

Kołobrzeg, dnia 28 czerwca 2019 roku

SPECYFIKACJA WARUNKÓW PRZETARGOWYCH

OPRACOWANIE I WPROWADZENIE NA RYNEK NOWEJ MARKI KONSUMENCKIEJ
PROMUJĄCEJ SPOŻYCIE RYB POLSKICH PRODUCENTÓW ORAZ
PRZEPROWADZENIE PRZEZ OKRES 30 MIESIĘCY KAMPANII PROMOCYJNEJ
W RAMACH REALIZACJI PROJEKTU PN.
„ZNALEZIENIE NOWYCH RYNKÓW DLA PRODUKTÓW RYBOŁÓWSTWA
POPRAZ DZIAŁANIA REKLAMOWO-PROMOCYJNE I UDZIAŁ W
MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH BRANŻOWYCH”

SYGNATURA: KGPR.SWP.5.2019

**PRZETARG
W TRYBIE KODEKSU CYWILNEGO****1. Nazwa oraz adres Zamawiającego.**

Kołobrzaska Grupa Producentów Ryb spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
ul. Węgorzowa 8, 78-100 Kołobrzeg
nr KRS 0000234212, REGON 320047293, NIP 6711716546
e-mail: biuro@kgpr.pl
strona internetowa: www.kgpr.pl

2. Tryb udzielenia zamówienia.

Zamawiający prowadzi postępowanie przetargowe w oparciu o art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny /Dz.U. z 2018 r., poz. 1025 t.j. z późn. zm./ przy uwzględnieniu zasad przejrzystości, niedyskryminacji i równego traktowania, zgodnie z „Zasadami konkurencyjnego wyboru wykonawców w ramach Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze”¹.

3. Opis przedmiotu zamówienia.

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie przez Wykonawcę strategii działania kampanii promocyjnej, której celem będzie opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki promującej spożycie ryb polskich producentów, przeprowadzenie badań i analiz rynkowych w tym zakresie, a następnie w oparciu o stworzoną strategię i przeprowadzone analizy i badania przygotowanie, realizacja i przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej mającej na celu zrealizowanie strategii stworzonej marki.

Wykonanie przedmiotu zamówienia polegać ma na opracowaniu i realizacji kampanii

¹ Zasady konkurencyjnego wyboru wykonawców w ramach Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” opublikowane na stronie internetowej Ministerstwa Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej w dniu 18 kwietnia 2018 roku – <https://mgm.gov.pl/rybolowstwo/po-ryby-morze-2014-2020/interpretacje/zasady-konkurencyjnego-wyboru-wykonawcow-w-ramach-programu-operacyjnego-rybnactwo-i-morze/> wraz ze zmianami opublikowanymi w dniu 5 czerwca 2018 roku;

informacyjno-promocyjnej z elementami kampanii edukacyjno-społecznej, służącej z jednej strony podniesieniu poziomu publicznej świadomości na temat zrównoważonych produktów rybołówstwa, budującej potrzebę spożywania świeżych ryb i bezpośrednio wpływającej na zwiększenie popytu i konkurencyjności produktów rybołówstwa na rynku, z drugiej zaś ma stworzyć pozytywny wizerunek nowej identyfikowalnej marki promocyjnej – marki produktów z ryby od polskich producentów, przekładając się na wzrost spożycia ryb pochodzących z rodzimych połowów.

Kampania ma za zadanie trafić do jak największej liczby Polaków i wypromować nową markę polskich produktów oraz zachęcić do spożywania produktów rybołówstwa pochodzących od polskich producentów. Głównym celem jest doprowadzenie do wzrostu zapotrzebowania na rybę z rodzimych połowów, a w konsekwencji do rozwoju produkcji i sprzedaży produktów polskich producentów. Kampania w swoich założeniach powinna zakładać działania wizerunkowe, sprzedażowe oraz edukacyjne kierowane zarówno do osób dorosłych, jak i do uczniów polskich szkół. Główne komunikaty w założeniu opierają się na konkretnych argumentach, wskazujących korzyści ze spożywania polskich ryb. Dzięki spójnemu przekazowi oraz integracji różnych formatów i kanałów dotarcia, kampania wywołać ma w odbiorcach pożądane zachowania konsumenckie, w szczególności do nowo wprowadzonej marki promocyjnej.

Przygotowanie strategii

Strategia działań stanowić będzie podstawę do realizacji wszystkich działań w ramach kampanii promocyjnej. W ramach opracowania strategii Wykonawca powinien:

- 1) określić charakterystykę rynku, rolę otoczenia konkurencyjnego dla marki, szczególnie określone płaszczyzny komunikacji na docelowych rynkach,
- 2) dokonać analizy pozyskanych badań rynkowych i wniosków,
- 3) określić sposób komunikacji marki, opis rekomendowanych narzędzi służących realizacji, szczegółowe pozycjonowanie marki w komunikacji B2B, B2C,
- 4) przygotować szczegółowe założenia dotyczące pozycjonowania marki, określenia jej rynkowych wyróżników, sposobu komunikacji i pożądanego wizerunku,
- 5) określić grupy docelowe odbiorców dla planowanych produktów oraz sposób komunikacji z nimi, wraz ze wstępnym podziałem na treści przekazów reklamowych oraz dobór mediów,
- 6) uwzględnić działania wizerunkowe, sprzedażowe oraz edukacyjne kierowane zarówno do osób dorosłych, jak i dzieci, w tym do uczniów polskich szkół,
- 7) przygotować zalecane terminy prowadzenia działań reklamowych oraz opisane media najefektywniej trafiające do wybranych grup docelowych,
- 8) dokonać analizy potencjału i określić docelowe grupy nowych produktów,
- 9) zawierać wnioski i rekomendacje w zakresie reorganizacji przedsiębiorstwa w związku z wprowadzeniem nowej marki,
- 10) uwzględnić przeprowadzenie badań ilościowych oraz jakościowych mających na celu określenie postaw konsumenckich wobec poszczególnych rodzajów produktów rybołówstwa,
- 11) uwzględnić pozyskanie lub przeprowadzenie badań ilościowych związanych z konsumpcją ryb,
- 12) opracować plan, harmonogram i sekwencje wprowadzania marki na rynek,
- 13) uwzględnić przygotowanie, opracowanie i wdrożenie mobilnej aplikacji dla konsumentów, mającej walory edukacyjno-informacyjne, promującej produkty rybołówstwa w tym produkty wprowadzane na rynek przez polskich producentów,
- 14) uwzględnić przygotowanie i realizacja stron internetowych dla projektu, profili w

- social mediach oraz sklepu internetowego,
- 15) uwzględnić przeprowadzenie kampanii reklamowej w telewizji, radiu, internecie, outdoor oraz field marketing,
 - 16) uwzględnić przeprowadzenie działań promocyjnych w mediach elektronicznych: product placement (lokowanie produktów w wybranych serialach i programach telewizyjnych), sponsoring audycji, wykorzystanie blogerów oraz influencerów do promocji produktów,
 - 17) opracować budżet realizowanej kampanii promocyjnej w oparciu o przedstawioną strategię i określić szczegółowo poszczególne pozycje składowych budżetu.

W celu opracowania strategii Wykonawca będzie zobligowany:

- 1) pozyskać i użyć badań rynkowych preferencji konsumentów w zakresie spożycia produktów rybołówstwa i akwakultury:
 - a) ilościowe o zasięgu ogólnopolskim, próba badawcza minimum N=500;
 - b) badania focusowe – minimum 3 grupy w różnych regionach geograficznych kraju, każda grupa minimum 7 osób,
- 2) pozyskać i użyć badań dotyczących zachowań poszczególnych grup docelowych w zakresie konsumpcji mediów (badania Target Group Index),
- 3) opracować analizę potencjału przedsięwzięcia,
- 4) przeprowadzić analizę konkurencji,
- 5) przeprowadzić analizę wydatków mediowych konkurencyjnych marek.

Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów obejmować będzie:

- 1) research projektowy – w którym stworzona zostanie pierwotna wizja marki, jej strategia rynkowa, cele oraz wartości, dokonane zostaną badania rynkowe, na podstawie których określone zostanie bazowe zapotrzebowania klienckie, a także wykonane analizy konkurencji,
- 2) klarowanie strategii marki – zatwierdzenie przygotowanej wcześniej strategii marki,
- 3) budowa świadomości marki – opracowanie strategii dotyczącej elementów wizualnych marki (logotyp, produkty, identyfikacja przestrzenna, opakowania), przeprowadzenie badań dotyczących percepcji znaku, zatwierdzenie architektury marki, zatwierdzenie planu marketingowego,
- 4) rejestracja – dokonanie rejestracji praw własności przemysłowych związanych z tworzoną marką oraz zabezpieczenie praw autorskich majątkowych do niej na rzecz Zamawiającego oraz przygotowanie projektu regulaminu umożliwiającego korzystanie z zarejestrowanych znaków własności przemysłowych dla innych podmiotów wraz z określeniem warunków, które te podmioty muszą spełnić, aby korzystać ze znaków,
- 5) kreacja punktów styku – zatwierdzenie identyfikacji wizualnej marki, rozpoczęcie przygotowywania materiałów reklamowych związanych z marką pod miejsca i media, w których będzie ona występować (materiały POS, materiały internetowe, materiały mass-mediowe - plansze produktowe).

Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu zamówienia

Zamawiający przeznaczy na realizację całej kampanii promocyjnej kwotę 24.600.000,00 zł (dwadzieścia cztery miliony sześćset tysięcy złotych) netto, która stanowić będzie wynagrodzenie Zamawiającego za wykonanie strategii i zrealizowanie całej kampanii promocyjnej, z tym że obowiązkiem Zamawiającego będzie poniesienie w imieniu i na rzecz Zamawiającego wszelkich kosztów związanych z kampanią promocyjną, w tym w szczególności ponoszenie kosztów zakupu reklam, czasów antenowych, powierzchni

reklamowych, materiałów, eventów, wykonania różnych zadań itp.. Koszty realizacji strategii i przeprowadzenia kampanii promocyjnej zgodnie z zaakceptowanym budżetem przez Zamawiającego będą stanowiły różnicę pomiędzy kwotą przeznaczoną na realizację całej kampanii a oferowanym przez Wykonawcę wynagrodzeniem za wykonanie strategii i wynagrodzeniem za organizację, realizację i przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej. W ramach kosztów realizacji strategii i przeprowadzenia kampanii promocyjnej zgodnie z zaakceptowanym budżetem przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek dokonywać racjonalnych wydatków uzyskując jak najwięcej działań promocyjnych w ramach planowanego budżetu.

W ramach kosztów realizacji strategii i przeprowadzenia kampanii promocyjnej obowiązkiem Wykonawcy będzie m.in.²:

- 1) zakup lub produkcja materiałów video, zdjęć, dźwięków,
- 2) kreacja spotów reklamowych,
- 3) produkcja spotów wideo, spotów radiowych, materiałów graficznych, materiałów social-media,
- 4) przygotowanie, opracowanie i wdrożenie mobilnej aplikacji dla konsumentów, mającej walory edukacyjno-informacyjne, promującej produkty rybołówstwa,
- 5) przygotowanie i realizacja stron internetowych dla projektu, profili w social mediach oraz sklepu internetowego,
- 6) kampania reklamowa w telewizji, radiu, internecie,
- 7) działania promocyjne w telewizji (product placement),
- 8) kampania reklamowa outdoor,
- 9) współpraca z liderami opinii, ambasadorami promocji oraz specjalistami,
- 10) field marketing,
- 11) działania edukacyjne.

4. Termin wykonania zamówienia.

Wykonawca zobowiązany jest wykonać strategię działania kampanii promocyjnej do dnia wskazanym w ofercie, nie później jednak niż do 31 grudnia 2019 roku. W oparciu o stworzone strategię i przeprowadzone analizy i badania kampania promocyjna będzie prowadzona przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej licząc od dnia jej rozpoczęcia, przy czym kampania rozpocznie się nie później niż 30 dni od dnia wykonania strategii.

5. Warunki udziału w postępowaniu oraz braku podstaw wykluczenia.

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy:
 - 1) spełniają warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w Specyfikacji Warunków Przetargowych,
 - 2) nie podlegają wykluczeniu w okolicznościach, o których mowa w Specyfikacji Warunków Przetargowych.
2. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełnią następujące warunki:
 - 1) posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania;
 - 2) wykażą, iż w okresie ostatnich pięciu lat przed upływem terminu składania ofert, a

² Ostateczny zakres obowiązków zostanie ustalony w oparciu o stworzoną strategię i sprzężony z nią budżet projektu zaakceptowany przez Zamawiającego.

jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonali co najmniej jedną usługę polegającą na realizacji strategii wprowadzenia na rynek marki produktowej lub usługowej co najmniej o zasięgu krajowym o wartości co najmniej 500.000,00 zł (pięćset tysięcy złotych) netto, która obejmowała:

- a) przygotowanie i realizację w oparciu o opracowaną strategię działań reklamowych i promocyjnych z wykorzystaniem mediów o zasięgu ogólnopolskim;
 - b) opracowanie i produkcję lub nadzór nad produkcją spotów reklamowych;
 - c) kampanię reklamową w Internecie o wartości co najmniej 100.000,00 zł (sto tysięcy złotych) wspartą analizą efektów prowadzonych działań i zakończona raportem analitycznym;
 - d) stworzenie projektów graficznych do reklam;
 - e) przeprowadzeniem działań promocyjnych o charakterze edukacyjnym;
 - f) opracowanie Księgi Identyfikacji Marki;
- 3) wykażą, iż dysponują lub będą dysponować zespołem do realizacji zamówienia liczącym co najmniej 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia, w skład którego będą wchodzić osoby pełniące następujące funkcje:
- a) kierownik zespołu – co najmniej 1 osoba pełniąca funkcję kierownika zespołu, która posiada doświadczenie w kierowaniu co najmniej jedną kampanią reklamową, informacyjną, promocyjną lub społeczną,
 - b) członek zespołu ds. kreacji – co najmniej 1 osoba posiadająca min. 3 lata doświadczenia w branży usług reklamowych, która brała udział w przygotowaniu koncepcji kreatywnej co najmniej 1 kampanii reklamowej, informacyjnej, promocyjnej lub społecznej;
 - c) grafik/projektant – co najmniej 1 osoba posiadająca min. 3 lata doświadczenia w branży usług reklamowych, która przygotowywała koncepcje graficzne dla co najmniej 1 kampanii reklamowej, informacyjnej, promocyjnej lub społecznej;
 - d) manager projektu – co najmniej 1 osoba zajmująca się koordynacją zadań i przepływu informacji i posiadająca doświadczenie w kierowaniu co najmniej jedną kampanią reklamową, informacyjną, promocyjną lub społeczną.
- W przypadku zaistnienia okoliczności uniemożliwiających lub utrudniających wykonywanie zamówienia przez którąś ze wskazanych przez Wykonawcę osób, Wykonawca będzie mógł zmienić personel delegowany do wykonywania zamówienia. W przypadku zmiany personelu, Wykonawca wskaże osobę o takich samych lub wyższych kwalifikacjach, jak określone powyżej. Zmiana osoby pełniącej wyżej wymienioną funkcję w trakcie realizacji zamówienia, wymagać będzie powiadomienia Zamawiającego i jego akceptacji. Wykonawcy nie będzie przysługiwać roszczenie o zwrot kosztów wynikających bezpośrednio lub pośrednio z usunięcia lub wymiany osoby, wyznaczonej przez Wykonawcę do wykonania przedmiotu zamówienia.
- 4) posiadają wiedzę i doświadczenie;
 - 5) znajdują się w odpowiedniej sytuacji ekonomicznej i finansowej pozwalającej na wykonanie zamówienia;
 - 6) dysponują osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
 - 7) wykonają usługę w sposób sprawny, ograniczający do minimum utrudnienia.
3. W celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu Zamawiający żąda złożenia oświadczeń i dokumentów wymienionych w ust. 6. Zamawiający

dokona oceny spełnienia przez Wykonawców warunków udziału w postępowaniu na dzień składania ofert w oparciu o złożone wraz z ofertą oświadczenia i dokumenty wg metody „spełnia/nie spełnia”.

4. Każdy Wykonawca może złożyć ofertę jedynie na całość przedmiotu zamówienia.
5. Wykonawcy nie mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia.
6. Z postępowania przetargowego wyklucza się:
 - 1) Wykonawcę, który jest powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a Wykonawcą polegające w szczególności na:
 - a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
 - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - d) pozostawaniu w związku małżeńskim w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
 - 2) Wykonawcę, który w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa wprowadził Zamawiającego w błąd przy przedstawieniu informacji, że nie podlega wykluczeniu, spełnia warunki udziału w postępowaniu lub obiektywne i niedyskryminacyjne kryteria lub który zataił te informacje lub nie jest w stanie przedstawić wymaganych dokumentów;
 - 3) Wykonawcę, który w wyniku lekkomyślności lub niedbalstwa przedstawił informacje wprowadzające w błąd Zamawiającego, mogące mieć istotny wpływ na decyzje podejmowane przez Zamawiającego w postępowaniu przetargowym;
 - 4) Wykonawcę, który bezprawnie wpływał lub próbował wpłynąć na czynności Zamawiającego lub pozyskać informacje poufne, mogące dać mu przewagę w postępowaniu przetargowym;
 - 5) Wykonawcę, który brał udział w przygotowaniu postępowania przetargowego lub którego pracownik, a także osoba wykonująca pracę na podstawie umowy zlecenia, o dzieło, agencyjnej lub innej umowy o świadczenie usług, brał udział w przygotowaniu takiego postępowania;
 - 6) Wykonawcę, który z innymi wykonawcami zawarł porozumienie mające na celu zakłócenie konkurencji między wykonawcami w postępowaniu przetargowym;
 - 7) Wykonawcę 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 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;

- 8) Wykonawcę, który w sposób zawiniony poważnie naruszył obowiązki zawodowe, co podważa jego uczciwość, w szczególności, gdy wykonawca w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa nie wykonał lub nienależycie wykonał zamówienie.

6. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu, wpływających na ocenę oferty oraz brak podstaw wykluczenia.

Wykonawca wraz z ofertą składa:

- 1) ofertę cenową złożoną na formularzu oferty zgodnie z załącznikiem nr 1 do Specyfikacji Warunków Przetargowych,
- 2) aktualny odpis lub wydruk z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub podobnych rejestrów funkcjonujących w innych krajach, wystawiony nie wcześniej niż 1 miesiąc przed upływem terminu składania ofert w niniejszym postępowaniu przetargowym,
- 3) oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu przetargowym zgodnie z załącznikiem nr 2 do Specyfikacji Warunków Przetargowych,
- 4) oświadczenie dotyczące braku spełniania przesłanek dotyczących wykluczenia z postępowania zgodnie z załącznikiem nr 3 do Specyfikacji Warunków Przetargowych,
- 5) wykaz projektów, których przedmiotem była realizacja strategii kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym, zrealizowanych przez Wykonawcę w okresie ostatnich pięciu lat przed dniem wszczęcia postępowania przetargowego (a jeżeli okres prowadzenia działalności w tym zakresie jest krótszy to w tym okresie) zgodnie z załącznikiem nr 4 do Specyfikacji Warunków Przetargowych. Dla spełnienia tego warunku wykonawca ma obowiązek wskazać co najmniej jedną usługę polegającą na realizacji strategii wprowadzenia na rynek marki produktowej lub usługowej co najmniej o zasięgu krajowym o wartości co najmniej 500.000,00 zł (pięćset tysięcy złotych) (ust. 5 pkt 2 Specyfikacji Warunków Przetargowych). Pozostałe wskazane projekty będą oceniane pod kątem uzyskania dodatkowych punktów za kryteria oceny.
- 6) wykaz osób, które będą w zespole do realizacji zamówienia przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia, to jest do czasu wykonania strategii i przez okres realizacji kampanii promocyjnej (30 miesięcy), wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami. Dla spełnienia tego warunków wykonawca ma obowiązek wskazać co najmniej 4 osoby z których każda posiadała będzie doświadczenie do pełnienia przynajmniej jednej z wymienionych wyżej funkcji (ust. 5 pkt 3 Specyfikacji Warunków Przetargowych), przy czym jedna i ta sama osoba nie może pełnić więcej niż jednej funkcji jednocześnie. Pozostałe wskazane osoby będą oceniane pod kątem uzyskania dodatkowych punktów za kryteria oceny.
- 7) zaakceptowany wzór umowy zgodnie z załącznikiem nr 6 do Specyfikacji Warunków Przetargowych, poprzez jego zaparafowanie i podpisanie.

Jeżeli wykaz, oświadczenia lub inne złożone przez Wykonawcę dokumenty będą budzić wątpliwości Zamawiającego, może on zwrócić się bezpośrednio do Wykonawcy lub właściwego podmiotu, na rzecz którego usługi były wykonywane, o dodatkowe informacje lub dokumenty w tym zakresie.

Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, wezwie wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym, terminie (nie krótszym niż 7 dni), aktualnych na dzień złożenia oferty dokumentów potwierdzających posiadane doświadczenie i zrealizowane usługi w tym zakresie, potwierdzających dysponowanie osobami wymienionymi w wykazie osób oraz potwierdzające posiadane przez niech doświadczenie i spełnienie stawianych wymagań. Jeżeli z uzasadnionej przyczyny Wykonawca nie może złożyć wymaganych przez Zamawiającego dokumentów, Zamawiający może dopuścić złożenie przez Wykonawcę innych odpowiednich dokumentów w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu.

7. Sposób określenia ceny, przygotowania oferty, uzupełnianie braków i kryteriów:

- 1) Wykonawca określi cenę oferty netto wyrażoną w złotych polskich (PLN) podając ją w zapisie liczbowym i słownie z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- 2) Na określoną przez Wykonawcę cenę składają się wszelkie koszty związane z realizacją przedmiotu umowy wynikające wprost ze Specyfikacji Warunków Przetargowych, umowy, załączników do umowy, jak również nieujęte, a niezbędne do wykonania zadania i osiągnięcia zamierzonego celu, w szczególności oferta powinna obejmować cały koszt realizacji kampanii promocyjnej.
- 3) Oferta powinna być napisana w języku polskim, podpisana przez osobą upoważnioną oraz zawierać podanie ceny ryczałtowej za wykonanie zamówienia.
- 4) Dokumenty sporządzone mogą być w języku polskim, jednakże dokumenty sporządzone w języku innym niż polski są składane wraz z tłumaczeniem na język polski.
- 5) Zaproponowana przez Wykonawcę cena obejmuje wszystkie rzeczywiste składniki związane z realizacją zamówienia.
- 6) Ceny należy wyliczyć w oparciu o kalkulacje własne. Powinny one zawierać wszystkie koszty wykonania zamówienia oraz wszelkie koszty niezbędne do realizacji zamówienia.
- 7) Podatek VAT ze wskazaniem stawki należy doliczyć do ceny końcowej.
- 8) Wykonawca oświadcza, że gwarantuje stałość zaoferowanej ceny do czasu zakończenia zamówienia.
- 9) Niedoszacowanie, pominięcie oraz brak rozpoznania zakresu przedmiotu zamówienia nie może być podstawą do żądania zmiany zaoferowanej ceny.
- 10) Każdy Wykonawca może złożyć ofertę jedynie na całość przedmiotu zamówienia.
- 11) Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych ani częściowych.
- 12) Ofertę składa się, pod rygorem nieważności, w formie pisemnej. Zamawiający nie dopuszcza składania oferty w postaci elektronicznej.
- 13) Treść oferty musi odpowiadać treści Specyfikacji Warunków Przetargowych.
- 14) Ofertę sporządza się w sposób staranny, czytelny i trwały. Stwierdzone przez Wykonawcę w ofercie błędy i omyłki w zapisach - przed jej złożeniem - poprawia się przez skreślenie dotychczasowej treści i wpisanie nowej, z zachowaniem czytelności błędnego zapisu, oraz podpisanie poprawki i zamieszczenie daty dokonania poprawki.
- 15) Ofertę należy przygotować tak, by z zawartością oferty nie można było zapoznać się przed upływem terminu otwarcia ofert.
- 16) Wykonawca składa ofertę w zamkniętej kopercie lub innym opakowaniu w sposób zapewniający nieujawnienie treści oferty do chwili jej otwarcia. Zamknięta koperta lub inne opakowanie musi zawierać oznaczenie:

Nadawca:

Nazwa i adres Wykonawcy (pieczęć)

Adresat:

Kołobrzaska Grupa Producentów Ryb sp. z o.o.

ul. Węgorzowa 8

78-100 Kołobrzeg

OFERTA NA: „Wykonanie strategii i przeprowadzenie kampanii promocyjnej”

NIE OTWIERAĆ PRZED TERMINEM OTWARCIA OFERT

15 lipca 2019 roku godz. 14:00

POSTĘPOWANIE NR KGPR.SWP.5.2019

- 17) Wykonawca może, przed upływem terminu do składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.
- 18) W przypadku wycofania oferty, wykonawca składa pisemne oświadczenie, że ofertę wycofuje. Oświadczenie o wycofaniu oferty, wykonawca umieszcza w zamkniętej kopercie lub innym opakowaniu, która musi zawierać oznaczenie:

Nadawca:

Nazwa i adres Wykonawcy (pieczęć)

Adresat:

Kołobrzaska Grupa Producentów Ryb sp. z o.o.

ul. Węgorzowa 8

78-100 Kołobrzeg

Oświadczenie o wycofaniu oferty złożonej w przetargu w trybie Kodeksu cywilnego na: „Wykonanie strategii i przeprowadzenie kampanii promocyjnej”

NIE OTWIERAĆ PRZED TERMINEM OTWARCIA OFERT

15 lipca 2019 roku godz. 14:00

POSTĘPOWANIE NR KGPR.SWP.5.2019

- 19) Oświadczenie o wycofaniu oferty musi zawierać co najmniej nazwę i adres Wykonawcy, treść oświadczenia wykonawcy o wycofaniu oferty oraz podpis osoby lub osób uprawnionych do reprezentowania Wykonawcy.
- 20) W przypadku zmiany oferty wykonawca składa pisemne oświadczenie, że ofertę zmienia, określając zakres tych zmian. Oświadczenie o zmianie oferty Wykonawca umieszcza w zamkniętej kopercie lub innym opakowaniu, która musi zawierać oznaczenie:

Nadawca:

Nazwa i adres Wykonawcy (pieczęć)

Adresat:**Kołobrzaska Grupa Producentów Ryb sp. z o.o.****ul. Węgorzowa 8****78-100 Kołobrzeg**

ZMIANA OFERTY NA: „Wykonanie strategii i przeprowadzenie kampanii promocyjnej”

NIE OTWIERAĆ PRZED TERMINEM OTWARCIA OFERT

15 lipca 2019 roku godz. 14:00

POSTĘPOWANIE NR KGPR.SWP.5.2019

Oświadczenie o zmianie oferty musi zawierać nazwę i adres Wykonawcy oraz podpis wykonawcy oraz zawierać poprawiony formularz oferty.

- 21) Zamawiający nie zwraca kosztów przygotowanie oferty.
- 22) Jeżeli Wykonawca nie złoży, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu lub brak podstaw wykluczenia, lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez Zamawiającego wątpliwości, Zamawiający wzywa do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielania wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu.
- 23) Zamawiający wzywa także, w wyznaczonym przez siebie terminie, do złożenia wyjaśnień dotyczących oświadczeń lub dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia - wskazanych w Specyfikacji Warunków Przetargowych.
- 24) Zamawiający może na każdym etapie postępowania wezwać wykonawców do złożenia wszystkich lub niektórych oświadczeń lub dokumentów potwierdzających, że nie podlegają wykluczeniu, ich oferta nie ulega odrzuceniu, spełniają warunki udziału

w postępowaniu, a jeżeli zachodzą uzasadnione podstawy do uznania, że złożone uprzednio oświadczenia lub dokumenty nie są już aktualne, do złożenia aktualnych oświadczeń lub dokumentów.

- 25) Zamawiający poprawia w ofercie oczywiste omyłki pisarskie, oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek oraz inne omyłki polegające na niezgodności oferty ze Specyfikacją Warunków Przetargowych, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty – niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
- 26) Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie następujących kryteriów – cena przygotowania strategii – 25 %, cena realizacji i przeprowadzenia przygotowanej strategii – 25 %, termin wykonania strategii – 20 %, doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym – 15 %, zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia – 15 %.
- 27) Najkorzystniejszą ofertą będzie oferta, która uzyska największą liczbę punktów za poszczególne kryteria i która nie podlega odrzuceniu.

8. Kryteria oceny ofert

Przy wyborze oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami:

- 1) cena przygotowania strategii – waga procentowa 25%
- 2) cena realizacji i przeprowadzenia przygotowanej strategii – waga procentowa 25%
- 3) termin wykonania strategii – waga procentowa 20%
- 4) doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym – waga procentowa 15%
- 5) zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia – waga procentowa 15%

Złożone oferty będą oceniane w następujący sposób

ad. 1)

(Cs) ocena oferty za cenę przygotowania strategii – oferta z najniższą ceną otrzyma maksymalną ilość punktów = 25 pkt,

Oferty następne będą oceniane na zasadzie proporcji w stosunku do oferty najtańszej wg wzoru:

$$Cs = [Cs \text{ min}/Cs \text{ bad}] \times 100 \times 0,25$$

gdzie:

Cs – liczba punktów za cenę ofertową przygotowania strategii

Cs min – najniższa cena ofertowa przygotowania strategii spośród ofert badanych

Cs bad – cena oferty badanej przygotowania strategii

Wykonawca w złożonej ofercie zobowiązany jest wskazać cenę przygotowania strategii. Do punktacji zalicza się cenę netto.

ad. 2)

(Cr) ocena oferty za cenę realizacji i przeprowadzenia przygotowanej strategii – oferta z najniższą ceną otrzyma maksymalną ilość punktów = 25 pkt,

Oferty następne będą oceniane na zasadzie proporcji w stosunku do oferty najtańszej wg wzoru:

$$Cr = [Cr \text{ min}/Cr \text{ bad}] \times 100 \times 0,25$$

gdzie:

Cr – liczba punktów za cenę ofertową

Cr min – najniższa cena ofertowa spośród ofert badanych

Cr bad – cena oferty badanej

Wykonawca w złożonej ofercie zobowiązany jest wskazać cenę miesięczną oraz cenę ostateczną realizacji i przeprowadzenia przygotowanej strategii, która stanowi iloczyn ceny miesięcznej i 30 miesięcy. Do punktacji zalicza się cenę ostateczną netto.

ad. 3)

(T) termin wykonania strategii przez Wykonawcę – poszczególnym ofertom zostaną przyznane punkty za spełnienie kryterium na zasadzie:

- a) termin wykonania strategii przez Wykonawcę krótszy o co najmniej 15 dni od zakładanego przez Zamawiającego terminu realizacji certyfikacji, to jest do 31 grudnia 2019 roku – 1 pkt,
- b) termin wykonania strategii przez Wykonawcę krótszy o co najmniej 30 dni od zakładanego przez Zamawiającego terminu realizacji certyfikacji, to jest do 31 grudnia 2019 roku – 2 pkt,
- c) termin wykonania strategii przez Wykonawcę krótszy o co najmniej 45 dni od zakładanego przez Zamawiającego terminu realizacji certyfikacji, to jest 31 grudnia 2019 roku – 3 pkt.

Uwaga: Punktacji za termin wykonania strategii przez Wykonawcę nie sumuje się. Punkty zostaną obliczone według wzoru:

$$T = [Ti/3\text{pkt}] \times 100 \times 0,20$$

gdzie:

T – ilość punktów przyznanych w kryterium termin wykonania strategii przez Wykonawcę

Ti – ilość punktów za termin wykonania strategii przez Wykonawcę

3 pkt – maksymalna punktacja za termin wykonania strategii przez Wykonawcę

Wykonawca w złożonej ofercie zobowiązany jest wskazać termin wykonania strategii. Brak oznaczenia w ofercie terminu wykonania strategii przez Wykonawcę lub wskazanie terminu późniejszego niż ten oznaczony w ust. 4 Specyfikacji Warunków Przetargowych będzie traktowane jako wykonanie strategii w przewidzianym przez Zamawiającego terminie.

ad. 4)

(D) doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym – poszczególnym ofertom zostaną przyznane punkty za spełnienie kryterium doświadczenia na zasadzie:

- a) co najmniej dwie przeprowadzone strategie i zrealizowane kampanie promocyjne o zasięgu krajowym przez Wykonawcę – 1 pkt
- b) co najmniej trzy przeprowadzone strategie i zrealizowane kampanie promocyjne o zasięgu krajowym przez Wykonawcę – 2 pkt
- c) co najmniej cztery przeprowadzone strategie i zrealizowane kampanie promocyjne o zasięgu krajowym przez Wykonawcę – 3 pkt

Uwaga: Punktacji za doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym nie sumuje się. Punkty zostaną obliczone według wzoru:

$$D = [D_i/3\text{pkt}] \times 100 \times 0,15$$

gdzie:

D – ilość punktów przyznanych w kryterium doświadczenia w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym

D_i – ilość punktów za doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym

3 pkt – maksymalna punktacja za doświadczenie w przygotowaniu strategii i realizacji kampanii promocyjnej co najmniej o zasięgu krajowym

Wykonawca w złożonej ofercie zobowiązany jest wskazać ilość wykonanych strategii i zrealizowanych kampanii promocyjnych co najmniej o zasięgu krajowym.

ad. 5)

(Z) zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia – poszczególnym ofertom zostaną przyznane punkty za spełnienie kryterium doświadczenia na zasadzie:

- a) co najmniej pięć osób zapewnionych w zespole do realizacji zamówienia – 1 pkt
- b) co najmniej sześć osób zapewnionych w zespole do realizacji zamówienia – 2 pkt
- c) co najmniej siedem osób zapewnionych w zespole do realizacji zamówienia – 3 pkt
- d) osiem lub więcej osób zapewnionych w zespole do realizacji zamówienia – 4 pkt

Uwaga: Punktacji za zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia nie sumuje się. Punkty zostaną obliczone według wzoru:

$$Z = [Z_i/4\text{pkt}] \times 100 \times 0,15$$

gdzie:

Z – ilość punktów przyznanych w kryterium zapewnienia zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia

Z_i – ilość punktów za zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia

4 pkt – maksymalna punktacja za zapewnienie zespołu do realizacji zamówienia liczącego więcej niż 4 osoby przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia

Wykonawca w złożonej ofercie zobowiązany jest wskazać osoby, które będą w zespole do realizacji zamówienia przez cały czas trwania realizacji przedmiotu zamówienia, to jest do czasu wykonania strategii i przez okres realizacji kampanii promocyjnej (30 miesięcy).

Ocenę ostateczną dla poszczególnych ofert stanowić będzie suma punktów (P) przeznaczonych za powyższe kryteria zgodnie ze wzorem:

$$P = C_s + C_r + D + T + Z$$

Zamawiający dokona wyboru oferty najkorzystniejszej, która uzyska największą liczbę punktów za poszczególne kryteria.

9. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy.

1. Zamawiający wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania i rozliczenia umowy (zwane dalej w Specyfikacji Warunków Przetargowych Zabezpieczeniem) w wysokości 750.000,00 zł (siedemset pięćdziesiąt tysięcy złotych).
2. Zabezpieczenie musi być wniesione w formie gotówkowej w następujący sposób:

- 1) pierwsza część Zabezpieczenia w wysokości 750.000,00 zł płatna w terminie 7 dni od dnia zawarcia umowy w wyniku niniejszego postępowania przetargowego,
- 2) druga część Zabezpieczenia w wysokości 250.000,00 zł płatna nie później niż do dnia 31.12.2020 roku.
3. Brak wpłaty Zabezpieczenia, w tym którejkolwiek z części, uprawnia Zamawiającego do odstąpienia od umowy.
4. O wniesieniu Zabezpieczenia w terminie decydować będzie data i godzina uznania rachunku bankowego Zamawiającego kwotą Zabezpieczenia.
5. Zabezpieczenie zwrócone zostanie Wykonawcy:
 - 1) po wykonaniu w całości przedmiotu zamówienia w wysokości 150.000,00 zł,
 - 2) w terminie 14 dni od daty wydania przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa decyzji o rozliczeniu umowy o dofinansowanie nr 00004-6524.3-OR1600004/18/19 zawartej w dniu 8 marca 2019 roku bez obowiązku zwrotu środków w wysokości 600.000,00 zł.

10. Termin związania ofertą i jego przedłużenie.

Termin związania ofertą wynosi 60 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. W przypadku gdy postępowanie przetargowe nie zostanie rozstrzygnięte przed upływem ważności ofert, Wykonawcy, którzy złożyli oferty zostaną wezwani do przedłużenia ich ważności co najmniej o kolejne 30 dni. Ponadto Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą.

11. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert.

- 1) Ofertę należy złożyć najpóźniej do dnia 15 lipca 2019 roku do godziny 12:00 w sekretariacie Kołobrzskiej Grupy Producentów Ryb sp. z o.o. znajdującego się w Kołobrzegu, przy ul. Węgorzowej 8 lub wysłać za pośrednictwem poczty na adres ul. Węgorzowa 8, 78-100 Kołobrzeg (liczy się data doręczenia przesyłki do Zamawiającego).
- 2) Miejsce i termin otwarcia ofert:
 - a) miejsce otwarcia ofert: Siedziba Kołobrzskiej Grupy Producentów Ryb sp. z o.o., ul. Węgorzowa 8, 78-100 Kołobrzeg, sala konferencyjna;
 - b) termin otwarcia ofert: w dniu 15 lipca 2019 roku, o godz. 14:00.
- 3) Oferta złożona w terminie składania ofert będzie podlegać rejestracji. Koperta lub inne opakowanie, w którym będzie złożona oferta zostanie opatrzona numerem według kolejności składania ofert oraz terminem jej złożenia.
- 4) Jeżeli w ofercie wykonawca poda cenę napisaną słownie inną niż cenę napisaną cyfrowo, podczas otwarcia ofert zostanie podana cena napisana słownie.

12. Przesłanki odrzucenia złożonej oferty:

- 1) Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli:
 - a) jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, z zastrzeżeniem ust. 7 pkt 25 Specyfikacji Warunków Przetargowych;
 - b) Wykonawca nie złoży, nie uzupełni, nie poprawi lub nie udzieli wyjaśnień pomimo wezwania, o którym mowa w ust. 7 pkt 22;
 - c) jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;
 - d) zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia;
 - e) została złożona przez Wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu przetargowym;

- f) Wykonawca w terminie 3 dni od dnia doręczenia zawiadomienia nie zgodził się na poprawienie omyłki, o której mowa w ust. 7 pkt 25 Specyfikacji Warunków Przetargowych;
 - g) Wykonawca nie wyraził zgody na przedłużenie terminu związania ofertą w przypadku przedłużania postępowania przetargowego.
- 2) Oferta zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia jeżeli:
- a) zaoferowana cena całkowita oferty jest niższa o co najmniej 30% od kwoty, którą Zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, lub
 - b) zaoferowana cena lub koszt, lub ich istotne części składowe, wydają się rażąco niskie w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzą wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów.
- 3) Zamawiający zwraca się o udzielenie wyjaśnień, w przypadku, o którym mowa w pkt 2 lit. a, a w przypadku o którym mowa w pkt 2 lit. b może się zwrócić o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dotyczących wyliczenia ceny lub kosztu, w szczególności w zakresie:
- a) oszczędności metody wykonania zamówienia, wybranych rozwiązań technicznych, wyjątkowo sprzyjających warunków wykonywania zamówienia dostępnych dla Wykonawcy, oryginalności projektu Wykonawcy, kosztów pracy, których wartość przyjęta do ustalenia ceny nie może być niższa od minimalnego wynagrodzenia za pracę albo minimalnej stawki godzinowej, ustalonych na podstawie obowiązujących przepisów;
 - b) pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów.
 - c) wynikającym z przepisów prawa pracy i przepisów o zabezpieczeniu społecznym, obowiązujących w miejscu, w którym realizowane jest zamówienie;
 - d) wynikającym z przepisów prawa ochrony środowiska.
- 4) Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny lub kosztu spoczywa na Wykonawcy.
- 5) Zamawiający odrzuca ofertę Wykonawcy, który nie udzielił wyjaśnień, o których mowa w pkt 3 lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz ze złożonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia.

13. Istotne postanowienia umowy oraz warunki płatności zawiera wzór umowy, stanowiący załącznik nr 6 do niniejszej Specyfikacji Warunków Przetargowych. Ostateczna treść umowy może zostać zmieniona, jednakże wszelkie obowiązki wynikające z niniejszej Specyfikacji Warunków Przetargowych zostaną obligatoryjnie utrzymane.

14. Zapoznanie się z dokumentacją zamówienia oraz wszelkie informacje odnośnie warunków przetargu można uzyskać u pracownika Spółki Łukasza Kowalika w siedzibie Kołobrzeskiej Grupy Producentów Ryb sp. z o.o..

15. Oferent, którego oferta zostanie wybrana zobowiązany jest do zawarcia umowy w terminie 30 dni od daty rozstrzygnięcia przetargu.

16. Oferent składając ofertę jednocześnie oświadcza, że zapoznał się z dokumentacją zamówienia i warunkami przetargu i nie wnosi do nich żadnych zastrzeżeń, uzyskał wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia oraz akceptuje termin realizacji przedmiotu zamówienia.
17. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od realizacji zamówienia bez podania przyczyny, odwołania przetargu, zamknięcia przetargu bez wybrania którejkolwiek z ofert lub zmiany warunków zamówienia na każdym etapie postępowania przetargowego.
18. W przypadku zmiany warunków zamówienia i Specyfikacji Warunków Przetargowych termin składania ofert i ich otwarcia ulegnie wydłużeniu o co najmniej 14 dni licząc od dnia opublikowania na stronie internetowej Zamawiającego informacji o zmianie.
19. Przetarg ulega unieważnieniu w przypadku braku złożenia co najmniej dwóch ofert zgodnych ze Specyfikacją Warunków Przetargowych. W przypadku złożenia co najmniej dwóch ofert zgodnych ze Specyfikacją Warunków Przetargowych tylko na jedno z Zadań, przetarg w tej części Zamawiający może rozstrzygnąć zgodnie ze Specyfikacją Warunków Przetargowych, zaś w zakresie Zadania, na które nie wpłynęła wystarczająca liczba ofert ulega ono unieważnieniu.
20. Zamawiający powiadomi uczestników przetargu o jego wyniku, odwołaniu lub zamknięciu przetargu bez wybrania którejkolwiek z ofert w formie pisemnej na adres wskazany w ofercie, w terminie 14 dni od dnia rozstrzygnięcia przetargu albo jego odwołania.
21. Specyfikacja Warunków Przetargowych wraz z załącznikami została sporządzona w języku polskim i jest opublikowana i możliwa do pobrania na stronie www.kgpr.pl.

Załączniki:

- 1) Formularz oferty
- 2) Oświadczenie dotyczące spełniania warunków udziału w przetargu
- 3) Oświadczenie dotyczące braku spełniania przesłanek dotyczących wykluczenia z postępowania
- 4) Wzór wykazu wykonanych przez Wykonawcę usług
- 5) Wzór wykazu osób wykonujących przedmiot zamówienia
- 6) Wzór umowy



Załącznik nr 1

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych
Formularz oferty

FORMULARZ OFERTY

w ramach zamówienia pod nazwą:

„Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów oraz przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej w ramach realizacji projektu pn.

„Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych””

1. Dane dotyczące Wykonawcy:

Pełna nazwa Wykonawcy

Siedziba.....

Nr telefonu/faks

adres e-mail:

nr NIP

nr REGON

nr PESEL/KRS

2. Dane dotyczące Zamawiającego:

Kołobrzaska Grupa Producentów Ryb sp. z o.o.

ul. Węgorzowa 8, 78-100 Kołobrzeg

nr KRS 0000234212, REGON 320047293, NIP 6711716546

e-mail:

strona internetowa: www.kgpr.pl

3. Zobowiązuję się wykonać przedmiot zamówienia za cenę:

1) Cena za przygotowanie strategii : zł netto

(słownie)

+ podatek VAT w wysokości % co daje kwotę brutto w

wysokości

(słownie)

- 2) Cena miesięczna za realizację i przeprowadzenie przygotowanej strategii:
..... zł netto
(słownie)
+ podatek VAT w wysokości % co daje kwotę brutto w
wysokości
(słownie)
- 3) Łączna cena za realizację i przeprowadzenie przygotowanej strategii przez okres 30
miesięcy: zł netto
(słownie)
+ podatek VAT w wysokości % co daje kwotę brutto w
wysokości
(słownie)
4. Zobowiązuje się wykonać przedmiot zamówienia w terminie do dnia
-
5. Oświadczenia Wykonawcy:
- 1) Zobowiązuję się wykonać zamówienie w terminie wskazanym w niniejszej ofercie.
 - 2) Zapoznałem się ze Specyfikacją Warunków Przetargowych i jej załącznikami, przyjmuję warunki w niej zawarte i nie wnoszę do nich żadnych zastrzeżeń.
 - 3) Akceptuję warunki płatności przedstawione w projekcie umowy, która stanowi załącznik nr 6 do Specyfikacji Warunków Przetargowych.
 - 4) Akceptuję bez zastrzeżeń projekt umowy w brzmieniu określonym w załączniku nr 6 do Specyfikacji Warunków Przetargowych oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.
 - 5) Akceptuję bez zastrzeżeń Zabezpieczenie należytego wykonania i rozliczenia umowy i zobowiązuję się do jego wniesienia na warunkach i terminie przewidzianym w niniejszej Specyfikacji Warunków Przetargowych i projekcie umowy,
 - 6) W przypadku udzielenia zamówienia zobowiązuję się do zawarcia umowy w brzmieniu określonym w załączniku nr 6 do Specyfikacji Warunków Przetargowych, w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.
 - 7) Posiadam niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające wykonanie zamówienia.
 - 8) Dysponuję odpowiednią sytuacją ekonomiczną, finansową i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia.
 - 9) Na potwierdzenie spełnienia wymagań do oferty załączam następujące oświadczenia i dokumenty:



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych przez Zamawiającego w celu i zakresie niezbędnym w niniejszym postępowaniu przetargowym, w tym wyrażam zgodę na publikację wyników przetargu na stronie internetowej Zamawiającego i przekazywanie moich danych do podmiotów trzecich, jeżeli jest to niezbędne do przeprowadzenia postępowania przetargowego i rozliczenia przyznanego dofinansowania unijnego.

.....
(data i podpis osoby upoważnionej)

Załącznik nr 2

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych

Oświadczenie dotyczące spełniania warunków udziału w przetargu

**Oświadczenie
o spełnieniu warunków udziału w przetargu**

Składając ofertę w postępowaniu w trybie art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny w ramach zamówienia pod nazwą „Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów oraz przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej w ramach realizacji projektu pn. „Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych”” oświadczam, że spełniam warunki dotyczące dysponowania osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, posiadającymi wiedzę i doświadczenie, a także oświadczam, że znajduje się w odpowiedniej sytuacji ekonomicznej i finansowej pozwalającej na wykonanie zamówienia.

.....
(data i podpis osoby upoważnionej)

Załącznik nr 3

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych

Oświadczenie dotyczące braku spełniania przesłanek dotyczących wykluczenia z postępowania

Oświadczenie**o braku spełniania przesłanek dotyczących wykluczenia z postępowania**

Składając ofertę w postępowaniu w trybie art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny w ramach zamówienia pod nazwą „Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów oraz przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej w ramach realizacji projektu pn. „Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych” oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania przetargowego zgodnie ze Specyfikacją Warunków Przetargowych, w szczególności:

- 1) nie jestem powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym. Nie istnieją pomiędzy mną a Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy żadne wzajemne powiązania polegające w szczególności na:
 - a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
 - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - d) pozostawaniu w związku małżeńskim w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
- 2) nie wprowadziłem Zamawiającego w błąd przy przedstawieniu informacji, że nie podlegam wykluczeniu, spełniam warunki udziału w postępowaniu lub obiektywne i niedyskryminacyjne kryteria i nie zataiłem tych informacji;
- 3) nie przedstawiłem informacji wprowadzających w błąd Zamawiającego, mogących mieć istotny wpływ na decyzje podejmowane przez Zamawiającego w postępowaniu przetargowym;
- 4) nie wpływałem i nie próbowałem bezprawnie wpłynąć na czynności Zamawiającego lub pozyskać informacje poufne, mogące dać mi przewagę w postępowaniu przetargowym;
- 5) nie brałem udziału w przygotowaniu postępowania przetargowego ani też mój pracownik, a także osoba wykonująca pracę na podstawie umowy zlecenia, o dzieło, agencyjnej lub innej umowy o świadczenie usług, nie brała udziału w przygotowaniu tego postępowania przetargowego;
- 6) nie zawarłem z innymi wykonawcami porozumienia mającego na celu zakłócenie konkurencji między wykonawcami w postępowaniu przetargowym;
- 7) nie spełniam innych przesłanek wykluczających mnie z postępowania przetargowego wskazanych w Specyfikacji Warunków Przetargowych.

.....
(data i podpis osoby upoważnionej)

Załącznik nr 4

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych

Wzór wykazu wykonanych przez Wykonawcę projektów

**WYKAZ WYKONANYCH
PROJEKTÓW PRZEZ WYKONAWCĘ O ZASIĘGU KRAJOWYM W OKRESIE
OSTATNICH PIĘCIU LAT**

Składając ofertę w postępowaniu w trybie art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny w ramach zamówienia pod nazwą „Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów oraz przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej w ramach realizacji projektu pn. „Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych”” oświadczam, że w okresie ostatnich pięciu lat przed dniem wszczęcia postępowania przetargowego wykonałem co najmniej jedną usługę polegającą na realizacji strategii wprowadzenia na rynek marki produktowej lub usługowej co najmniej o zasięgu krajowym o wartości co najmniej 500.000,00 zł netto (pięćset tysięcy złotych), która obejmowała przygotowanie koncepcji strategicznej kampanii, produkcję spotów telewizyjnych i radiowych, kampanię reklamową w Internecie, stworzenie projektów graficznych do reklamy zewnętrznej i reklamy internetowej:

Lp.	Przedmiot projektu z krótkim opisem i wskazaniem miejsca jego wykonywania oraz zasięgu	Wartość kampanii	Podmiot na rzecz, którego projekt był wykonany	Daty wykonania usługi
1.				
2.				
3.				
4.				
...				

Wykonawca obligatoryjnie musi wskazać co najmniej jedną kampanię promocyjną o zasięgu krajowym o wartości co najmniej 500.000,00 zł pod rygorem niespełnienia warunków i odrzucenia oferty, zaś pozostałe kampanie promocyjne o zasięgu krajowym wpływają na punktację oferty.

.....
(data i podpis osoby upoważnionej)

Załącznik nr 5

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych
Wzór wykazu osób

WYKAZ OSÓB

Składając ofertę w postępowaniu w trybie art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny w ramach zamówienia pod nazwą „Opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki konsumenckiej promującej spożycie ryb polskich producentów oraz przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej w ramach realizacji projektu pn. „Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych” wskazuje wykaz osób, skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami:

Lp.	Nazwa podmiotu i pełniona funkcja w zespole	Okres współpracy	Stosunek prawny łączący z Wykonawcą	Informacje na temat kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
...				

Wykonawca obligatoryjnie musi wskazać co najmniej cztery osoby z określeniem pełnionych funkcji w zespole pod rygorem niespełnienia warunków i odrzucenia oferty, zaś pozostałe osoby wskazane w zespole wpływają na punktację oferty.

.....
(data i podpis osoby upoważnionej)

Załącznik nr 6

Do Specyfikacji Warunków Przetargowych
Wzór umowy

UMOWA

zawarta w dniu 2019 roku w Kołobrzegu pomiędzy:

Kołobrzeską Grupą Producentów Ryb sp. z o.o. z siedzibą w Kołobrzegu przy ul. Węgorzowej 8, wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Koszalinie, IX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000234212, REGON 320047293, reprezentowaną przez Prezesa Marcina Radkowskiego i Wiceprezes Teresę Pióro, zwaną w dalszej części umowy „Zamawiającym”

a

.....
zwanym w dalszej treści umowy „Wykonawcą”

zawarta w wyniku przeprowadzenia przez Zamawiającego postępowania przetargowego w trybie art. 70¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny w oparciu o złożoną ofertę o następującej treści:

§ 1

1. Przedmiotem niniejszej umowy jest:
 - 1) wykonanie przez Wykonawcę strategii działania kampanii promocyjnej, której celem będzie opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki promującej spożycie ryb polskich producentów,
 - 2) w oparciu o stworzoną strategię i przeprowadzone analizy i badania przygotowanie, organizacja, realizacja i przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy kampanii promocyjnej mającej na celu zrealizowanie strategii – zwaną w dalszej części umowy Kampanią – w tym poniesienie wszelkich kosztów związanych z realizacją Kampanii, w ramach realizacji projektu pn. „Znalezienie nowych rynków dla produktów rybołówstwa poprzez działania reklamowo-promocyjne i udział w międzynarodowych targach branżowych””.
2. Kampania ma na celu doprowadzić do wzrostu zapotrzebowania na rybę bałtycką, a w konsekwencji do rozwoju produkcji i sprzedaży produktów polskich producentów oraz trafić do jak największej liczby Polaków i wypromować nową markę produktową oraz zachęcić do spożywania produktów rybołówstwa pochodzących z Morza Bałtyckiego.
3. Szczegółowy zakres przedmiotu umowy określa Specyfikacja Warunków Przetargowych, stanowiąca załącznik nr 1 do niniejszej umowy, złożona oferta stanowiąca załącznik nr 2 do niniejszej umowy oraz inne załączniki.
4. Wykonawca zobowiązany jest do wykonywania przedmiotu umowy z należytą starannością, zachowaniem poufności otrzymywanych materiałów oraz do wykonania przedmiotu umowy zgodnie z niniejszą umową.
5. Wykonawca oświadcza, że posiada niezbędną wiedzę, doświadczenie, możliwości techniczne oraz wszelkie wymagane prawem uprawnienia do wykonania przedmiotu umowy.

6. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność cywilną za szkody i straty oraz następstwa nieszczęśliwych wypadków i zdarzeń losowych powstałych w związku z organizacją Kampanii i realizacją umowy.
7. Wykonawca zobowiązany jest ubezpieczyć się od odpowiedzialności cywilnej w ramach wykonania przedmiotu umowy na kwotę nie niższą niż 1.000.000,00 zł (jeden milion złotych) i utrzymać ubezpieczenie przez cały okres trwania niniejszej umowy.
8. Wykonawca jest zobowiązany dostarczyć odpis polisy ubezpieczeniowej, o której mowa w ust. 7 w terminie 7 dni od dnia podpisania umowy, zaś w przypadku przedłużania polisy obowiązek dostarczenia odpisu polisy jest realizowany na co najmniej 7 dni licząc od dnia wygaśnięcia polisy.

§ 2

1. Wykonawca wykona strategię działania kampanii promocyjnej, której celem będzie opracowanie i wprowadzenie na rynek nowej marki promującej spożycie ryb polskich producentów zgodnie z załącznikiem nr 1 do niniejszej umowy.
2. Strategia będzie wykonana w terminie do dnia
3. W ramach opracowania strategii Wykonawca powinien:
 - 1) określić charakterystykę rynku, rolę otoczenia konkurencyjnego dla marki, szczegółowo określone płaszczyzny komunikacji na docelowych rynkach,
 - 2) dokonać analizy pozyskanych badań rynkowych i wniosków,
 - 3) określić sposób komunikacji marki, opis rekomendowanych narzędzi służących realizacji, szczegółowe pozycjonowanie marki w komunikacji B2B, B2C,
 - 4) przygotować szczegółowe założenia dotyczące pozycjonowania marki, określenia jej rynkowych wyróżników, sposobu komunikacji i pożądanego wizerunku,
 - 5) określić grupy docelowe odbiorców dla planowanych produktów oraz sposób komunikacji z nimi, wraz ze wstępnym podziałem na treści przekazów reklamowych oraz dobór mediów,
 - 6) uwzględnić działania wizerunkowe, sprzedażowe oraz edukacyjne kierowane zarówno do osób dorosłych, jak i dzieci, w tym do uczniów polskich szkół,
 - 7) przygotować zalecane terminy prowadzenia działań reklamowych oraz opisane media najefektywniej trafiające do wybranych grup docelowych,
 - 8) dokonać analizy potencjału i określić docelowe grupy nowych produktów,
 - 9) zawierać wnioski i rekomendacje w zakresie reorganizacji przedsiębiorstwa w związku z wprowadzeniem nowej marki,
 - 10) uwzględnić przeprowadzenie badań ilościowych oraz jakościowych mających na celu określenie postaw konsumenckich wobec poszczególnych rodzajów produktów rybołówstwa,
 - 11) uwzględnić pozyskanie lub przeprowadzenie badań ilościowych związanych z konsumpcją ryb,
 - 12) opracować plan, harmonogram i sekwencje wprowadzania marki na rynek,
 - 13) uwzględnić przygotowanie, opracowanie i wdrożenie mobilnej aplikacji dla konsumentów, mającej walory edukacyjno-informacyjne, promującej produkty rybołówstwa w tym produkty wprowadzane na rynek przez polskich producentów,
 - 14) uwzględnić przygotowanie i realizacja stron internetowych dla projektu, profili w social mediach oraz sklepu internetowego,
 - 15) uwzględnić przeprowadzenie kampanii reklamowej w telewizji, radiu, internecie, outdoor oraz field marketing,
 - 16) uwzględnić przeprowadzenie działań promocyjnych w mediach elektronicznych: product placement (lokowanie produktów w wybranych serialach i programach telewizyjnych), sponsoring audycji, wykorzystanie blogerów oraz influencerów do

- promocji produktów,
- 17) opracować budżet realizowanej kampanii promocyjnej w oparciu o przedstawioną strategię i określić szczegółowo poszczególne pozycje składowych budżetu.
4. Przed ostatecznym wykonaniem strategii Wykonawca przedkłada Zamawiającemu jej projekt do akceptacji.
 5. Zamawiający w terminie 14 dni od dnia przedłożenia projektu do akceptacji może wnieść zastrzeżenia co do przedstawionego projektu. Brak odpowiedzi na przedłożony projekt w powyższym terminie jest jednoznaczny z zaakceptowaniem przedstawionego projektu przez Zamawiającego.
 6. Wykonawca jest obowiązany do uwzględnienia uwag Zamawiającego i dokonania korekt w terminie 7 dni od daty wniesienia zastrzeżeń.
 7. Wykonawca wprowadza zmiany w strategii do momentu zaakceptowania jej przez Zamawiającego.
 8. Strony uzgadniają, że strategia zostanie przekazana na podstawie sporządzonego przez strony protokołu odbioru.
 9. Protokół odbioru strategii sporządzony zostanie po należytym i prawidłowym jej wykonaniu.
 10. Wykonawca obowiązany jest wydać strategię w 4 egzemplarzach w wersji papierowej oraz w wersji elektronicznej poprzez jej przesłanie na adres poczty elektronicznej Zamawiającego.
 11. Wykonawca poinformuje Zamawiającego o wykonaniu strategii najpóźniej na 3 dni przed jego odebraniem i sporządzeniem protokołu.
 12. Jeżeli w toku czynności odbioru zostaną stwierdzone wady w wykonanej strategii lub jej niezgodność z treścią niniejszej umowy to Zamawiający może odmówić odbioru do czasu usunięcia wad.
 13. Wykonawca zobowiązany jest do zawiadomienia Zamawiającego o usunięciu wad wraz z ponownym zgłoszeniem strategii do odbioru (ust. 11 stosuje się odpowiednio).

§ 3

1. Wykonawca obowiązany jest dokonać w imieniu i na rzecz Zamawiającego rejestracji praw przemysłowych do znaków i innych utworów wybranych i zaakceptowanych przez Zamawiającego na terytorium Polski, Unii Europejskiej i uzyskanie ochrony w Europejskim Urzędzie Patentowym, przy czym liczba znaków i innych utworów nie będzie większa niż 5.
2. Obowiązek, o którym mowa w ust. 1 będzie wykonany w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 8 ust. 1.
3. Wykonawca obowiązany jest zarejestrować prawa przemysłowe do znaków i innych utworów wybranych i zaakceptowanych przez Zamawiającego w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polski w terminie 9 miesięcy od dnia złożenia wniosku do Urzędu Patentowego.
4. Wniosek do Urzędu Patentowego, o którym mowa w ust. 3 zostanie złożony najpóźniej w terminie 14 dni od dnia zaakceptowania i wybrania znaku przez Zamawiającego.
5. Uzyskanie ochrony na terenie Unii Europejskiej w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej i na terenie Europy w Europejskim Urzędzie Patentowym nastąpi najpóźniej do dnia 31 grudnia 2021 roku.
6. Biorąc pod uwagę, że w oparciu o rejestrowany znak będzie realizowana Kampania, Wykonawca gwarantuje, że znak lub utwór będzie innowacyjny, nowatorski i nie będzie naruszał w żadnym stopniu praw osób trzecich oraz będzie mógł zostać wykorzystany zgodnie z prawem w trakcie Kampanii przed jego faktycznym zarejestrowaniem.

7. Wykonawca przedkłada Zamawiającemu projekt znaku lub utworu do akceptacji.
8. Zamawiający w terminie 14 dni od dnia przedłożenia projektu do akceptacji może wnieść zastrzeżenia co do przedstawionego projektu.
9. Wykonawca jest obowiązany do uwzględnienia uwag Zamawiającego i dokonania korekt w terminie 7 dni od daty wniesienia zastrzeżeń.
10. Wykonawca wprowadza zmiany w znaku lub utworze do momentu zaakceptowania go przez Zamawiającego.
11. Strony uzgadniają, że znak lub utwór przekazany zostanie drogą elektroniczną poprzez jego przesłanie na adres poczty elektronicznej Zamawiającego.

§ 4

1. W terminie 30 dni od dnia wykonania strategii w oparciu o nią i o przeprowadzone analizy i badania Wykonawca jest obowiązany rozpocząć Kampanię.
2. Wykonawca zobowiązany jest przygotować, zorganizować, przeprowadzić i zrealizować Kampanię przez okres 30 miesięcy licząc od dnia jej rozpoczęcia.
3. W ramach kosztów realizacji strategii i przeprowadzenia kampanii promocyjnej obowiązkiem Wykonawcy będzie m.in.:
 - 1) zakup lub produkcję materiałów video, zdjęć, dźwięków,
 - 2) kreację spotów reklamowych,
 - 3) produkcję spotów wideo, spotów radiowych, materiałów graficznych, materiałów social-media,
 - 4) przygotowanie, opracowanie i wdrożenie mobilnej aplikacji dla konsumentów, mającej walory edukacyjno-informacyjne, promującej produkty rybołówstwa,
 - 5) przygotowanie i realizacja stron internetowych dla projektu, profili w social mediach oraz sklepu internetowego,
 - 6) kampania reklamowa w telewizji, radiu, internecie,
 - 7) działania promocyjne w telewizji (product placement),
 - 8) kampania reklamowa outdoor,
 - 9) współpraca z liderami opinii, ambasadorami promocji oraz specjalistami,
 - 10) field marketing,
 - 11) działania edukacyjne.
4. W ramach przygotowania i realizacji Kampanii Wykonawca będzie zobligowany w szczególności:
 - 1) podjęcia kompleksowych działań na rzecz przeprowadzenia Kampanii, w szczególności jej organizacji, koordynacji, produkcji, podjęcia działań kreatywnych, pozyskiwaniu wsparcia medialnego i współpraca z mediami, ambasadorami, influencerami, instytucjami, wykonawcami, partnerami, firmami,
 - 2) prowadzenie Kampanii multimedialnie, w sieci (on-line) jak i za pomocą akcji plakatowo-banerowych, materiałów informacyjnych, reklamy outdoorowej itp.,
 - 3) wykonania strony internetowej www dotyczącej Kampanii oraz do jej utrzymania oraz prowadzenia przez cały okres trwania niniejszej umowy,
 - 4) prowadzenia profilu Zamawiającego w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter) przez cały okres trwania niniejszej umowy,
 - 5) utrzymywanie poprawnych stosunków z mediami (media relations), publikowanie informacji prasowych na temat Kampanii, ciągłe prowadzenie aktywności w mediach, prowadzenia monitoringu mediów oraz bazy mediów,
 - 6) przygotowania materiałów prasowych o prowadzonej Kampanii,
 - 7) autorskie i kreatywne przygotowanie wszelkich elementów graficznych wykorzystywanych w trakcie Kampanii,

- 8) opracowanie wszelkich materiałów promocyjnych niezbędnych do prawidłowego i skutecznego przeprowadzenia Kampanii,
 - 9) wyprodukowanie gadżetów związanych z prowadzoną Kampanią dla dziennikarzy, ambasadorów i influencerek,
 - 10) pozyskiwanie osobistości ze świata mediów, biznesu, show-biznesu, sportu itp. – zwani dalej ambasadorami Kampanii – w celu wsparcia przez nich Kampanii i wzmocnienia jej przekazu,
 - 11) pozyskiwanie blogerów i vlogerów w celu wsparcia przez nich Kampanii i wzmocnienia jej przekazu oraz stała współpraca z nimi,
 - 12) opracowania i produkcji spotów z udziałem ambasadorów Kampanii i ich publikacji w mediach społecznościowych oraz na stronie internetowej,
 - 13) wydrukowanie i dystrybucja plakatów, banerów oraz materiałów informacyjnych na temat Kampanii.
5. Szczegółowy zakres obowiązków, harmonogram realizacji Kampanii oraz terminy wykonania poszczególnych etapów Kampanii określony zostanie w wykonanej przez Wykonawcę strategii oraz projekcie budżetu Kampanii, które po ich stworzeniu stanowią będą załączniki do niniejszej umowy.
 6. W czasie trwania niniejszej umowy Wykonawca obowiązany jest dysponować zespołem do realizacji zamówienia liczącym co najmniej ...(min. 4).... osoby/osób przez cały czas trwania realizacji przedmiotu umowy.
 7. W terminie 30 dni od dnia zawarcia niniejszej umowy Wykonawca obowiązany jest przedstawić Zamawiającemu dokumenty potwierdzające dysponowanie zespołem do realizacji zamówienia zgodnie ze Specyfikacją Warunków Przetargowych oraz złożoną ofertą.
 8. Wykonawca obowiązany jest dostarczać na każde żądanie Zamawiającego dokumenty potwierdzające dysponowanie zespołem do realizacji zamówienia zgodnie ze Specyfikacją Warunków Przetargowych oraz złożoną ofertą, w szczególności kserokopie umów o prace, umów zlecenia lub umów o podobnym charakterze, potwierdzenie zgłoszenia do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i objęciu nim przez cały okres trwania umowy.
 9. Ostateczny zakres obowiązków Wykonawcy zostanie ustalony w oparciu o stworzoną strategię i sprzężony z nią budżet projektu zaakceptowane przez Zamawiającego.

§ 5

1. Przy projektowaniu, opracowywaniu i wykonaniu wszelkich projektów graficznych związanych z przedmiotem umowy, w także wszelkich innych prac będących utworami w rozumieniu ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, o których mowa w niniejszej umowie, a także wszelkich innych materiałów związanych z realizacją przedmiotu umowy, Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić wymogi wynikające z:
 - 1) umowy o dofinansowanie zawartej w Szczecinie pomiędzy Zamawiającym a Agencją Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (zwana w dalszej części umowy ARiMR) dotyczącej przedmiotu umowy,
 - 2) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 508/2014 z dnia 15 maja 2014 roku w sprawie Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenia Rady (WE) nr 2328/2003, (WE) nr 861/2006, (WE) nr 1198/2006 i (WE) nr 791/2007 oraz rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1255/2011 wraz z rozporządzeniami wykonawczymi Komisji Europejskiej i innymi aktami w nich ustanowionymi,

- 3) Informacją i znakami w formach graficznych znajdującymi się na stronie internetowej <https://mgm.gov.pl/pl/rybolowstwo/po-ryby-morze-2014-2020/informacja-i-promocja-po-ryby-2014-2020/>.
2. Przed wykonaniem projektów graficznych związanych z przedmiotem umowy, o których mowa w ust. 1 Wykonawca przedkłada Zamawiającemu ich projekty do akceptacji za pośrednictwem poczty elektronicznej.
3. Zamawiający w terminie 5 dni od dnia otrzymania projektu graficznego może zgłaszać do niego uwagi.
4. Po zgłoszeniu uwag Wykonawca niezwłocznie przedstawia poprawiony projekt graficzny Zamawiającemu w formie elektronicznej na adres poczty elektronicznej Zamawiającego.
5. Po przedstawieniu poprawionego projektu graficznego Zamawiający w razie dalszych uwag zgłasza je Wykonawcy w terminie 5 dni od otrzymanych poprawek.
6. Jeżeli Zamawiający nie zgłosi drogą elektroniczną żadnych uwag we wskazanych terminach przyjmuje się, że projekt zaakceptował.
7. Wykonawca przedstawia poprawiany projekt graficzny do momentu zaakceptowania go przez Zamawiającego.
8. W ramach wykonania strony internetowej do obowiązków Wykonawcy należy w szczególności:
 - 1) rejestracja domeny dla strony internetowej,
 - 2) hosting zarejestrowanej domeny przez cały okres trwania umowy,
 - 3) zaprojektowanie i wykonanie strony internetowej w dwóch językach: polskim i angielskim, z wykorzystaniem nowoczesnych technologii,
 - 4) prowadzenie strony internetowej,
 - 5) dokonywanie aktualizacji strony internetowej po każdym wydarzeniu związanym z Kampanią, ale nie rzadziej niż raz na dwa tygodnie, a w szczególności wykonanie i umieszczanie zdjęć i tekstów pokazujących realizację Kampanii.
9. Wykonawca zobowiązuje się, że wykonana strona internetowa będzie możliwa do otwarcia przez wszystkie powszechnie występujące w obrocie przeglądarki internetowe, w szczególności Microsoft Edge, Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera.
10. Wykonawca oświadcza, iż:
 - 1) wykonanie strony leży w granicach jego możliwości i nie istnieją żadne przeszkody natury technicznej, prawnej ani finansowej, które mogą uniemożliwić wykonanie przedmiotu umowy,
 - 2) będą mu przysługiwać w dniu wydania strony pełne autorskie prawa majątkowe do strony i prawa te nie będą obciążone prawami osób trzecich,
 - 3) używane przez niego narzędzia programistyczne są wykorzystywane zgodnie z udzielonymi licencjami.
11. W zakresie prowadzenia profilu w mediach społecznościowych stosuje się odpowiednio ust. 8 pkt 4 i 5.

§ 6

1. W ramach realizacji przedmiotu umowy Wykonawca zobowiązuje się do świadczenia usług kreacji w postaci:
 - 1) tworzenia tekstów reklamowych,
 - 2) tworzenie projektów graficznych,
 - 3) produkcji materiałów reklamowych,
 - 4) tworzenia innych utworów w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

2. Wykonawca wykonując prace określone w niniejszej Umowie, zobowiązuje się do starannego i profesjonalnego działania, do przestrzegania obowiązującego prawa oraz do dbałości o interesy Zamawiającego i podmiotu finansującego projekt.
3. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za treści umieszczane na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.
4. Treści, o których mowa w ust. 3 nie mogą w żaden sposób naruszać powszechnie obowiązujących przepisów prawa, obrażać kogokolwiek, pomawiać, a także nie powinny zajmować stanowiska w tematyce politycznej, religijnej, świątopogładowej.
5. Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że wykonane przez niego dzieła będą nowatorskie i w żadnym wypadku nie będą naruszać praw osób trzecich. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za naruszenia praw osób trzecich. W przypadku wystąpienia przez osobę trzecią z roszczeniami wynikającymi z tytułów określonych powyżej, Zamawiający zobowiązany jest zawiadomić o tym niezwłocznie Wykonawcę, który zwolni Zamawiającego z jakiegokolwiek odpowiedzialności w stosunku do osoby trzeciej.
6. Wykonawca zobowiązuje się do zachowania szczególnej staranności oraz wykonywania przedmiotu niniejszej Umowy zgodnie z zasadami wiedzy specjalistycznej oraz uwzględnieniem zawodowego charakteru swojej działalności.
7. Wykonawca zobowiązuje się do pozyskania wszelkich niezbędnych pozwoleń, zezwoleń, uzgodnień wynikających z przyjętej koncepcji wykonania przedmiotu umowy, potrzebnych do jej realizacji. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie warunków formalnych przez Wykonawcę.
8. Wykonawca zobowiązuje się zawiadamiać Zamawiającego z należyтым wyprzedzeniem o wszelkich istotnych czynnościach podejmowanych w celu wykonania umowy.
9. Wykonawca zobowiązuje się stosować ściśle do poleceń i wskazówek Zamawiającego.
10. Wykonawca zobowiązany jest do udokumentowania wykonania przedmiotu umowy, w szczególności poprzez zdjęcia, materiały wideo, itp..
11. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić dokumentację potwierdzającą wykonanie umowy w szczególności jej rozliczenie w terminie do 10-go dnia miesiąca następującego po miesiącu, którego dotyczy.
12. Wykonawca zobowiązany jest udzielać pełnej informacji na temat postępu i zakresu wykonywanych prac na każde żądanie Zamawiającego.
13. Wykonawca zobowiązany jest informować Zamawiającego o okolicznościach, które mogą wpłynąć na jakość lub opóźnienie terminu zakończenia realizacji przedmiotu umowy.
14. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za jakość, terminowość oraz bezpieczeństwo podczas wykonania przedmiotu umowy.
15. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność cywilną za szkody i straty oraz następstwa nieszczęśliwych wypadków i zdarzeń losowych powstałych w związku z organizacją i realizacją przedmiotu umowy.

§ 7

Zamawiający zobowiązuje się do aktywnej współpracy ze Wykonawcą w zakresie wykonywania niniejszej Umowy, a w szczególności do:

- 1) dostarczania na bieżąco wszelkich materiałów i informacji, niezbędnych Wykonawcy do świadczenia usług i wykonania prac objętych przedmiotem Umowy,
- 2) wyposażenia Wykonawcy – w zależności do bieżących potrzeb – w stosowne dokumenty, pełnomocnictwa i upoważnienia do działania na rzecz lub w imieniu Zamawiającego,
- 3) terminowego dokonywania płatności z tytułu należnego Wykonawcy i zaakceptowanego wynagrodzenia,
- 4) sprawnego dokonywania zatwierdzeń przewidzianych w niniejszej Umowie,

- 5) przekazania materiałów niezbędnych do wykonania projektów graficznych.

§ 8

1. Za wykonanie całego przedmiotu umowy strony ustalają wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości 24.600.000,00 zł (słownie: dwadzieścia cztery miliony sześćset tysięcy złotych) netto, plus należny podatek VAT, na które składają się:
 - 1) wynagrodzenie za wykonanie strategii w wysokości zł (słownie: dwieście dziesięć tysięcy złotych) netto, plus należny podatek VAT,
 - 2) wynagrodzenie za organizację, realizację i przeprowadzenie przez okres 30 miesięcy Kampanii w wysokości zł (słownie: dwieście dziesięć tysięcy złotych) netto, plus należny podatek VAT,
 - 3) wynagrodzenie obejmujące koszty realizacji strategii i przeprowadzenia Kampanii zgodnie z zaakceptowanym budżetem przez Zamawiającego w wysokości zł (słownie: dwieście dziesięć tysięcy złotych) netto, plus należny podatek VAT.
2. Na wynagrodzenie określone w ust. 1 składają się wszelkie koszty związane z realizacją przedmiotu umowy wynikające wprost z umowy, Specyfikacji Warunków Przetargowych i innych załączników do umowy, jak również nie ujęte, a niezbędne do wykonania zadania i osiągnięcia zamierzonego celu, w tym również koszt wynagrodzenia za przeniesienie praw autorskich, o których mowa w § 10.
3. Niedoszacowanie, pominięcie oraz brak rozpoznania zakresu przedmiotu umowy nie może być podstawą do żądania zmiany wynagrodzenia określonego w ust. 1.
4. Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu umowy płatne będzie w następujący sposób:
 - 1) wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 płatne będzie po dostarczeniu faktury wraz z protokołem odbiorczym strategii w terminie 30 dni od dnia ich doręczenia,
 - 2) wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 pkt 2 płatne będzie w częściach na koniec każdego z ustalonych etapów w budżecie Kampanii zgodnie z harmonogramem, po dostarczeniu faktury wraz z protokołem odbiorczym części przedmiotu umowy w terminie 30 dni od dnia ich doręczenia
 - 3) wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 pkt 3 płatne będzie w częściach na koniec każdego z ustalonych etapów w budżecie Kampanii zgodnie z harmonogramem, po dostarczeniu faktury wraz z protokołem odbiorczym części przedmiotu umowy w terminie 30 dni od dnia ich doręczenia.
5. Wszelkie wynagrodzenia wynikające z przedmiotowej umowy płatne są przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy nr
6. Za opóźnienie w płatnościach Zamawiający zapłaci odsetki ustawowe za opóźnienie.
7. Strony dopuszczają możliwość wypłaty zaliczki na poczet wykonania przedmiotu umowy na wniosek Wykonawcy.
8. Termin wypłaty wynagrodzenia lub zaliczki może ulec zmianie w przypadku braku wpływu środków finansowych z ARiMR na rzecz Zamawiającego na realizację Kampanii.

§ 9

1. Strony ustalają zabezpieczenie należytego wykonania i rozliczenia umowy w wysokości 750.000,00 zł (siedemset pięćdziesiąt tysięcy złotych) w formie gotówkowej.
2. Zabezpieczenie, o którym mowa w ust. 1 płatne jest na rachunek bankowy Zamawiającego nr 02 1090 2659 0000 0001 0644 8624 w następujący sposób:
 - 1) pierwsza część zabezpieczenia w wysokości 500.000,00 zł (pięćset tysięcy złotych) płatna w terminie 7 dni od dnia zawarcia niniejszej umowy,

- 2) druga część zabezpieczenia w wysokości 250.000,00 zł (dwieście pięćdziesiąt tysięcy złotych) płatna nie później niż do dnia 31 grudnia 2020 roku.
3. Brak wpłaty zabezpieczenia, o którym mowa w ust. 1 w terminach określonych w ust. 2 uprawnia Zamawiającego do odstąpienia od umowy. Odstąpienie może być wykonane od dnia do dnia
4. Jeżeli w toku realizacji przedmiotu umowy, zabezpieczenie należytego wykonania i rozliczenia umowy ustalone w ust. 1 z jakichkolwiek przyczyn ulegnie zmniejszeniu poniżej ustalonej wartości, to Wykonawca zobowiązuje się uzupełnić wniesione zabezpieczenie w terminie 14 dni od daty wezwania go przez Zamawiającego, pod rygorem rozwiązania umowy przez Zamawiającego ze skutkiem natychmiastowym.
5. Odstąpienia od umowy i rozwiązanie umowy, o których mowa w ust. 3 i 4 będą poczytywane jako następujące z winy Wykonawcy.
6. Strony ustalają, że zabezpieczenie należytego wykonania i rozliczenia umowy:
 - 1) w wysokości 150.000,00 zł (sto pięćdziesiąt tysięcy złotych) zwrócone zostanie Wykonawcy po wykonaniu w całości przedmiotu umowy,
 - 2) w wysokości 600.000,00 zł (sześćset tysięcy złotych) zwrócone zostanie Wykonawcy w terminie 14 dni od daty wydania przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa decyzji o rozliczeniu umowy o dofinansowanie nr 00004-6524.3-OR1600004/18/19 zawartej w dniu 8 marca 2019 roku bez obowiązku zwrotu środków.
7. Zamawiający ma prawo do potrącenia kwot z zabezpieczenia określonego w ust. 1 w przypadku stwierdzenia przez ARiMR nienależytego wykonania umowy do wysokości ustalonego zabezpieczenia, a gdy wysokość potrącenia jest wyższa niż ustalone zabezpieczenie, Zamawiający ma prawo dochodzić od Wykonawcy odszkodowania. Zapisy § 12 ust. 5 również się stosuje.

§ 10

1. Za wynagrodzeniem, o którym mowa w § 8 ust. 1, z chwilą przekazania (opublikowania) stworzonych przez Wykonawcę, jego pracowników i podwykonawców projektów (utworów) opracowanych na potrzeby wykonania przedmiotu umowy na Zamawiającego przechodzą prawa autorskie do wyłącznej eksploatacji projektów (utworów) w każdej formie i z użyciem wszelkich środków technicznych oraz majątkowe prawa autorskie.
2. Przez projekty (utwory) rozumie się wszelkie materiały i treści, o których mowa w niniejszej umowie, w szczególności strategię, badania, stronę internetową, materiały promocyjne i reklamowe, projekty graficzne, publikowane treści.
3. Wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych na Zamawiającego przechodzi wyłączne prawo zezwalania na wykonywanie autorskiego prawa zależnego.
4. Wykonawca w przypadku wykorzystania w przedmiocie umowy innych utworów zobowiązany jest wraz z przedmiotem umowy przenieść na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do tych utworów zgodnie z postanowieniami ust. 5 oraz wykazać tytuł prawny do ich dysponowania.
5. Zamawiający nabywa pełne i nieograniczone prawo do wykorzystania przedmiotu umowy, jego kopiowania i rozpowszechniania w całości i we fragmentach w dowolny sposób i w dowolnym zakresie na wszelkich polach eksploatacji, w szczególności zaś dotyczy to:
 - 1) w zakresie utrwalania i zwielokrotnienia każdego z projektów (utworów) – prawo do wytwarzania każdą dowolną techniką egzemplarzy projektów (utworów) i utrwalania na wszelkich nośnikach, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową, wprowadzania raportów do pamięci komputera oraz sieci multimedialnych;

- 2) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami każdego z projektów (utworów) – prawo do wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu oryginału albo egzemplarzy projektów (utworów);
 - 3) prawo do trwałego lub czasowego zwielokrotnienia każdego z projektów (utworów) w całości lub w części, jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie;
 - 4) prawo do tłumaczenia, zmian formatu każdego z projektów (utworów), w tym zmiany układu lub jakichkolwiek innych zmian w projekcie w szczególności zmiany rozmieszczenia i wielkości poszczególnych elementów graficznych składających się na projekt (utwór),
 - 5) prawo do wszelkich modyfikacji i zmian każdego z projektów (utworów) oraz ich wielokrotnego ponownego używania w oryginale lub zmienionej, czy też zmodyfikowanej formie, na wszelkie cele potrzebne Zamawiającemu, w tym cele gospodarcze.
6. Zamawiający ma prawo do swobodnego dysponowania nabytymi majątkowymi prawami autorskimi, w tym przeniesienia ich na inny podmiot, bez jakichkolwiek dodatkowych opłat, wynagrodzeń na rzecz Wykonawcy zarówno na terenie kraju jak i poza jego granicami.
 7. W przypadku, gdy osoba trzecia wytoczy przeciwko Zamawiającemu proces o naruszenie praw autorskich do utworów stworzonych na potrzeby wykonania przedmiotu umowy, do których prawa Wykonawca przeniósł lub był obowiązany przenieść zgodnie z ust. 1-4, Wykonawca zobowiązany będzie pokryć koszty zastępstwa procesowego, koszty sądowe oraz zapłacić zasądzone prawomocnym wyrokiem sądu odszkodowanie lub koszty polubownego załatwienia sprawy, pod warunkiem wypełnienia przez Zamawiającego zobowiązania, o którym mowa w ust. 8.
 8. Zamawiający zobowiązany jest do poinformowania Wykonawcy o wniesieniu przeciwko niemu pozwu opisanego w ust. 7 lub zgłoszeniu roszczeń.

§ 11

1. Zamawiającemu przysługuje prawo odstąpienia od umowy, gdy
 - 1) Wykonawca nie podjął realizacji umowy z przyczyn leżących po jego stronie, a nierealizowanie przedmiotu umowy trwa dłużej niż 14 dni,
 - 2) Wykonawca opóźnia się z wykonaniem strategii tak dalece, że nie jest prawdopodobne, żeby zdołał wykonać przedmiot umowy w miejscu i czasie wskazanym w umowie.
2. Odstąpienie od umowy, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 może nastąpić w terminie od dnia podpisania niniejszej umowy, najpóźniej do dnia, zaś odstąpienie, o którym mowa w ust. 1 pkt 2 może nastąpić w terminie od dnia podpisania niniejszej umowy, najpóźniej do dnia
3. Zamawiający może rozwiązać umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia, ze skutkiem natychmiastowym, gdy:
 - 1) Wykonawca przerwał jej wykonywanie z przyczyn leżących po jego stronie, a przerwa w wykonywaniu przedmiotu umowy trwa dłużej niż 14 dni,
 - 2) Wykonawca opóźnia się w wykonaniu jakiegokolwiek części przedmiotu umowy o okres dłuższy niż 30 dni od ustalonego terminu jego wykonania, bez konieczności wzywania Wykonawcy do wykonania przedmiotu umowy,
 - 3) Wykonawca realizuje przedmiot umowy w sposób niezgodny z niniejszą umową lub wskazaniami Zamawiającego,
 - 4) braku posiadania ważnej polisy OC przez Wykonawcę lub jej nie przedłożenia Zamawiającemu,

- 5) w przypadku uchybienia, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, terminu wykonania czynności ujętej w Harmonogramie,
 - 6) w przypadku, gdy z przyczyn leżących po stronie Zleceniobiorcy materiały reklamowe będą wadliwe, a ich wymiana nie będzie mogła być dokonana w czasie umożliwiającym przeprowadzenie Kampanii zgodnie z Harmonogramem jej przeprowadzenia,
 - 7) niezapewnienia zespołu do realizacji zamówienia przez cały czas trwania niniejszej umowy zgodnie z jej postanowieniami i załącznikiem nr 1,
 - 8) stwierdzenia istotnego, mającego zasadniczy wpływ na przedmiot umowy, niewykonania obowiązków przez Wykonawcę.
4. W przypadku, o którym mowa w ust. 3 pkt 1 i 3-8 Zamawiający wzywa uprzednio Wykonawcę do działania zgodnego z umową, wyznaczając mu dodatkowy termin nie krótszy niż 3 dni, zaś w przypadku, o którym mowa w ust. 3 pkt 2 Zamawiający może rozwiązać umowę bez konieczności wzywania Wykonawcy i wyznaczania mu dodatkowego terminu.
5. Rozwiązanie umowy bez zachowania okresu wypowiedzenia i odstąpienie od umowy musi nastąpić pod rygorem nieważności na piśmie oraz powinno wskazywać przyczynę.

§ 12

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną:
 - 1) za odstąpienie od umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w wysokości 10 % sumy wynagrodzenia brutto, o których mowa w § 8 ust. 1 zdanie pierwsze,
 - 2) za rozwiązanie umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w wysokości 10 % sumy wynagrodzenia brutto, o których mowa w § 8 ust. 1 zdanie pierwsze,
 - 3) za opóźnienie w wykonaniu strategii w wysokości 10.000,00 zł (dziesięć tysięcy złotych) za każdy dzień opóźnienia,
 - 4) za opóźnienie w rozpoczęciu Kampanii w wysokości 20.000,00 zł (dwadzieścia tysięcy złotych) za każdy dzień opóźnienia,
 - 5) za niedostarczenie dokumentów potwierdzających dysponowanie zespołem do realizacji zamówienia w wysokości 10.000,00 zł (dziesięć tysięcy złotych) za każdy dzień opóźnienia w dostarczeniu dokumentów,
 - 6) za opóźnienie w wykonaniu innych obowiązków wynikających z umowy jak i z załączników do niej w wysokości 20.000,00 zł (dwadzieścia tysięcy złotych) za każdy dzień opóźnienia.
2. W sytuacji nienależytego wykonania przez Wykonawcę określonych działań reklamowych z przyczyn leżących po jego stronie, Zamawiający może wezwać Wykonawcę do ponownego wykonania danej pracy na jego koszt, wyznaczając mu stosowny termin, a w przypadku jego uchybienia do wykonania tych działań i obciążenia nimi Wykonawcę.
3. Jeżeli wysokość zastrzeżonych kar umownych nie pokrywa poniesionej szkody Strony mogą dochodzić odszkodowania uzupełniającego.
4. Stronom przysługuje prawo dochodzenia odszkodowania przewyższającego określone w Umowie kary umowne.
5. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie przez Zamawiającego kar umownych z należnego Wykonawcy wynagrodzenia i ustalonego zabezpieczenia należytego wykonania i rozliczenia umowy.

§ 13

1. W okresie wykonywania umowy oraz bezterminowo po jej wykonaniu przez Wykonawcę, Strony zobowiązują się do nieujawniania osobom trzecim, z wyłączeniem ich organów,

- jakichkolwiek informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji, których ujawnienie mogłoby narazić którąkolwiek ze Stron na jakąkolwiek szkodę.
- Przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się nieujawnione do publicznej wiadomości informacje techniczne, technologiczne, produkcyjne, handlowe, finansowe i organizacyjne.
 - Postanowienia zawarte w ust. 1 i 2 nie będą stanowiły przeszkody dla którejkolwiek ze Stron niniejszej umowy w ujawnianiu informacji, jeżeli druga Strona wyrazi na to zgodę na piśmie lub informacja ta należy do informacji powszechnie znanych lub informacji, których ujawnienie jest wymagane na podstawie powszechnie obowiązujących przepisów prawa.
 - Wykonawca zobowiązuje się, niezwłocznie po wykonaniu umowy, do zwrotu Zamawiającemu wszelkich dokumentów i innych materiałów dotyczących tajemnicy przedsiębiorstwa, jakie sporządził, zebrał, opracował lub otrzymał w związku z realizacją postanowień umowy.

§ 14

- Wszelkie zmiany lub uzupełnienia niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
- Rozwiązanie umowy za zgodą obu stron, jak również odstąpienie od umowy albo jej wypowiedzenie wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
- Strony zobowiązują się kontaktować ze sobą w sprawach dotyczących realizacji niniejszej umowy, o których mowa w ust. 2 w formie pisemnej na adresy:
 - adres Zamawiającego: ul. Węgorzowa 8, 78-100 Kołobrzeg,
 - adres Wykonawcy:
- Zmiana adresów, o których mowa w ust. 3 może jedynie nastąpić na podstawie powiadomienia drugiej strony w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
- Wszelka komunikacja związana z realizacją niniejszej umowy dotycząca zmiany, uzupełnienia, rozwiązania, odstąpienia lub wypowiedzenia niniejszej umowy może się odbywać tylko i wyłącznie w formie pisemnej na adresy wskazane w ust. 3 pod rygorem nieważności, a inne środki komunikacji są wyłączone.
- Wysłanie korespondencji na adresy wskazane w ust. 3 w przypadku ich nieodebrania uznaje się za doręczone.
- W sprawach innych niż o których mowa w ust. 1 i 2 strony mogą kontaktować się ze sobą również w formie dokumentowej za pośrednictwem poczty elektronicznej, chyba że umowa stanowi inaczej, na adresy:
 - adres Zamawiającego: biuro@kgpr.pl,
 - adres Wykonawcy:
- Wiadomości w formie dokumentowej wysłane za pośrednictwem poczty elektronicznej będą uważane za skuteczne i doręczone z chwilą ich prawidłowego wysłania na adresy poczty elektronicznej wskazane w ust. 7.
- Zmiana adresów, o których mowa w ust. 7 może jedynie nastąpić na podstawie powiadomienia drugiej strony w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 15

- W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową obowiązują przepisy Kodeksu cywilnego i innych aktów prawnych.
- Wszystkie spory wynikające z wykonania tej umowy, które nie mogą być rozstrzygnięte polubownie będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
- Wszystkie załączniki do umowy stanowią jej integralną część.



- Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze Stron.

.....

.....