu Książki, jego misją, musi budzić pozytywne skojarzenia, nie może nikogo obrażać, musi nieść pozytywny, zachęcający przekaz i w sposób bezpośredni kojarzyć się z książką i/lub czytaniem aktywnym czy generacyjnym; musi powstawać we współpracy z Instytutem Książki (przedstawienie 3 propozycji z których Zamawiający wskazuje jedną, jeśli nie – hasło wybierane jest za porozumieniem stron); telewizyjny **spot** promocyjny musi spełniać standardy określone przez ogólnopolską telewizję publiczną (np. TVP 1, TVP 2, TVP Info) i telewizje prywatne (np. Polsat, Polsat News, TVN, TVN 24, Trwam, TV Republika), co pozwoli na emisję spotów w ramach bloków reklamowych (dodatkowo Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu spot w wersjach 60/30/15 sekundowych w jakości i formacie określonym przez Zamawiającego; **reklamy radiowe** muszą spełniać standardy emisji określone przez publiczne i komercyjne stacje radiowe, co pozwoli na emisję spotów w ramach bloków reklamowych (dodatkowo Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu 30 i 15 sekundowe spoty radiowe w formacie określonym przez Zamawiającego); **strona internetowa** musi spełniać następujące warunki:

Serwis WWW oraz jego wszystkie funkcjonalności będą przystosowane do oglądania ich za pomocą w pełni zainstalowanych najpopularniejszych przeglądarek (Chrome, Firefox, IE, Safari, Edge, Opera) zaktualizowanych do najnowszych wersji na komputerach kompatybilnych z systemami Windows, Mac Os i Linux oraz na wersjach mobilnych tych przeglądarek działających na urządzeniach z systemem Android, iOS oraz Windows. Serwis musi być wykonany w technologii RWD. Serwis musi spełniać standardy WCAG 2.0 w zakresie jakim spełnia je serwis Internetowy Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego <http://www.mkidn.gov.pl/> Szczegółową zawartość, funkcjonalności oraz technologię wykonania serwisu strony ustala w toku prac. Za przygotowanie kontentu, jego publikację i aktualizację odpowiada Wykonawca. a Wykonawca musi opracować co najmniej 1 materiał informacyjny i/lub promocyjny dziennie wraz z materiałem zdjęciowym w okresie 60 dni trwania kampanii, pozycjonowanie strony (SEO i SEM) w największych

wyszukiwarkach internetowych do min. 5 pierwszych wyników wyświetlanych przez roboty internetowe w czasie trwania kampanii.

Wykonawca zapewni podpięcie serwisu pod statystyki Google Analytics z pełnym dostępem dla Zamawiającego.

Identyfikacja wizualna zawiera stworzenie logotypu oraz innych materiałów graficznych, spójnych z identyfikacją Instytutu Książki, opracowanie księgi znaku oraz wszystkich elementów graficznych

Konta w mediach społecznościowych - Zamawiający oczekuje, że Wykonawca założy konta w mediach społecznościowych (na Facebooku, Instagramie, Twitterze) o nazwie tożsamej z wybranym hasłem kampanii oraz oczekuje, że Wykonawca będzie kreatywnie administrował założonymi kontami w mediach społecznościowych oraz dostarczał treści (min. 1 post dla każdego z serwisów społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter) dziennie a także 1 film tygodniowo (min. 30 sekundowy) na kanał YouTube (istniejący kanał Instytutu Książki), przez cały okres trwania kampanii oraz stworzy virale i grafiki, które pojawią się na tych kanałach zgodnie z hasłem oraz identyfikacją wizualną kampanii. Wykonawca zapewnia moderację kont przez 7 dni w tygodniu w godz. 9-22

Działania promocyjne obejmują emisję spotu w ogólnopolskich mediach publicznych i prywatnych, reklamę radiową na antenach ogólnopolskich, promocję na powstałym w tym celu stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych oraz podczas eventów, na których jest obecny Instytut Książki. Część z zaproponowanych działań musi mieć charakter ambientowy.

3) **Outdoor:** kampania o ograniczonym zasięgu terytorialnym. Szczegółowy dobór nośników oraz ich lokalizacja zostanie określony na etapie akceptacji mediaplanu.

Zarys dotychczasowych przeprowadzonych przez Instytut Książki działań:

Przekaz kampanii społecznej promującej czytelnictwo, będącej przedmiotem niniejszego zamówienia, musi być budowany w nawiązaniu do projektów promujących czytelnictwo, które Instytut Książki realizuje lub będzie realizował w trakcie trwania kampanii, tj.:

- projekt tzw. BookStartów
- projekt Upoluj swoją lekturę
- Dyskusyjne Kluby Książki

Wstępne założenia dotyczące treści przekazu:

Kampania ma być promocją czytelnictwa w ogóle, a w szczególności czytania aktywnego - generacyjnego – dzieciom przez rodziców, dziadków, członków rodziny. Chcemy równocześnie promować czytelnictwo poprzez projekt tzw. BookStartów (książek dla dzieci 0 - 3 lat, które wszystkie dzieci narodzone w ostatnim kwartale 2017 roku otrzymają jeszcze w szpitalu), wokół którego chcemy budować główny przekaz kampanii. Chcemy dotrzeć jak najszerzej z przekazem, że warto czytać i że warto już od najmłodszych lat czytać swoim pociechom. Zadaniem Wykonawcy będzie dotarcie szczególnie do rodziców i dziadków dzieci, które niedawno przyszły na świat oraz do dzieci narodzonych w listopadzie i grudniu 2017 roku.

Kampania realizowana będzie za pośrednictwem:

- a) **Płatnego przekazy medialnego – radio, telewizja, internet**
- b) **Dobrowolnego, nieodpłatnego zaangażowania telewizji i portali internetowych w promocję idei kampanii**

c) Inicjatyw podejmowanych przez podmioty wspierające, m.in. umieszczenie plakatów, grafik, bannerów

Oczekiwania wobec przekazu:

- 1) Przekaz musi wykorzystywać różnorodne narzędzia i formy przekazu
- 2) Przekaz musi być jednoznacznie pozytywny
- 3) Język musi być zrozumiały, prosty i jednoznaczny, bez wyrazów obcych
- 4) Przekaz musi być zbudowany na poprawnej polszczyźnie
- 5) Musi mieć wyraz pozytywny, przedstawiający czytanie jako wartość
- 6) Musi być nowoczesny w formie, dynamiczny
- 7) Musi być atrakcyjny wizualnie
- 8) Musi motywować do czytania (w tym w sposób szczególny dzieciom)

Warunki i ograniczenia przekazu:

- 1) Nie może być zbudowany na negatywnym przekazie
- 2) Nie może zawierać treści prowokujących, dosadnych, kłócących się z powagą instytucji publicznych
- 3) Nie może sugerować, że osoby nieczytające są głupie lub gorsze
- 4) Nie może wzbudzać agresji czy nietolerancji
- 5) Nie może budzić skojarzeń z polityką
- 6) Nie może być wulgarny, obraźliwy, błahy
- 7) Nie może być pretensjonalny, nielogiczny

OPIS KAMPANII:

1. Cele kampanii

1.1.Cel strategiczny: Wzrost czytelnictwa w Polsce i zachęcenie do czytania generacyjnego (dzieciom, wnukom, rodzicom czy dziadkom).

1.2.Cele wzmacniające:

1.2.1. Wzrost świadomości społecznej na temat istotnej roli czytania w życiu człowieka od momentu narodzin.

1.2.2. Przekazanie komunikatu, że czytanie ma zasadniczy wpływ na: wzmacnianie więzi pomiędzy rodzicami a dziećmi, rozwój wyobraźni i psychiki dziecka, poszerzanie horyzontów i kształtowanie nawyku zdobywania wiedzy.

2. Grupa docelowa kampanii i zasięg kampanii

2.1. Grupa docelowa pod względem kształtowania komunikatów:

Osoby w wieku produkcyjnym i emerytalnym (rodzice i dziadkowie)

- a) zmienne demograficzne – około 25 do 65 rok życia
- b) zmienne behawioralne – głównie osoby nieczytające lub mało czytające

2.2. Zasięg kampanii: ogólnopolski.

3.Kluczowy komunikat: czytanie ma zasadniczy wpływ na rozwój człowieka

4.Dodatkowe komunikaty (opcjonalne, do wskazania przez Wykonawcę):

4.1. Sukces. Czytanie jest nieodzownym elementem rozwoju oraz pomaga w osiągnięciu sukcesu osobistego i zawodowego.

5. Charakter komunikatów - forma przekazu:

5.1. kształtujący trendy, atrakcyjny, modny;

5.2. dynamiczny, angażujący emocje;

5.3. angażujący odbiorców i interaktywny – stymulujący do zamieszczania własnych materiałów oraz udostępniania obejrzanych;

5.4. bez promocji konkretnych produktów i marek.

6. Zadania do wykonania po zawarciu umowy:

6.1. przygotowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej w porozumieniu z Zamawiającym w terminie 10 dni od zawarcia umowy.

6.2. Przygotowanie szczegółowej koncepcji strategicznej w porozumieniu z Zamawiającym w terminie 10 dni od zawarcia umowy.

6.3. Przygotowanie szczegółowego planu mediów kampanii do akceptacji Zamawiającego w terminie 10 dni od zawarcia umowy, zawierającego:

analizę grupy docelowej pod kątem konsumpcji mediów

strategię mediową – pomysł na sposób dotarcia do docelowych odbiorców w mediach

wybór mediów wraz z uzasadnieniem

plan mediów z harmonogramem i kosztorysem

6.4. Stworzenie planu identyfikacji wizualnej kampanii: wybór hasła i logotypu oraz stworzenie księgi znaku w porozumieniu z Zamawiającym w terminie 10 dni od zawarcia umowy.

6.5. Przedstawienie do zatwierdzenia przez Zamawiającego budżetu szczegółowego kampanii w terminie 10 dni od zawarcia umowy.

6.6. Przedstawienie do zatwierdzenia przez Zamawiającego szczegółowego harmonogramu kampanii w terminie 10 dni od zawarcia umowy ze szczególnym uwzględnieniem działań eventmarketingowych.

6.7. Zwołanie przez Wykonawcę spotkania przedprodukcyjnego (PRE-PRODUCTION MEETING) w celu ustalenia szczegółów produkcji z Zamawiającym.

6.8. Stworzenie profili w mediach społecznościowych (FB, Instagram, Twitter) w porozumieniu z Zamawiającym do 20 dni od zawarcia umowy.

6.9. Zaprojektowanie strony internetowej w porozumieniu z Zamawiającym do 20 dni od zawarcia umowy.

6.10. Akceptacja storyboardu i budżetu oraz produkcja spotu telewizyjnego (w wersji 15/30/60 sekundowej) i jeżeli będzie taka potrzeba zapowiedzi sponsorskiej. przez Zamawiającego do 20 dni od zawarcia umowy.

6.11. Akceptacja scenariusza i budżetu oraz produkcja reklamy radiowej (wersja 15 i/lub 30 sek.) oraz jeżeli będzie taka potrzeba stworzenie dżingla reklamowego. Akceptacja skryptów reklamy przez Zamawiającego do 20 dni od zawarcia umowy.

6.12. Utworzenie kont w mediach społecznościowych na potrzeby kampanii (FB, Twitter, Instagram) oraz administrowanie nimi w trakcie jej trwania. Jedynym właścicielem kont wraz z prawami do całego wytworzonego na nich kontentu pozostaje Instytut Książki.

6.13. Po zakończeniu kampanii Wykonawca przedstawi do dnia 20.12.2017 r. podsumowujący ją raport, który będzie zawierał przynajmniej następujące elementy:

- Dokładny harmonogram emisji w dniach oraz całkowita liczba emisji reklamy

- Rozkład oglądalności i słuchalności reklamy w punktach GRP w podziale na:

dni, tygodnie i miesiące emisji, pory dnia, spoty (60/30/15 sekundowe), poszczególne media (stacje telewizyjne dla kampanii telewizyjnej i stacje radiowe dla kampanii radiowej oraz media społecznościowe i internet)

- Dom mediowy przedstawi także liczbę punktów GRP 30", czyli przeliczenie całkowitej oglądalności i słuchalności kampanii na spoty 30-sekundowe.

- Całkowity zasięg kampanii w grupie docelowej

- Rozkład zasięgu efektywnego przy wszystkich poziomach częstotliwości aż do poziomu określonego przez dom mediowy jako poziom częstotliwości efektywnej

- Średni koszt zakupu jednego punktu GRP, czyli CPP oraz koszt zakupu jednego GRP 30", czyli CPP 30".

- analizę efektywności kampanii realizowanej w internecie i social mediach z uwzględnieniem danych dotyczących zarówno jej zasięgu jak i zaangażowania użytkowników,

- Jakościowa ocena kampanii dokonana przez dom mediowy wraz z rekomendacjami co do dalszych działań promocyjnych w mediach.

7.Czas trwania kampanii:

7.1. Czas trwania kampanii: do 15 grudnia 2017 roku.

Wzór umowy**§ 1****Przedmiot Umowy**

1. Przedmiotem umowy jest usługa przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce w IV kwartale 2017 roku (dalej: Kampania).
2. W zakres przedmiotu zamówienia wchodzi w szczególności:
 - 1) przygotowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej,
 - 2) przygotowanie koncepcji strategicznej kampanii,
 - 3) przygotowanie planu mediów kampanii,
 - 4) przygotowanie kontentu kampanii, t.j. wszystkich materiałów niezbędnych do realizacji kampanii – hasła bądź haseł, spotów promocyjnych, reklamy outdoorowej (dla radio, tv, Internetu), spotu promocyjnego do telewizji (w wersji 15/30/60 sekund), a jeżeli zajdzie taka potrzeba, również krótszych form (np. zapowiedzi sponsorskie, dzingle), strony internetowej i kont w mediach społecznościowych (viral i memów w nowych mediach),
 - 5) stworzenie identyfikacji wizualnej kampanii (w tym: logotypu i księgi znaku oraz wszelkich niezbędnych materiałów graficznych, które zostaną wykorzystane w ramach kampanii);
 - 6) zaprojektowanie graficzne i funkcjonalne profili w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter) oraz kreatywne administrowanie nimi,
 - 7) przeprowadzenie działań promocyjnych ATL* i BTL** w mediach tradycyjnych (radio, telewizja) i społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram, YT) - część z nich ambientowych - zaproponowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiającego.
3. Przedmiot umowy powinien zostać zrealizowany z zapewnieniem spełnienia wszelkich wymagań określonych w integralnych załącznikach do niniejszej umowy, którymi są:
 - 1) Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia, wraz z wyjaśnieniami i modyfikacjami dokonanymi w trakcie przetargu (zwane dalej łącznie: SIWZ) – załącznik nr 1 do umowy;
 - 2) oferta Wykonawcy z dnia _____ r. – załącznik nr 2 do umowy.
4. W zakresie czynności wskazanych w SIWZ, dla których Zamawiający przewidział obowiązek zatrudnienia personelu w ramach umowy o pracę – Wykonawca zapewni zatrudnienie personelu na podstawie umowy o pracę, zgodnie z art. 22 § 1 Kodeksu pracy. Powyższe obowiązki znajdują zastosowanie także do personelu zatrudnianego przez podwykonawców.
5. Do odbioru Wykonawca złoży pisemne oświadczenie swoje i podwykonawców, o ile wykonawca będzie z nich korzystał przy wykonaniu czynności, o których mowa w ust. 4, potwierdzające spełnienie wymogu zatrudnienia personelu na podstawie umowy o pracę.
6. Na żądanie Zamawiającego Wykonawca będzie zobowiązany przedstawić Zamawiającemu w wyznaczonym terminie dowody potwierdzające zatrudnienie personelu na podstawie umowy o pracę, w szczególności pisemne oświadczenia serwisantów potwierdzające ten fakt. W przypadku wątpliwości Zamawiający będzie uprawniony do złożenia wniosku o kontrolę do Państwowej Inspekcji Pracy. Ewentualne zakłócenia pracy wynikające z kontroli PIP nie będą zwalniać Wykonawcy z terminowego i należytego wykonywania umowy.

§ 2**Oświadczenia Zamawiającego**

Zamawiający oświadcza, iż posiada prawa do wszystkich materiałów przekazywanych Wykonawcy na potrzeby wykonania Umowy oraz, że wykorzystanie ww. materiałów zgodnie z celem ich przekazania nie naruszy praw osób trzecich. Jednocześnie Zamawiający z chwilą przekazania tych materiałów Wykonawcy upoważnia Wykonawcę do wykorzystania tych materiałów przy tworzeniu utworów w związku z wykonaniem zamówienia, a także – o ile utwór powstał w wyniku wykorzystania takiego materiału będzie mógł być zakwalifikowany jako „opracowanie” tego materiału (czyli utwór zależny w stosunku do materiału) – udziela Wykonawcy zgody na korzystanie i rozporządzenie autorskimi prawami majątkowymi do tegoż utworu/opracowania na wszelkich znanych w dniu zawarcia Umowy polach eksploatacji, tudzież na udzielanie stosownych

licencji (względnie sublicencji) na korzystanie z tegoż utworu/opracowania na określonych polach eksploatacji.

§ 3

Oświadczenia Wykonawcy

1. Wykonawca oświadcza, że posiada umiejętności i wiedzę oraz dysponuje zasobami kadrowymi pozwalającymi na wykonywanie przedmiotu umowy zgodnie z zasadami współczesnej wiedzy technicznej, wymogami umowy i warunkami SIWZ, oraz, że na potrzeby wykonania niniejszej umowy będzie dysponował następującym zespołem (zgodnie z ofertą Wykonawcy):
 - 1) Kierownik projektu - _____,
 - 2) Kierownik kreatywny - _____,
 - 3) Członek zespołu - _____,
 - 4) Copywriter - _____,
 - 5) Grafik - _____,
 - 6) Specjalista ds. PR - _____.
2. Wykonawca oświadcza ponadto, że będzie dysponować niezbędnym zespołem wspierającym osoby, o których mowa w ust. 1.
3. Strony dopuszczają możliwość zmiany w trakcie realizacji Umowy osób, o których mowa w ust. 1, w stosunku do osób wskazanych w ofercie Wykonawcy, po uzyskaniu uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego. Zgoda Zamawiającego na dokonanie zmiany będzie uzależniona od wykazania przez Wykonawcę tego, że osoby te posiadają kwalifikacje odpowiadające co najmniej wymaganiom dla tych osób wynikającym z SIWZ, a także nie mniejsze niż dotychczas pełniące te funkcje osoby w zakresie, w jakim przyznane im zostały punkty w kryterium oceny ofert „Doświadczenie personelu”. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1, może zostać dokonana w drodze pisemnej akceptacji Zamawiającego i nie wymaga sporządzenia aneksu do umowy.

§ 4

Obowiązki Wykonawcy i Sposób Realizacji Umowy

1. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania pełnego zakresu Umowy, określonego w § 1, w terminie określonym w § 6.
2. W terminie 10 dni od dnia podpisania umowy Wykonawca jest zobowiązany stworzyć i przedstawić do akceptacji Zamawiającego następujące opracowania:
 - 1) Koncepcję kreatywną (wraz z propozycją minimum 3 haseł do akceptacji Zamawiającego),
 - 2) Koncepcję strategiczną,
 - 3) Szczegółowy plan mediów kampanii,
 - 4) identyfikację wizualną (minimum 3 propozycje logo wraz z księgą znaku),
 - 5) Szczegółowego budżetu Kampanii,
 - 6) Szczegółowego harmonogramu Kampanii. Harmonogram powinien uwzględniać wszystkie wymagania SIWZ, w tym Opisu przedmiotu zamówienia (załącznik nr 4 do SIWZ) w zakresie wymaganych od Wykonawcy terminów wykonania poszczególnych czynności.
3. Zamawiający zaakceptuje projekty opracowań, o których mowa w ust. 2 lub przedstawi do niego zalecenia, uwagi i zastrzeżenia, które Wykonawca będzie zobowiązany uwzględnić. W razie przedstawienia przez Zamawiającego do projektu danego opracowania zaleceń, uwag lub zastrzeżeń, Wykonawca przedstawi projekt danego opracowania uwzględniający wszystkie zalecenia, uwagi i zastrzeżenia Zamawiającego w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego, nie dłuższym niż 3 dni od dnia otrzymania zastrzeżeń.
4. Wykonawca rozpocznie prowadzenie Kampanii niezwłocznie po zaakceptowaniu przez Zamawiającego projektów dokumentów, o których mowa w ust. 2.
5. Przy realizacji niniejszej umowy do obowiązków Wykonawcy będzie należeć ponadto:
 - 1) realizowanie zaleceń Zamawiającego w zakresie sposobu wykonania prac i działań składających się na realizację umowy.

Wykonawca będzie każdorazowo przekazywać wszystkie opracowane materiały, w tym koncepcje, scenariusze, projekty graficzne, spoty do akceptacji Zamawiającego. Wykonawca będzie zobowiązany uwzględniać w nich wszystkie zalecenia, uwagi i zastrzeżenia Zamawiającego;

- 2) uzgodnienia z Zamawiającym harmonogramu realizacji prac i działań składających się na realizację umowy, a także jego aktualizacji w toku realizacji umowy;
- 3) zgodnego i niezakłóconego własnymi działaniami współdziałania z Zamawiającym we wszelkich sprawach dotyczących realizacji zadania, a w szczególności do udzielania upoważnionym przedstawicielom Zamawiającego wyczerpującej informacji oraz umożliwienia wglądu we wszelkie niezbędne dokumenty związane z realizacją zadania;
- 4) niezwłocznego informowania Zamawiającego o wystąpieniu jakichkolwiek okoliczności, które mogą mieć wpływ na termin realizacji umowy i jej przebieg;
- 5) nabycie od wszystkich osób zatrudnianych do udziału w wykonaniu umowy praw autorskich, praw pokrewnych i praw zależnych w zakresie umożliwiającym realizację umowy zgodnie z postanowieniami § 10 umowy.

§ 5

Wynagrodzenie

1. Zamawiający zapłaci Wykonawcy za wykonanie całego przedmiotu umowy zgodnie z treścią umowy i załączników do niej, a także zgodnie z dokonanymi w toku realizacji umowy uzgodnieniami Stron wynagrodzenie łącznie w wysokości **złotych brutto**, w tym złotych netto plus podatek VAT wg właściwej stawki, zgodnie z ofertą Wykonawcy (załącznik nr 2 do umowy).
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1, obejmuje należyte i terminowe wykonanie wszystkich obowiązków określonych w niniejszej umowie, w tym m.in. za wykonanie wszystkich spotów, aplikacji, prezentacji i materiałów audiowizualnych, graficznych i tekstowych, wykonanie wszystkich obowiązków przewidzianych § 4, udzielenie gwarancji i rękojmi na zasadach określonych w § 8 - 9, przeniesienie autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych na wszystkich polach eksploatacji określonych w Umowie oraz za udzielenie wszelkich zgód i zezwoleń w zakresie korzystania z praw autorskich majątkowych i osobistych i praw pokrewnych.
3. Wykonawcy będzie przysługiwać prawo do płatności częściowych zgodnie z następującym porządkiem:
 - 1) część I - po zaakceptowaniu przez Zamawiającego wszystkich opracowań, o których mowa w § 4 ust. 2 umowy - w wysokości do 20% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1,
 - 2) część II - po potwierdzeniu przez Wykonawcę zakupu czasu antenowego u nadawców telewizyjnych i radiowych oraz wynajęcia nośników outdoor zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego planem mediów - w wysokości do 50% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1,
 - 3) część III - po realizacji 25% ilości emisji spotów telewizyjnych w ramach planu mediów - w wysokości do 5% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1,
 - 4) część IV - po realizacji 50% ilości emisji spotów telewizyjnych w ramach planu mediów - w wysokości do 5% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1,
 - 5) część V - po realizacji 75% ilości emisji spotów telewizyjnych w ramach planu mediów - w wysokości do 5% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1,
 - 6) część VI (płatność końcowa) - po dostarczeniu raportu z realizacji kampanii, zgodnie z SIWZ - w wysokości nie mniejszej niż 15% wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1.
4. Płatność wynagrodzenia nastąpi w oparciu o wystawioną przez Wykonawcę fakturę VAT, przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy w ciągu 14 dni od daty otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury.
5. Podstawą wystawienia faktury VAT przez Wykonawcę będzie podpisany przez Zamawiającego protokół potwierdzający realizację usług, które uprawniają Wykonawcę do otrzymania płatności częściowych lub płatności końcowej.
6. Za datę zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

7. Realizacja płatności częściowych nie rozlicza stron z odpowiedniej części usług ze skutkiem wygaśnięcia w tej części ich zobowiązań. Nie pozbawia ona możliwości rozliczenia usług po wykonaniu całej umowy, względnie w razie odstąpienia od niej lub ograniczenia zakresu zamówienia.

§ 6

Termin

Wykonawca zobowiązuje się wykonać przedmiot Umowy **w terminie do dnia 20.12.2017** roku.

§ 7

Osoby upoważnione

1. Do kierowania czynnościami związanymi z realizacją przedmiotu Umowy oraz jako osobę upoważnioną do podpisania wszelkich wymienionych w Umowie protokołów odbioru, Wykonawca wyznacza:
1) _____
2. Jako osobę odpowiedzialną za koordynację prac związanych z realizacją przedmiotu Umowy oraz upoważnioną do podpisania wszelkich wymienionych w Umowie protokołów odbioru Zamawiający wyznacza:
1) _____
3. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1 i 2, może zostać dokonana w drodze wymiany korespondencji i nie wymaga sporządzenia aneksu do umowy.

§ 8

Gwarancja i rękojmia za wady

1. Wykonawca udziela gwarancji i rękojmi za wady na cały przedmiot umowy na okres 24 miesięcy, licząc od dnia zakończenia realizacji umowy.
2. W razie wątpliwości strony uzgadniają, że niniejsza umowa stanowi oświadczenie gwarancyjne Wykonawcy w rozumieniu przepisów kodeksu cywilnego.
3. Gwarancja Wykonawcy obejmuje dobrą jakość wykonanych prac i prawidłowe działanie przedmiotu umowy. Wykonawca oświadcza, że dostarczony przez niego przedmiot Umowy, w szczególności kontent, spoty, serwis www oraz pozostałe elementy kreatywne i dokumentacja, w tym utwory, będą pozbawione wad fizycznych i prawnych.
4. Zamawiający zachowuje, oprócz uprawnień wynikających z udzielonej gwarancji, także uprawnienia wynikające z rękojmi za wady, przysługujące zgodnie z obowiązującymi przepisami.

§ 9

Serwis gwarancyjny

1. W zakresie przygotowanego i prowadzonego przez Wykonawcę serwisu internetowego Kampanii Wykonawca będzie zobowiązany przez czas trwania gwarancji, o której mowa w § 8 ust. 1, jego serwis gwarancyjny. W ramach serwisu Wykonawca zapewni nieodpłatne usunięcie wszelkich usterek tego serwisu pod warunkiem jednak, że wady te wynikać będą z działania oprogramowania tworzącego serwis i Zamawiający nie dokonał bez porozumienia z Wykonawcą żadnych poprawek w oryginalnym kodzie lub instalacji, a także w sytuacji, gdy będzie konieczne usunięcie skutków bezprawnego działania osób trzecich (np. atak hakerski).
2. Przez Usterki rozumie się:
 - 1) funkcjonowanie serwisu niezgodnie z dokumentacją i ustaleniami z Zamawiającym;
 - 2) wygląd serwisu niezgodny z zaakceptowanym przez Zamawiającego projektem.
3. Wykonawca oferuje wykonanie obowiązków serwisowych na poniższych warunkach:
 - 1) czas reakcji na zgłoszoną usterkę: maksymalnie do 3 godzin od zgłoszenia;
 - 2) czas usunięcia usterki: maksymalnie do 24 godziny od zgłoszenia.

4. Po każdorazowym usunięciu usterki Wykonawca prześle zaktualizowane wszystkie pliki zastosowane w ramach czynności serwisowych, w tym pliki źródłowe, pliki robocze, pełną dokumentację kodu źródłowego aplikacji, tak jak podczas odbioru serwisu.
5. W przypadkach szczególnie skomplikowanych, na wniosek Wykonawcy Strony mogą uzgodnić odpowiedni termin na usunięcie wady, inny niż terminy określone ust. 2.

§ 10

Prawa autorskie

1. Z chwilą dokonania odbioru poszczególnych części przedmiotu umowy, Wykonawca przenosi na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do wszelkich utworów wykonanych w ramach wykonania przedmiotu umowy, a także praw pokrewnych do artystycznych wykonań wykorzystanych w ramach wykonania przedmiotu umowy. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje bez żadnych ograniczeń, w tym czasowych i terytorialnych, na wszystkich znanych w chwili odbioru polach eksploatacji, w tym na polach:
 - 1) utrwalanie i zwielokrotnienie na jakimkolwiek nośniku, a w szczególności na: dyskach komputerowych, techniką drukarską, reprograficzną oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego;
 - 2) publiczne wyświetlenie, odtworzenie;
 - 3) prawo obrotu egzemplarzami nośników w kraju i za granicą, wprowadzenie do obrotu przy użyciu Internetu i innych technik przekazu danych wykorzystujących sieci telekomunikacyjne, informatyczne i bezprzewodowe;
 - 4) użyczenie, najem lub wymiana nośników, na których dzieło utrwalono;
 - 5) nadawanie analogowe oraz cyfrowe wizji i/lub fonii (kodowane lub niekodowane, odpłatne lub nieodpłatne, w jakimkolwiek systemie, formacie lub technologii) za pośrednictwem satelity m.in. przy wykorzystaniu platform cyfrowych, sieci kablowych, połączeń telekomunikacyjnych, telewizji mobilnej, IPTV, DSL, ADSL, jakichkolwiek sieci komputerowych (w tym Internetu) itp.;
 - 6) reemitowanie analogowe oraz cyfrowe wizji i/lub fonii (kodowane lub niekodowane, odpłatne lub nieodpłatne, w jakimkolwiek systemie, formacie lub technologii) m.in. za pośrednictwem platform cyfrowych, sieci kablowych, połączeń telekomunikacyjnych, telewizji mobilnej, IPTV, DSL, ADSL, jakichkolwiek sieci komputerowych (w tym Internetu) itp.;
 - 7) wprowadzenie do pamięci komputera i do sieci multimedialnej w nieograniczonej ilości i wielkości nakładów;
 - 8) wykorzystanie na stronach internetowych;
 - 9) wykorzystanie w utworach multimedialnych;
 - 10) publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym w tym poprzez stacje naziemne, za pośrednictwem satelity, sieci kablowe, telekomunikacyjne lub multimedialne, bazy danych, serwery lub inne urządzenia i systemy, w tym także osób trzecich, w obiegu otwartym lub zamkniętym, w jakiegokolwiek technice, systemie lub formacie, z lub bez możliwości zapisu, w tym też w serwisach internetowych.
2. Przeniesienie praw, o którym mowa w ust. 1 obejmuje także prawo do wyrażania zgody na wykonanie utworów zależnych oraz decydowania o korzystaniu z utworów zależnych powstałych wskutek dokonania opracowania utworów. Wykonawca upoważnia ponadto Zamawiającego do wykonywania w jego imieniu autorskich praw osobistych do utworu w zakresie określonym w § 16 pkt 3 i 5 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
3. Przeniesienie autorskich praw majątkowych i udzielenie zgód i zezwoleń określonych w ust. 1-2 obejmuje wszelkie utwory będące wynikiem prac wykonanych przez Wykonawcę w ramach niniejszej umowy, także tych, które nie zostaną wykorzystane w Kampanii.
4. W zakresie, w jakim efektem prac realizowanych przez Podwykonawcę będzie oprogramowanie komputerowe i/lub serwisy www, Wykonawca w ramach wynagrodzenia, o którym w § 5 ust. 1, po zakończeniu prac i testów odpowiednio oprogramowania i/lub serwisu prześle Zamawiającemu kod źródłowy oprogramowania i/lub serwisu wraz z pełną dokumentacją.

5. Z chwilą zapłaty wynagrodzenia przechodzą na własność Zamawiającego nośniki, na jakich utrwalono utwory.
6. Powyższe postanowienia stosuje się odpowiednio w przypadku zlecenia przez Wykonawcę części lub całości prac osobom trzecim. Wykonawca zobowiązuje się umieścić w umowach z podwykonawcami postanowienia pozwalające na realizację umowy w zakresie określonym powyżej w ust. 1-3.
7. Wykonawca zobowiązuje się do zwolnienia Zamawiającego od wszelkiej odpowiedzialności z tytułu ewentualnego naruszenia autorskich praw majątkowych należących do osób trzecich, wynikających z korzystania przez Zamawiającego z przedmiotu Umowy.

§ 11

Podwykonawcy

1. Zamawiający wymaga osobistego wykonania przez wykonawcę, bez udziału podwykonawców, następujących elementów przedmiotu zamówienia: wykonanie szczegółowej koncepcji kreatywnej i koncepcji strategicznej. W pozostałym zakresie Wykonawca może korzystać przy wykonaniu niniejszego zamówienia z usług podwykonawców, na zasadach zgodnych z przepisami ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Wykonawca zawiadomi niezwłocznie Zamawiającego na piśmie o wszelkich umowach zawieranych dla wykonania umowy. Zawiadomienie takie nie będzie zwalniało Wykonawcy z jakiegokolwiek odpowiedzialności lub zobowiązań wynikających z realizacji Umowy.
3. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za usługi, prace, dostawy wykonane przez osobę trzecią oraz realizację Umowy przez podwykonawcę i za rozliczenia finansowe z podwykonawcą.
4. Zawarcie przez Wykonawcę umowy z podwykonawcą na serwisowanie przedmiotu Umowy nie zwalnia Wykonawcy z odpowiedzialności i zobowiązań wynikających z Umowy.

§ 12

Kary umowne

1. Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego kary umowne w następujących przypadkach niewykonania lub nienależytego wykonania umowy:
 - 1) w przypadku zwłoki w realizacji przedmiotu umowy w stosunku do terminu określonego w § 6 – w wysokości 0,5% całkowitego wynagrodzenia brutto określonego w § 5 ust. 1 umowy za każdy dzień zwłoki;
 - 2) w przypadku zwłoki w realizacji przedmiotu umowy w zakresie czynności określonych w § 4 ust. 2 – w wysokości 0,05% całkowitego wynagrodzenia brutto określonego w § 5 ust. 1 umowy za każdy dzień zwłoki;
 - 3) w przypadku zwłoki w usunięciu usterek w ramach rękojmi za wady i/lub gwarancji, w tym serwisu gwarancyjnego, o którym mowa w § 9, w stosunku do terminów umownych lub – w braku terminów umownych – odpowiednich terminów wyznaczonych przez Zamawiającego – w wysokości 0,01% całkowitego wynagrodzenia brutto określonego w § 5 ust. 1 za każdą godzinę zwłoki;
 - 4) za naruszenie umowy w zakresie wymogu osobistego wykonania kluczowych części zamówienia, o którym mowa w § 12 ust. 1 umowy – w kwocie 50.000 złotych za każde stwierdzone naruszenie;
 - 5) za naruszenie umowy w zakresie wymagań określonych w § 4 ust. 5 pkt 1 umowy – w kwocie 1.000 złotych za każde stwierdzone naruszenie;
 - 6) za naruszenie umowy w zakresie obowiązków wykonawcy dotyczących zatrudnienia personelu na podstawie umowy o pracę i dokumentowania tego zatrudnienia – w kwocie 5.000 złotych za każde stwierdzone naruszenie;
 - 7) w przypadku odstąpienia od umowy przez którąkolwiek ze stron z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy – w wysokości 10% całkowitego wynagrodzenia brutto określonego w § 5 ust. 1 umowy.
8. Kary umowne płatne będą przelewem na podstawie wystawionego przez Zamawiającego dokumentu księgowego w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia do siedziby Wykonawcy

9. Strony zgodnie ustalają, iż Zamawiający uprawniony jest do dochodzenia od Wykonawcy odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych kar umownych.

§ 13

Odstąpienie od umowy

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo odstąpienia od Umowy bez obowiązku zapłaty kary umownej lub odszkodowania dla Wykonawcy i bez wyznaczania dodatkowego terminu, przez cały okres trwania umowy:
 - 1) w sytuacji przewidzianej w art. 145 ustawy Prawo Zamówień Publicznych,
 - 2) w razie postawienia Wykonawcy w stan likwidacji lub zgłoszenia wniosku o ogłoszenie jego upadłości.
2. W przypadku działań siły wyższej, tj. zdarzeń zewnętrznych, na które Strony nie mają wpływu, a które uniemożliwiają wykonanie zobowiązań wynikających z umowy, których nie można było przewidzieć i których nie dało się uniknąć nawet w przypadku dołożenia przez Strony najwyższej staranności; w szczególności takich jak: wojna, rozruchy, klęska żywiołowa, strajk, Strona dotknięta poinformuje natychmiast pisemnie drugą Stronę o zaistniałej sytuacji w celu wspólnego ustalenia dalszego postępowania.
3. Zamawiający w razie odstąpienia od umowy z przyczyn, za które Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności, zobowiązany jest do dokonania odbioru prac przerwanych oraz zapłaty wynagrodzenia za prace, dostawy i elementy umowy, które zostały wykonane do dnia złożenia przez Zamawiającego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.
4. W przypadku, o którym mowa w ust. 2 powyżej, Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykonany do dnia odstąpienia, zachowany przez Zamawiającego przedmiot umowy do wykonanego przedmiotu Umowy w zakresie wymaganym w umowie. W takim przypadku Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części umowy.
5. Wykonawcy przysługuje prawo odstąpienia od umowy w przypadku, gdy Zamawiający zawiadomi go pisemnie o braku możliwości wywiązania się przez Zamawiającego ze swoich zobowiązań wynikających z umowy, ze względu na wystąpienie uprzednio nieprzewidzianych okoliczności.

§ 14

Zmiany umowy o zamówienie publiczne

1. Wszelkie zmiany Umowy wymagają formy pisemnej od rygorem nieważności, z zastrzeżeniem że każda ze Stron może jednostronnie dokonać zmiany w zakresie numerów telefonów, adresów, numerów rachunków bankowych wskazanych w niniejszej Umowie, osób odpowiedzialnych po obu stronach za realizację Umowy, zawiadamiając niezwłocznie o tym pisemnie drugą stronę. Zawiadomienie jest skuteczne od dnia odbioru zawiadomienia przez drugą Stronę Umowy.
2. Na podstawie art. 144 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych Zamawiający przewiduje możliwość dokonania zmiany niniejszej Umowy w następującym zakresie:
 - 1) zmiana sposobu wykonania przedmiotu zamówienia i jego zakresu, dotycząca w szczególności rodzaju i ilości realizowanych działań w ramach kampanii, ich charakteru, zasięgu, wraz z proporcjonalną zmianą wynagrodzenia Wykonawcy, nie większą jednak niż 15% wartości, o której mowa w § 5 ust. 1;
 - 2) zmiany zakresu podwykonawstwa oraz zmiany podwykonawców – zmiana może nastąpić, o ile będzie to zgodne z wymaganiami niniejszej umowy i SIWZ w zakresie wymogu osobistego wykonania kluczowych części zamówienia, a także o ile będzie zgodna z przepisami ustawy Pzp, w tym art. 36a oraz 36ba ustawy Pzp;
 - 3) wydłużenie terminu realizacji umowy, w tym okresu realizacji kampanii, nie dalej jednak, niż do dnia 27.12.2017 r.;
 - 4) zmiana umowy wynikająca z wystąpienia siły wyższej uniemożliwiającej wykonanie przedmiotu umowy zgodnie z SIWZ,
 - 5) zmiana wynagrodzenia Wykonawcy, o którym mowa w § 5 ust. 1 – w przypadku zmiany obowiązującej stawki podatku VAT,

- 6) ograniczenie zakresu umowy – przez jednostronne oświadczenie Zamawiającego i związaną z tym zmianę wynagrodzenia, w szczególności w przypadku wystąpienia okoliczności powodującej brak możliwości lub niecelowość wykonania przedmiotu Umowy w pełnym zakresie przewidzianym w umowie. W takim przypadku wynagrodzenie przysługujące Wykonawcy zostanie odpowiednio pomniejszone, przy czym Zamawiający zapłaci za wszystkie spełnione świadczenia oraz udokumentowane koszty, które Wykonawca poniósł w związku z wynikającymi z umowy planowanymi świadczeniami.

§ 15

Zabezpieczenie należytego wykonania zamówienia

1. Wykonawca wnosi zabezpieczenie należytego wykonania zamówienia wynoszące 0,3% wartości wynagrodzenia brutto określonego w § 5 ust. 1, w kwocie ____ **złoty**ch (słownie: ____) w formie ____.
2. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy służy do pokrycia roszczeń Zamawiającego wynikających z umowy bez potrzeby uzyskania zgody Wykonawcy. W przypadku wniesienia zabezpieczenia w innej formie niż w pieniądzu, kwota roszczeń będzie zapłacona na rzecz Zamawiającego, na pierwsze jego pisemne wezwanie stwierdzające, że Wykonawca nie wywiązał się ze zobowiązań wynikających z umowy.
3. Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy zostanie zwrócone Wykonawcy w następujący sposób:
 - 1) 70% kwoty zabezpieczenia w terminie 30 dni od dnia podpisania z wynikiem pozytywnym protokołu odbioru,
 - 2) 30% kwoty zabezpieczenia w terminie 15 dni od dnia po upływie okresu rękojmi za wady.

§ 16

Postanowienia końcowe

1. W sprawach nieuregulowanych Umową mają zastosowanie przepisy ustawy Prawo zamówień publicznych i Kodeksu Cywilnego oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
2. Ewentualne spory powstałe na tle realizacji Umowy rozstrzyga sąd miejscowo właściwy dla Zamawiającego.
3. Cesja wierzytelności wynikających z Umowy wymaga uzyskania uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego, pod rygorem jej nieważności.
4. Uzupełnienie, zmiana lub rozwiązanie Umowy wymagają dla swej ważności formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
5. Umowa została sporządzona w 2 jednobrzmiących egzemplarzach po 1 dla Stron.

Za Zamawiającego:

Za Wykonawcę: