Załącznik nr 2

**Niniejszy dokument należy opatrzyć zaufanym, osobistym lub kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Uwaga! Nanoszenie jakichkolwiek zmian w treści dokumentu po opatrzeniu w.w. podpisem może skutkować naruszeniem integralności podpisu, a w konsekwencji skutkować odrzuceniem oferty.**

 **FORMULARZ OFERTOWY**

Nawiązując do zaproszenia do złożenia oferty w trybie art. 275 pkt 1 (trybie podstawowym bez negocjacji)
o wartości zamówienia nieprzekraczającej progów unijnych o jakich stanowi art. 3 ustawy z 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1605 z późn. zm.) na usługę pn.:

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

1. **DANE WYKONAWCY\*:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa (firma) Wykonawcy** |  |
| **Adres**  |  |
| **NIP** |  |
| **REGON** |  |
| **Wpisany do rejestru przez/na podstawie/pod numerem** *(jeżeli dotyczy)*  |  |
| **Telefon** |  |
| **Adres e-mail** |  |
| **Osoba odpowiedzialna za kontakty z Zamawiającym** *(jeśli dotyczy)* |  |

\* w przypadku oferty składanej przez podmioty występujące wspólnie, powyższą tabelę należy wypełnić dla każdego podmiotu osobno (kopiowanie tabeli). Dotyczy wspólników spółki cywilnej, członków konsorcjum.

**\*Uzupełnić jeśli dotyczy**

**Osoba upoważniona do reprezentacji Wykonawcy/ów i podpisująca ofertę:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i Nazwisko** |  |
| **Numer telefonu** |  |
| **Adres e-mail** |  |

1. **JA, NIŻEJ PODPISANY, OŚWIADCZAM, ŻE OFERUJĘ WYKONANIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA OKREŚLONEGO W SWZ ZGODNIE Z JEJ ZAPISAMI JAK I PROJEKTOWANYMI POSTANOWIENIAMI UMOWY – ZA CENĘ:**
	* + 1. Maksymalna łączna cena za realizację przedmiotu zamówienia uwzględniająca wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia wynosi brutto:……………………….zł , procentowa stawka podatku VAT: ………..
2. **KRYTERIUM: DOŚWIADCZENIE OSÓB WYZNACZONYCH DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA PODLEGAJĄCE PUNKTOWANIU W RAMACH KRYTERIUM POZACENOWEGO:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Koordynatora kampanii:** |  |
| Doświadczenie w pełnieniu roli/funkcji Koordynatora kampanii społecznych lub/i edukacyjnych, zgodnie z definicją tychże, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6 SWZ (należy podać nazwę kampanii, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę zakończenia kampanii oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Nazwa kampanii** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia kampanii****(dzień-miesiąc-rok)** | **Czy wskazana osoba pełniła rolę/funkcję Koordynatora kampanii?** |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe) -*- stanowi potwierdzenie warunku udziału) |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* - stanowi potwierdzenie warunku udziału) |
| 3 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe) -* stanowi podstawę przyznania punktów w kryterium oceny ofert) |
| 4 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* - stanowi podstawę przyznania punktów w kryterium oceny ofert) |
| 5 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* - stanowi podstawę przyznania punktów w kryterium oceny ofert) |
| 6 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe) -* stanowi podstawę przyznania punktów w kryterium oceny ofert) |

***UWAGA!***

1.Do oceny osoby – **Koordynatora kampanii** przyjęte zostanie wyłącznie doświadczenie w okresie ostatnich 3 lat (licząc wstecz od dnia, w którym upływa termin składania ofert) w pełnieniu roli/funkcji Koordynatora w minimum
3 kampaniach społecznych lub/i edukacyjnych i będzie ono punktowane w następujący sposób:

1. Koordynacja 3 kampanii społecznych lub/i edukacyjnych – 5 punktów,
2. Koordynacja 4 kampanii społecznych lub/i edukacyjnych – 10 punktów,
3. Koordynacja 5 kampanii społecznych lub/i edukacyjnych – 15 punktów
4. Koordynacja 6 kampanii społecznych lub/i edukacyjnych – 20 punktów

2.Doświadczenie polegające na koordynacji powyżej 6 kampanii nie będzie dodatkowo punktowane.

3.Jeżeli Wykonawca nie zaoferuje doświadczenia ponad wskazane jako minimalne w warunku udziału w postępowaniu - oferta w tym kryterium otrzyma 0 pkt.

4.Jeżeli Wykonawca nie zaznaczy w tabeli właściwego TAK/NIE (czy wskazana osoba pełniła rolę/funkcję Koordynatora kampanii) - oferta w tym kryterium otrzyma 0 pkt.

5.Wykonawca jest zobowiązany do wskazania tej samej osoby w ramach kryterium oceny ofert i warunku udziału
w postępowaniu, jako pełniącej funkcję Koordynatora kampanii. **Zamawiający nie dopuszcza wykazania więcej niż 1 wymaganego Koordynatora kampanii. Niewypełnienie wszystkich wymaganych kolumn uniemożliwiające dokonanie przez Zamawiającego oceny czy wykazane doświadczenie uprawnia do uzyskania punktów w kryterium „Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia” spowoduje, że Koordynator kampanii nie otrzyma dodatkowych punktów.**

1. **JA NIŻEJ PODPISANY OŚWIADCZAM, ŻE:**
2. w cenie naszej oferty zostały uwzględnione wszystkie koszty wykonania zamówienia.
3. zapoznałem się ze Specyfikacją Warunków Zamówienia oraz stanowiącymi jej integralną część załącznikami i nie wnoszę do niej zastrzeżeń oraz przyjmuję warunki w nich zawarte,
4. akceptuję warunki płatności – przelewem w terminie do 30 dni od dnia poprawnie złożonej faktury,
5. akceptuję warunki określone we wzorze umowy stanowiącym załącznik Nr 7 do SWZ i nie wnoszę do niej zastrzeżeń.
6. Jako Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia oświadczamy, że dla potrzeb niniejszego zamówienia, zgodnie z art. 58 ust. 2 ustawy Pzp, ustanowiliśmy pełnomocnika:

|  |
| --- |
|  |

*(wypełniają Wykonawcy składający wspólną ofertę)*

1. W przypadku wyboru oferty, zobowiązuję się do podpisania umowy w terminie i w miejscu wskazanym przez Zamawiającego.
2. Oświadczamy, że wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie w/w zamówienia publicznego.
3. Oświadczam, iż stosownie do art. 225 ustawy Pzp, wybór oferty **nie prowadzi / prowadzi (niewłaściwe usunąć)** do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług.
4. W przypadku, gdy wybór oferty prowadzi do powstania obowiązku podatkowego, należy wskazać nazwę (rodzaj) towaru lub usługi, których dostawa lub świadczenie będą prowadziły do jego powstania:

|  |
| --- |
|  |

*nazwa towaru i usługi*

|  |
| --- |
|  |

*wartość towaru i usługi bez kwoty podatku (zł)*

|  |
| --- |
|  |

*stawkę podatku od towarów i usług, zgodnie z wiedzą wykonawcy (%)*

1. Oświadczamy, że zostaliśmy poinformowani, że możemy wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i zastrzec w odniesieniu do tych informacji, aby nie były one udostępnione innym uczestnikom postępowania.
2. Oświadczamy, że Wykonawca jest (proszę o zakreślenie właściwej odpowiedzi)

 ☐ Mikroprzedsiębiorstwem

 ☐ Małym przedsiębiorstwem

 ☐ Średnim przedsiębiorstwem

 ☐ Jednoosobową działalnością gospodarczą

 ☐ Osobą fizyczną nieprowadzącą działalność gospodarczej

 ☐ Inny rodzaj.

*Por. zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (Dz.U. L 124 z 20.5.2003, s. 36).*

*Te informacje są wymagane wyłącznie do celów statystycznych.*

*Mikroprzedsiębiorstwo: przedsiębiorstwo, które zatrudnia mniej niż 10 osób i którego roczny obrót lub roczna suma bilansowa nie przekracza 2 milionów EUR.*

*Małe przedsiębiorstwo: przedsiębiorstwo, które zatrudnia mniej niż 50 osób i którego roczny obrót lub roczna suma bilansowa nie przekracza 10 milionów EUR.*

*Średnie przedsiębiorstwa: przedsiębiorstwa, które nie są mikroprzedsiębiorstwami ani małymi przedsiębiorstwami**i które zatrudniają mniej niż 250 osób i których roczny obrót nie przekracza 50 milionów EUR lub roczna suma bilansowa nie przekracza 43 milionów EUR.*

*W przypadku oferty wspólnej należy wypełnić dla każdego Wykonawcy składającego ofertę wspólną.*

1. Pod groźbą odpowiedzialności karnej oświadczam, że załączone do oferty dokumenty opisują stan prawny i faktyczny, aktualny na dzień złożenia ofert (art. 297 Kodeksu Karnego).
2. Oświadczamy, że poddamy się badaniu w zakresie zdolności organizacyjno – kadrowej w zakresie właściwego zabezpieczenia powierzonych przez Zamawiającego danych osobowych uczestników przedmiotowego postępowania.
3. Załącznikami do niniejszego formularza stanowiącymi integralną część oferty są:

|  |  |
| --- | --- |
| **L.p.** | **Nazwa załącznika** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

 Załącznik nr 3

**Oświadczenie wykonawcy**

**składane wraz z ofertą na podstawie art. 125 ust. 1 ustawy,**

**dotyczące spełniania warunków udziału w postępowaniu**

**Wykonawca/Wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia/podmiot udostępniający zasoby \*: ………………………………………**

*(pełna nazwa/firma, adres)*

**reprezentowany przez:……………………**

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**\*Niepotrzebne skreślić**

**Uwaga! w przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, oświadczenie składa każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie.**

składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem jest:

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

**INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY:**

oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez zamawiającego w Rozdziale 5 specyfikacji warunków zamówienia.

□ Tak □ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższym oświadczeniu są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

□ Tak □ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby/osób uprawnionej(ych) do reprezentowania wykonawcy

Załącznik nr 4

**Oświadczenie wykonawcy**

**dotyczące braku podstaw wykluczenia z postępowania**

**uwzględniające przesłanki wykluczenia z art. 7 ust. 1 ustawy o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego**

**Wykonawca/Wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia/podmiot udostępniający zasoby \*: ………………………………………**

*(pełna nazwa/firma, adres)*

**reprezentowany przez:……………………**

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**\*Niepotrzebne skreślić**

**Uwaga! w przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, oświadczenie składa każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie.**

składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem jest:

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE WYKONAWCY:**

Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 108 ust. 1 ustawy.

 ☐ Tak ☐ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. …………. ustawy *(podać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 108 ustawy).* Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 110 ustawy podjąłem następujące środki naprawcze: .................................. – stanowiące załącznik do niniejszego oświadczenia.........................................................................................

 ☐ Tak ☐ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

Oświadczam, że nie zachodzą w stosunku do mnie przesłanki wykluczenia z postępowania na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022r. ustawy o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego ( Dz. U, poz. 835)[[1]](#footnote-1)

 **☐** Tak **☐** Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

 ☐ Tak ☐ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby/osób uprawnionej(ych) do reprezentowania wykonawcy.

Załącznik 5

**WYKAZ OSÓB SKIEROWANYCH DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA**:

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

**KOORDYNATOR KAMPANII**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Koordynatora kampanii:** |  |
| **Informacja o podstawie dysponowania osobami (umowa o pracę, umowa zlecenie bądź inna forma dysponowania osobą)\*** |  |
| Doświadczenie w pełnieniu roli/funkcji Koordynatora kampanii społecznych lub/i edukacyjnych, zgodnie z definicją tychże, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6 SWZ (należy podać nazwę kampanii, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę zakończenia kampanii oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Nazwa kampanii** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia kampanii****(dzień-miesiąc-rok)** | **Czy wskazana osoba pełniła rolę/funkcję koordynatora kampanii** **społecznych lub/i edukacyjnych?** |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)*  |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 3 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)*  |
| 4 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 5 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 6 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |

**SPECJALISTA DS. PROWADZENIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Specjalisty ds. prowadzenia mediów społecznościowych:** |  |
| **Podstawa dysponowania:** |  |
| Doświadczenie w prowadzeniu mediów społecznościowych i redakcji publikowanych treści w co najmniej dwóch kampaniach społecznych lub/i edukacyjnych, zgodnie z definicją tychże, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6 SWZ (należy podać nazwę kampanii w ramach, której realizowano w/w zadania, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę zakończenia kampanii oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Nazwa kampanii** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia kampanii****(dzień-miesiąc-rok)** | **Czy w ramach kampanii** społecznych lub/i edukacyjnych **wskazana osoba prowadziła media społecznościowe i redagowała publikowane treści** |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |

**SPECJALISTA DS. PRODUKCJI WIDEO**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Specjalisty ds. produkcji wideo:** |  |
| **Informacja o podstawie dysponowania osobami (umowa o pracę, umowa zlecenie bądź inna forma dysponowania osobą)\*** |  |
| Doświadczenie wprodukcji materiałów wideo (animacje, spoty informacyjne, reklamowe) w co najmniej 2 kampaniach społecznych lub/i edukacyjnych, zgodnie z definicją tychże, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6 SWZ (należy podać nazwę kampanii w ramach, której realizowano w/w zadania, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę zakończenia kampanii oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Nazwa kampanii** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia kampanii****(dzień-miesiąc-rok)** | **Czy w ramach kampanii** społecznych lub/i edukacyjnych **wskazana osoba brała udział w produkcji materiałów wideo (animacji, spotów informacyjnych, reklamowych)** |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |

**GRAFIK**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Grafika:** |  |
| **Informacja o podstawie dysponowania osobami (umowa o pracę, umowa zlecenie bądź inna forma dysponowania osobą)\*** |  |
| Doświadczenie w przygotowaniu materiałów promocyjnych lub/i reklamowych w co najmniej 2 kampaniach społecznych lub/i edukacyjnych, zgodnie z definicją tychże, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6 SWZ(należy podać nazwę kampanii w ramach, której realizowano w/w zadania, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę zakończenia kampanii oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Nazwa kampanii** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia kampanii****(dzień-miesiąc-rok)** | **Czy w ramach kampanii** społecznych lub/i edukacyjnych **wskazana osoba przygotowywała materiały promocyjne lub/i reklamowe** |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |

**SPECJALISTA DS. TWORZENIA STRON INTERNETOWYCH**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imię i nazwisko Specjalista ds. tworzenia stron internetowych** |  |
| **Informacja o podstawie dysponowania osobami (umowa o pracę, umowa zlecenie bądź inna forma dysponowania osobą)\*** |  |
| Doświadczenie w zaprojektowaniu i stworzeniu stron internetowych (należy podać adres strony internetowej, zamawiającego/zleceniodawcę usługi, datę odbioru projektu oraz zakres wykonywanych prac) |
| **L.p.** | **Adres www strony** | **Zamawiający /****Zleceniodawca** | **Data zakończenia** **usługi (dzień-miesiąc-rok)** | **Czy wskazana osoba zaprojektowała i stworzyła co najmniej 2 strony internetowe**  |
| 1 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |
| 2 |  |  |  | TAK / NIE *(zaznaczyć właściwe)* |

UWAGA!

W toku realizacji zamówienia Zamawiający nie dopuszcza zmiany osób realizujących przedmiot zamówienia za wyjątkiem sytuacji określonej w Rozdziale 18 pkt 4 SWZ.

**Zamawiający dopuszcza, aby Wykonawca wyznaczył do realizacji zamówienia więcej niż 1 wymaganego** **przez Zamawiającego Specjalistę ds. prowadzenia mediów społecznościowych i/lub więcej niż 1 wymaganego przez Zamawiającego Specjalistę ds. produkcji wideo i/lub więcej niż 1 wymaganego przez Zamawiającego Grafika i/lub więcej niż 1 wymaganego przez Zamawiającego Specjalistę ds. tworzenia stron internetowych. W sytuacji tej odpowiednie tabele należy zmultiplikować.**

**\* Podać podstawę dysponowania: dysponowanie bezpośrednie lub pośrednie**

* przy dysponowaniu bezpośrednim istnieje bezpośredni stosunek prawny pomiędzy Wykonawcą a osobą (osobami), na dysponowanie której (których) Wykonawca się powołuje, np. umowa o pracę, umowa zlecenie/ o dzieło, umowa o świadczenie usług. umową przedwstępną, samozatrudnienie się osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą.
* przy dysponowaniu pośrednim osobą (osobami) Wykonawca powołuje się na osobę (osoby) zdolne do wykonania zamówienia należące do innych podmiotów. W takim przypadku tytułem prawnym do powołania się przez Wykonawcę na dysponowanie osobą zdolną do wykonania zamówienia jest stosowne zobowiązanie podmiotu trzeciego.

Załącznik 6

**WYKAZ WYKONANYCH USŁUG**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p.** | **Podmiot, na rzecz którego usługa została wykonana** **(Nazwa i adres)** | **Przedmiot zamówienia** | **Okres realizacji zamówienia** | **Wartość wykonanej usługi brutto****(w zł)** |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |

**UWAGA !**

W wykazie należy podać co najmniej 2 usługi polegające na przygotowaniu i przeprowadzeniu kampanii społecznej lub/i edukacyjnej (zgodnie z definicją kampanii społecznej lub/i edukacyjnej, zawartą w Rozdziale 5 pkt. 6) o wartości (brutto) minimum 75 000,00 zł (siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych brutto) każda, wykonane w okresie ostatnich 3 lat, a jeżeli okres działalności jest krótszy - w tym okresie. Okres, o którym mowa powyżej liczy się wstecz, od dnia w którym upływa termin składania ofert. W przypadku, gdy wartość wykonanej usługi podana zostanie w innych walutach niż PLN, w celu dokonania oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu, Zamawiający zastosuje przeliczenie tych walut wg średniego kursu Narodowego Banku Polskiego (Tabela A kursów średnich walut obcych) na dzień publikacji ogłoszenia o zamówieniu. W razie gdy na ten dzień Narodowy Bank Polski nie opublikuje średnich kursów walut, do przeliczenia Zamawiający przyjmie pierwszy opublikowany po tej dacie średni kurs Narodowego Banku Polskiego.

**UWAGA!** Jeżeli Wykonawca powołuje się na doświadczenie w realizacji usług, wykonywanych wspólnie z innymi Wykonawcami, wykaz o którym mowa powyżej dotyczy tych usług, w których wykonaniu Wykonawca bezpośrednio uczestniczył.

 **Załącznik 7**

**WZÓR UMOWY**

zawarta w dniu roku w Katowicach

pomiędzy:

**Województwem Śląskim**

**Śląskim Ośrodkiem Adopcyjnym w Katowicach**

z siedzibą w Katowicach (40-017), przy ulicy Granicznej 29

NIP: 9542770064

reprezentowanym przez:

…………………………………………………………………………...

zwaną w treści umowy *Zamawiającym*

a

…………………………………………………………………………..

reprezentowaną przez:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………………………………………………... |  |

zwaną w treści umowy *Wykonawcą*

o następującej treści:

W wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego przeprowadzonego w trybie podstawowym na podstawie art. 275 pkt 1 przepisów z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień pn.: „Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne” publicznych, Strony zawarły umowę, zwaną dalej „Umową”, o następującej treści:

**§ 1**

1. *Zamawiający* powierza wykonanie, a *Wykonawca* zobowiązuje się wykonać usługę polegającą na jest kompleksowym przygotowaniu
i przeprowadzeniu kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”, na warunkach określonych w niniejszej umowie oraz zgodnie z Opisem Przedmiotu Zamówienia stanowiącym załącznik nr 1 do umowy (zwanym dalej OPZ).
2. Realizacja przedmiotu zamówienia obejmuje:
	1. Opracowanie kreatywnej koncepcji kampanii, strategii oraz harmonogramu działań w ramach kampanii.
	2. Realizację kampanii zgodnie z koncepcją kreatywną, strategią działań i harmonogramem zaproponowanym przez Wykonawcę oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego – minimalny zakres kampanii obejmuje następujące działania:
3. Organizacja konferencji inaugurującej kampanię społeczną;
4. Przygotowanie autorskich materiałów informacyjnych i promocyjnych, w tym opracowanie elementów identyfikacji wizualnej oraz 4 filmów promocyjnych;
5. Przeprowadzenie kampanii internetowej, z wykorzystaniem mediów społecznościowych Zamawiającego;
6. Przygotowanie, zamieszczenie w mediach społecznościowych oraz promocja treści edukacyjnych – tj. co najmniej 5 podcastów edukacyjnych o długości między 30 a 45 minut;
7. Przygotowanie i dystrybucja 2 spotów radiowych w stacjach radiowych, o długości nie krótszej niż 30 sekund;
8. Przygotowanie i wykonanie materiałów na podstronę internetową dotyczącą kampanii (landing page);
9. Współpraca z Ambasadorem kampanii (influencer marketing), zapewnionym przez Wykonawcę;
10. Dodatkowa promocja kampanii w Internecie;
11. Fotorelacja wydarzeń odbywających się w czasie prowadzenia kampanii.

3) Stały monitoring wskaźników skuteczności przekazu i zapewnienie Zamawiającemu wglądu do bieżących statystyk dot. prowadzenia kampania.

4) Opracowanie końcowego raportu/podsumowania kampanii z oceną jej efektywności.

5) Przeniesienie przez Wykonawcę na Zamawiającego autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do wytworzonych materiałów oraz utworów (np. tekstów, grafik, animacji, zdjęć, treści postów, artykułów, filmików, scenariuszy) powstałych w ramach kampanii, w tym do ich przetwarzania, tworzenia dzieł zależnych, powielania i publikowania na wszystkich polach dystrybucji.

3. Termin realizacji umowy: do 4 miesięcy licząc od dnia zawarcia umowy, przy czym publiczne rozpoczęcie kampanii przypada na 10 maja 2024 roku, a prowadzenie działań promocyjnych w miesiącach maj i czerwiec 2024 roku. Publiczne zakończenie kampanii nastąpi 23 czerwca 2024 roku.

4.Przedmiot umowy realizowany jest w ramach projektu pod nazwą *Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne* dofinansowanego przez Unię Europejską.

1. *Wykonawca* oświadcza, że:
	1. w wykonaniu umowy dołoży najwyższej staranności,
	2. będzie realizował przedmiot umowy zgodnie z zapisami aktualnych *Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2021-2027* oraz zgodnie z programem zajęć/form wsparcia i ze wskazówkami przekazywanymi mu przez *Zamawiającego,*
	3. zobowiązuje się do współpracy z Zamawiającym przez cały czas realizacji niniejszej umowy i do stosowania się do wszelkich wydanych przez Zamawiającego wskazówek i uzgodnień dokonanych przez Strony, mając na celu prawidłową realizację przedmiotu umowy,
	4. wykonane przez niego utwory w postaci koncepcji, scenariuszy, spotów, reklam, materiałów informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych będą oryginalne i w żadnym wypadku nie będą naruszać praw osób trzecich,
	5. będzie prowadził szczegółową dokumentację realizowanych działań,
	6. będzie realizował zamówienia zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa,
	7. znane są mu zapisy ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami
	i w tym zakresie mając na uwadze regulacje zawarte w art. 5 i 6 pkt 1 i 2 ww. ustawy zobowiązuje się realizacji zamówienia z uwzględnieniem potrzeb uczestników ze szczególnymi potrzebami w zakresie umożliwiającym im uczestniczenie
	w przedmiocie umowy na równi z pozostałymi uczestnikami, w przypadku braku możliwości spełnienia minimalnych wymagań służących zapewnieniu dostępności z art. 6 pkt 1 i 3 ww. ustawy (dostępność architektoniczna oraz dostępność informacyjno-komunikacyjna) – *Wykonawca* zobowiązuje się do zapewnienia uczestnikom ze specjalnymi potrzebami dostępu alternatywnego stosując odpowiednio art. 7 ust. 1 i 2 przywoływanej ustawy,
	8. *Wykonawca* wyraża gotowość i zobowiązuje się do zapewnienia tejże dostępności skierowanej do ww. osób w ramach wynagrodzenia określonego w niniejszej umowie w § 3 ust. 1,
	9. jeżeli *Wykonawca* jest podmiotem publicznym w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami oraz w rozumieniu art. 2. ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych - stosuje przepisy ww. ustaw w przewidzianym dlań zakresie.

**§ 2**

1. Bezpośrednim realizatorem przedmiotu umowy ze strony *Wykonawcy* będą: ……………………… (zgodnie z Załącznikiem nr 5 do SWZ).
2. W szczególnie uzasadnionych wypadkach, za które *Wykonawca* nie ponosi odpowiedzialności,dopuszczalna jest zmiana osób, o których mowa w ust. 1, po uprzednim poinformowaniu o tym fakcie *Zamawiającego* z podaniem przyczyny tejże zmiany i uzyskaniu akceptacji dla osoby wskazanej na zastępcę. Zaproponowana osoba musi posiadać kwalifikacje i doświadczenie zgodne z wymaganiami określonymi w SWZ. Ponadto, jeżeli zmiana dotyczy Koordynatora kampanii, którego doświadczenie podlegało punktacji w kryterium „Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia” , Wykonawca musi wykazać, iż zaproponowana osoba posiada taką samą lub wyższą liczbę punktów w tym kryterium co osoba zmieniana.
3. *Wykonawca* ponosi pełną odpowiedzialność za działania zastępcy, w szczególności za nienależyte wykonanie przedmiotu umowy.
4. Ze strony *Zamawiającego* za uzgadnianie form i metod pracy, udzielanie koniecznych informacji oraz podejmowanie innych niezbędnych działań wynikających z niniejszej Umowy, których podjęcie jest konieczne do prawidłowego wykonywania pracy odpowiedzialne są *Karolina Jaworska-Supernak, Katarzyna Łącka, Joanna Krywult*.
5. Z zastrzeżeniem postanowień określonych w ust. 2, *Wykonawca* nie może bez pisemnej zgody *Zamawiającego* przekazać praw i obowiązków wynikających z niniejszej umowy na rzecz osób trzecich.

**§ 3**

1. *Wykonawcy* za wykonanie przedmiotu umowy określonego w § 1 przysługuje wynagrodzenie w maksymalnej wysokości ………………… zł brutto, słownie: ..……………………… …/100.
2. Kwota wskazana w ust. 1 stanowi ostateczną wartość i zawiera wszelkie koszty niezbędne do realizacji przedmiotu umowy określonego w § 1, w tym podatek VAT, koszty wykonania wszystkich zobowiązań Wykonawcy określonych w niniejszej umowie oraz w OPZ, oraz wszystkie pozostałe koszty, które nie zostały wymienione, ale są niezbędne do prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia.
3. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 zaspokaja wszelkie roszczenia Wykonawcy z tytułu wykonania Umowy, w tym roszczenia z tytułu przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich.
4. Środki finansowe na realizację umowy zostały zabezpieczone w Budżecie Województwa Śląskiego na rok 2024.
5. Wynagrodzenie będzie płatne przelewem do 30 dni od daty wpływu prawidłowo wystawionej faktury VAT do Zamawiającego . Strony zgodnie przyjmują, że za datę wpływu prawidłowo wystawionej faktury VAT uznaje się dzień, w którym Zamawiający mógł zapoznać się z treścią faktury VAT.
6. Faktura/rachunek będzie wystawiona/y na:

Województwo Śląskie

Śląski Ośrodek Adopcyjny w Katowicach

ul. Graniczna 29, 40-017 Katowice

NIP: 9542770064

1. Podstawą wystawienia faktury VAT jest podpisanie przez Zamawiającego protokołu zdawczo-odbiorczego potwierdzającego należyte wykonanie przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1. Protokół stanowi załącznik nr 2 do niniejszej umowy.

**§ 4**

Strony zgodnie postanawiają, że w celu realizacji niniejszej umowy Wykonawca nie będzie przetwarzał danych osobowych uczestników zamówienia.

**§ 5**

1. Wykonawca przenosi na Zamawiającego , w ramach wynagrodzenia określonego w § 3 ust. 1autorskie prawa majątkowe do całości wykonanych przez niego Utworów w postaci koncepcji, scenariuszy, spotów, reklam, materiałów informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych, o których mowa w załączniku Nr 1 do niniejszej umowy , w zakresie prawa do ich wykorzystania, w szczególności na następujących polach eksploatacji:
	1. zwielokrotnianie w każdej możliwej technice i bez żadnych ograniczeń ilościowych,
	2. utrwalanie i przechowywanie, w tym na nośnikach elektronicznych,
	3. nieodpłatne przekazywanie (użyczenie), w tym w formie skróconej innym podmiotom,
	4. odtwarzanie,
	5. publikacja i rozpowszechnianie w całości lub w części za pomocą druku, wizji lub fonii przewodowej albo bezprzewodowej przez stację naziemną, nadawanie za pośrednictwem satelity, równoległe i integralne nadawanie dzieła przez inną organizację radiową bądź telewizyjną, transmisję komputerową (sieć szerokiego dostępu, Internet) łącznie z utrwalaniem w pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych oraz zezwalaniem na tworzenie i nadawanie kompilacji,
	6. publiczne prezentowanie,
	7. edytowanie, w tym z wykorzystaniem technologii cyfrowych,
	8. tłumaczenie,
	9. wprowadzanie do obrotu,
	10. wykorzystywanie w materiałach wydawniczych, w tym promocyjnych, informacyjnych i szkoleniowych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio-wizualnych i komputerowych.
2. *Zamawiający* nabywa prawo do korzystania i rozporządzania nabytymi prawami w kraju i za granicą.
3. *Zamawiający* ma prawo zbyć nabyte prawa lub upoważnić osoby trzecie do korzystania z uzyskanych zezwoleń.
4. *Wykonawca* oświadcza, że osoby trzecie nie uzyskały i nie uzyskają autorskich praw majątkowych do przedmiotu umowy.
5. Korzystanie i rozporządzanie prawami przeniesionymi na *Zamawiającego* na podstawie niniejszej umowy nie może przynosić uszczerbku autorskim prawom osobistym *Wykonawcy.*
6. *Wykonawca* oświadcza, że jego autorskie prawa majątkowe do Utworów, o których mowa w ust. 1 nie są niczym ograniczone.
7. *Wykonawca pozyska zgody dot. rozpowszechniania wizerunku od osób fotografowanych oraz ujętych w materiałach video ( za wyjątkiem osób stanowiących jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza) na wykonanym zdjęciu lub materiale filmowym.*

**§ 6**

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną:
2. w przypadku uznania przez *Zamawiającego*, że przedmiot umowy został niewykonany lub nienależycie wykonany *Zamawiający* może obciążyć *Wykonawcę* karą umowną w wysokości 15% maksymalnego wynagrodzenia brutto określonego w § 3 ust. 1 niniejszej umowy. Za nienależyte wykonanie przedmiotu umowy uważa się w szczególności naruszenie postanowień § 1, § 2 oraz § 4 niniejszej umowy,
3. za rozwiązanie lub odstąpienie od Umowy przez którąkolwiek ze Stron z przyczyn, za które Wykonawca ponosi odpowiedzialność – w wysokości 20% maksymalnego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 3 ust. 1 umowy;
4. W przypadku gdy wysokość szkody poniesionej przez Zamawiającego jest większa od kary umownej, a także w przypadku, gdy szkoda powstała z przyczyn, dla których nie zastrzeżono kary umownej, Zamawiający jest uprawniony do żądania odszkodowania na zasadach ogólnych, wynikających z przepisów Kodeksu cywilnego – niezależnie od tego, czy realizuje uprawnienia do otrzymania kary umownej. W przypadku, gdy wysokość poniesionej szkody jest większa od kary umownej, Zamawiający może żądać odszkodowania przenoszącego wysokość zastrzeżonej kary umownej.
5. Łączna wysokość kar umownych nie może przekroczyć wartości 20 % maksymalnego wynagrodzenia brutto, o którym mowa
w § 3 ust. 1.
6. W przypadku nienależytego wykonania przedmiotu umowy *Zamawiający* może również wezwać *Wykonawcę* do zmiany sposobu realizacji umowy w określonym terminie.
7. W przypadku kiedy *Wykonawca,* w określonym terminie nie zmieni sposobu realizacji umowy, *Zamawiający* możeodstąpić od umowy. Prawo to *Zamawiający* może wykonać w terminie 14 dni od uzyskania informacji o braku zmiany sposobu realizacji umowy przez *Wykonawcę* o którym mowa w zdaniu poprzednim. W szczególności *Zamawiający* może odstąpić od umowy w razie gdy *Wykonawca* nie spełnia wymogu minimalnej liczby osób zdolnych do realizacji umowy, wynikającej z § 2 ust. 1.
8. W przypadku odstąpienia od umowy na zasadzie określonej w ust. 3, *Zamawiający* może obciążyć *Wykonawcę* karą umowną
w wysokości 20% maksymalnego wynagrodzenia określonego w § 3 ust. 1 niniejszej umowy.
9. Kary umowne przewidziane Umową są płatne w terminie 14 dni od przesłania przez Zamawiającego wezwania do ich zapłaty. Zamawiający, przed wysłaniem wezwania do zapłaty, przedstawi Wykonawcy zestawienie zawierające przypadki, za które zostaną naliczone kary umowne. Wykonawca ma możliwość w terminie 3 dni od dnia otrzymania zestawienia do ustosunkowania się i wskazania, które przypadki nie są w jego ocenie zwłoką Wykonawcy. Powyższe nie wyłącza możliwości potrącenia naliczonych kar, jak również zaspokojenia roszczeń z zabezpieczenia należytego wykonania Umowy.
10. W przypadku gdy wysokość szkody poniesionej przez Zamawiającego jest większa od kary umownej, a także w przypadku, gdy szkoda powstała z przyczyn, dla których nie zastrzeżono kary umownej, Zamawiający jest uprawniony do żądania odszkodowania na zasadach ogólnych, wynikających z przepisów Kodeksu cywilnego – niezależnie od tego, czy realizuje uprawnienia do otrzymania kary umownej. W przypadku, gdy wysokość poniesionej szkody jest większa od kary umownej, Zamawiający może żądać odszkodowania przenoszącego wysokość zastrzeżonej kary umownej.
11. Zamawiający jest uprawniony do potrącania wierzytelności wobec Wykonawcy z tytułu kar umownych z wierzytelnościami Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu wynagrodzenia*,* na co Wykonawca wyraża zgodę, chyba że obowiązujące przepisy stanowią inaczej.
12. Zamawiający może dokonać potrącenia, o którym mowa w ust. 7, w każdym przypadku powstania uprawnienia do żądania zapłaty kary umownej, choćby jego wierzytelność z tego tytułu nie była jeszcze wymagalna (nie upłynął jeszcze termin, w którym Wykonawca zobowiązany jest do zapłaty kary umownej).

**§ 7**

1. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają dla swej ważności pisemnej formy aneksu, zaakceptowanego przez strony, pod rygorem nieważności.
2. Zmiany umowy mogą nastąpić w następujących przypadkach:
3. Zaistnienia omyłki pisarskiej;
4. Zmiany danych teleadresowych;
5. Zaistnienia siły wyższej (np. powódź, pożar, zamieszki, strajki, ataki terrorystyczne, przerwy w dostawie energii elektrycznej, zagrożenia epidemiologiczne i inne zdarzenia) mającej wpływ na realizację umowy;
6. Wystąpienia innych zdarzeń mających wpływ na realizację umowy, w szczególności takich, które powstały niezależnie od działań samych stron, bądź których strony nie były w stanie przewidzieć (np. w zakresie zmiany terminu realizacji konferencji inaugurującej kampanię społeczną);
7. W szczególnie uzasadnionych wypadkach, za które Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności dopuszczalna jest zmiana osób realizujących zamówienie, po uprzednim poinformowaniu o tym fakcie Zamawiającego z podaniem przyczyny tejże zmiany i uzyskaniu akceptacji dla osoby wskazanej na zastępcę. Zaproponowana osoba musi posiadać kwalifikacje i doświadczenie zgodne z wymaganiami określonymi w SWZ (na spełnienie warunków udziału w postępowaniu). Ponadto, jeżeli zmiana dotyczy osoby, której doświadczenie podlegało punktacji w kryterium „Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia” Wykonawca musi wykazać, iż zaproponowana osoba posiada taką samą lub wyższą liczbę punktów w tym kryterium co osoba zmieniana;
8. Nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu zamówienia;
9. Konieczności wprowadzenia zmian będzie następstwem zmian wytycznych dotyczących Programu Operacyjnego lub wytycznych i zaleceń Instytucji Pośredniczącej i /lub Zarządzającej;
10. Zmiany oświadczeń Wykonawcy i sposobu płatności za realizację usługi związaną z zastosowaniem systemu podzielonej płatności (split payment).
11. Dla potrzeb umowy, siła wyższa oznacza wydarzenie o charakterze nadzwyczajnym, niemożliwe do przewidzenia i zapobieżenia, a w szczególności: wojny, katastrofalne działanie sił przyrody, strajki generalne, embarga, nakazy, zakazy lub ograniczenia wywołane stanem zagrożenia epidemicznego albo stanem epidemii, które stanowią przeszkodę uniemożliwiającą wykonanie obowiązków umownych.
12. Żadna ze Stron nie będzie ponosiła odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie swoich obowiązków umownych w przypadku wystąpienia siły wyższej.
13. Jeżeli siła wyższa spowoduje niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z Umowy przez Stronę, to Strona ta niezwłocznie zawiadomi drugą Stronę o powstaniu tego zdarzenia, a ponadto będzie informować drugą Stronę o istotnych faktach

mających wpływ na przebieg takiego zdarzenia, w szczególności o przewidywanym terminie jego zakończenia i o przewidywanym terminie podjęcia wykonywania zobowiązań z umowy oraz o zakończeniu tego zdarzenia, w miarę możliwości przedstawiając dokumentację w tym zakresie.

1. Strony uzgodnią sposób postępowania wobec tego zdarzenia.

**§ 8**

* + - 1. Zamawiającemu przysługuje prawo do odstąpienia o Umowy, jeżeli zaistnieje istotna zmiana okoliczności powodująca, że wykonanie Umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili jej zawarcia, lub dalsze wykonywanie Umowy może zagrozić istotnemu interesowi bezpieczeństwa państwa lub bezpieczeństwu publicznemu – odstąpienie od Umowy w tym przypadku może nastąpić w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o powyższych okolicznościach, co wynika z art. 456 ust. 1 pkt 1 Ustawy.
			2. Zamawiającemu przysługuje prawo do odstąpienia od Umowy również w następujących okolicznościach, jeżeli:
	1. w stosunku do Wykonawcy sąd odmówi ogłoszenia upadłości z uwagi na niewystarczające aktywa na prowadzenie upadłości, jeżeli Wykonawca zawrze z wierzycielami układ powodujący zagrożenie dla realizacji Umowy lub nastąpi likwidacja przedsiębiorstwa Wykonawcy, jeżeli w wyniku wszczętego postępowania egzekucyjnego nastąpi zajęcie majątku Wykonawcy lub jego znacznej części;
	2. Wykonawca nie rozpoczął realizacji przedmiotu Umowy bez uzasadnionych przyczyn lub – mimo otrzymania pisemnego wezwania – nie wykonuje lub nienależycie wykonuje zobowiązania wynikające z Umowy.
1. Powyższe uprawnienie Zamawiającego nie uchybia możliwości odstąpienia od Umowy przez którąkolwiek ze Stron, na podstawie przepisów Kodeksu cywilnego.
2. W przypadku wystąpienia okoliczności, o których mowa w ust. 2, Zamawiającemu przysługuje prawo odstąpienia od Umowy w terminie 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o okolicznościach wymienionych w ust. 2.
3. Oświadczenie o odstąpieniu od Umowy należy złożyć drugiej Stronie w formie pisemnej lub w postaci elektronicznej, na zasadach wskazanych w art. 772 Kodeksu cywilnego. Oświadczenie to musi zawierać uzasadnienie.
4. W przypadku odstąpienia od Umowy przez którąkolwiek ze Stron, Wykonawca zachowuje prawo do wynagrodzenia wyłącznie za przedmiot Umowy zrealizowany do dnia odstąpienia od Umowy. Wykonawcy nie przysługują żadne inne roszczenia.
5. Odstąpienie Zamawiającego od Umowy nie zwalnia Wykonawcy od zapłaty kary umownej lub odszkodowania.
6. Zamawiający może odstąpić od Umowy w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o okolicznościach określonych w art. 456 ust. 1 pkt 2 Ustawy. W tym przypadku Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części Umowy. Do oświadczenia o rozwiązaniu Umowy odpowiednie zastosowanie ma ust. 5.

**§ 9**

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego.
2. Ewentualne spory wynikłe na tle niniejszej umowy rozstrzygane będą przez sądy powszechne właściwe ze względu na miejsce siedziby *Zamawiającego.*
3. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Integralną częścią umowy są zapytanie ofertowe wraz z załącznikami oraz oferta *Wykonawcy* wraz

 **§ 10**

1. Integralną część umowy stanowią zapytanie ofertowe oraz oferta złożona przez *Wykonawcę.*
2. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego.
3. Spory związane z realizacją umowy strony w miarę możliwości załatwiać będą polubownie, ostatecznie właściwym do rozstrzygnięcia sporu jest sąd właściwy dla siedziby *Zamawiającego.*
4. Umowę sporządzono w dwóch egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

|  |  |
| --- | --- |
| ZAMAWIAJĄCY:  | WYKONAWCA: |
| .................................................. |  ................................................. |

\* niepotrzebne skreślić

Załącznik nr 1 do Umowy

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. **Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”, zgodnie z parametrami i szczegółowymi wytycznymi Zamawiającego, zawartymi w niniejszym OPZ.

1. **Główne założenia i cele kampanii:**
	1. Cele kampanii

Promocja idei adopcji jako pełnoprawnej formy rodzicielstwa, mająca na celu wzrost motywacji do podjęcia działań zmierzających do tworzenia rodzin adopcyjnych, poprzez:

a. Wzmacnianie pozytywnego wizerunku rodzicielstwa adopcyjnego.

b. Zwiększanie wiedzy na temat przebiegu procesu adopcji.

d. Przełamywanie funkcjonujących w przestrzeni stereotypów i mitów dotyczących adopcji.

e. Zwiększenie zainteresowania przedstawicieli grupy docelowej tematyką adopcji.

f. Dotarcie do przedstawicieli grupy docelowej – potencjalnych kandydatów, gotowych przysposobić dzieci, w szczególności dzieci starsze, niepełnosprawne oraz rodzeństwa.

g. Upowszechnianie obrazu i zwiększanie świadomości społecznej w zakresie pozytywnego i wystarczająco dobrego rodzicielstwa.

h. Uroczyste zainaugurowanie realizacji projektu strategicznego dla województwa śląskiego „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”.

* 1. Charakter kampanii
		+ - 1. Kampania ma mieć charakter edukacyjny, uświadamiający a podjęte realizowane działania powinny wywierać pozytywny wpływ na społeczny odbiór tematyki adopcji oraz na postawy i zachowania społeczne w tym zakresie.
				2. Kampania będzie miała charakter regionalny i obejmie swoim zasięgiem województwo śląskie.
				3. Z przekazu kampanii powinno jasno wynikać, że jest ona dofinansowana ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”.
	2. Adresaci działań (grupa docelowa)

Mieszkańcy województwa śląskiego, w wieku ok. 25–45 lat, w szczególności w związkach małżeńskich, osoby rozważające przysposobienie dziecka, rodzice zastępczy i adopcyjni, rodziny wspierające.

* 1. Termin realizacji
		+ - 1. Przedmiot zamówienia będzie realizowany w terminie od dnia zawarcia umowy - przy czym Zamawiający przewiduje publiczne rozpoczęcie kampanii na 10 maja 2024 roku, a jej publiczne prowadzenie w miesiącach maj i czerwiec 2024 roku. Publiczne zakończenie kampanii nastąpi 23 czerwca 2024 roku,
				2. Przewidywany czas trwania publicznej kampanii – 45 dni kalendarzowych.
				3. Rozpoczęcie prac nad kampanią będącą przedmiotem zamówienia nastąpi z chwilą zawarcia umowy.
				4. Zakończenie realizacji całości umowy musi nastąpić w terminie do 4 miesięcy licząc od dnia zawarcia umowy.
	2. Język przekazu:

Wszelkie teksty powinny być sformułowane jasno i zrozumiale oraz dostosowane do grup odbiorców wraz z odpowiednio dobranym sposobem przekazu. Teksty powinny być napisane poprawnie w języku polskim oraz przejść korektę redakcyjną i językową. Język i sposób przekazu nie może zawierać zwrotów powszechnie uważanych za wulgarne lub obraźliwe.

Wykonawca odpowiada za merytoryczną stronę opracowania wszystkich materiałów, błędy literowe, układ i zawartość. W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego jakichkolwiek błędów Wykonawca niezwłocznie dokona stosownych poprawek.

1. **Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia**

Zakres działań:

1. Opracowanie kreatywnej koncepcji kampanii, strategii oraz harmonogramu działań w ramach kampanii.
2. Realizacja kampanii zgodnie z koncepcją kreatywną, strategią działań i harmonogramem zaproponowanym przez Wykonawcę oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego – minimalny zakres kampanii obejmuje następujące działania:
	* + - 1. Organizacja konferencji inaugurującej kampanię społeczną.
				2. Przygotowanie autorskich materiałów informacyjnych i promocyjnych, w tym opracowanie elementów identyfikacji wizualnej oraz 4 filmów promocyjnych.
				3. Przeprowadzenie kampanii internetowej, z wykorzystaniem mediów społecznościowych Zamawiającego
				4. Przygotowanie, zamieszczenie w mediach społecznościowych oraz promocja treści edukacyjnych – tj. co najmniej 5 podcastów edukacyjnych o długości między 30 a 45 minut.
				5. Przygotowanie i dystrybucja 2 spotów radiowych w stacjach radiowych, o długości nie krótszej niż 30 sekund.
				6. Przygotowanie i wykonanie materiałów na podstronę internetowej dotyczącej kampanii (landing page)
				7. Współpraca z Ambasadorem kampanii (influencer marketing), zapewnionym przez Wykonawcę.
				8. Dodatkowa promocja kampanii w Internecie.
				9. Fotorelacja wydarzeń odbywających się w czasie prowadzenia kampanii.
3. Stały monitoring wskaźników skuteczności przekazu i zapewnienie Zamawiającemu wglądu do bieżących statystyk dot. prowadzenia kampania.
4. Opracowanie końcowego raportu/podsumowania kampanii z oceną jej efektywności.
5. Przeniesienie przez Wykonawcę na Zamawiającego autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do wytworzonych materiałów oraz utworów (np. tekstów, grafik, animacji, zdjęć, treści postów, artykułów, filmików, scenariuszy) powstałych w ramach kampanii, w tym do ich przetwarzania, tworzenia dzieł zależnych, powielania i publikowania na wszystkich polach dystrybucji.

Obowiązki Wykonawcy

Obowiązkiem Wykonawcy jest realizacja kampanii zgodnie z przyjętą przez Zamawiającego koncepcją kreatywną, systemem identyfikacji wizualnej Województwa Śląskiego, strategią działań harmonogramem realizacji kampanii.

Całość działań obejmuje w szczególności:

1. Opracowanie kreatywnej koncepcji kampanii, strategii oraz harmonogramu działań w ramach kampanii.
	1. Wykonawca opracuje koncepcję kreatywną kampanii i strategię działań na podstawie wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii złożonej wraz z ofertą. Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag i wskazówek do przedstawionej koncepcji kampanii kreatywnej. Ostateczna wersja koncepcji kreatywnej kampanii i strategii działań wymaga akceptacji Zamawiającego.
	2. Przekazanie Zamawiającemu do akceptacji koncepcji kreatywnej kampanii i strategii przyjętych działań nastąpi w terminie do 10 dni roboczych od zawarcia umowy.
	3. Zamawiający w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania, zaakceptuje koncepcję kreatywną kampanii i strategię działań lub przekaże uwagi do opracowania.
	4. W przypadku przekazania uwag przez Zamawiającego, Wykonawca ma 3 dni roboczych na przedstawienie poprawionego materiału.
	5. Harmonogram realizacji kampanii:
		1. Wykonawca opracuje i przekaże Zamawiającemu do akceptacji w terminie do 10 dni roboczych od dnia zawarcia umowy harmonogram realizacji kampanii,
		2. Zamawiający w ciągu 3 dni roboczych zaakceptuje harmonogram lub przekaże uwagi do opracowania.
		3. Zamawiający dopuszcza możliwość zmian w harmonogramie podczas realizacji kampanii po uzasadnieniu i w uzgodnieniu z Zamawiającym, z wyłączeniem termin realizacji konferencji inauguracyjnej.
	6. Realizacja kampanii zgodnie z koncepcją kreatywną, strategią działań i harmonogramem zaproponowanym przez Wykonawcę oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego. Minimalny zakres działań w ramach kampanii obejmuj następujące działania::
	7. **Organizacja konferencji inaugurującej kampanię społecznej**
		1. Konferencja odbędzie się 10 maja 2024 roku w Muzeum Śląskim w Katowicach, w godzinach pomiędzy 8.30 a 15:00 (minimum 6 godzin dydaktycznych, w zależności od przyjętej koncepcji), z uwzględnieniem przerwy kawowej i kawowo-lunchowej.
		2. Miejsce do realizacji konferencji tj. w pełni wyposażoną salę konferencyjną zapewnia Zamawiający (Wykonawca nie ponosi z tego tytułu kosztów). Sala wyposażona jest w miejsca siedzące, posiada system wentylacyjny, regulowany system klimatyzacji, oświetlenie regulowane z możliwością regulowania stref oświetlenia oraz spełnia wymagania dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. Warunki techniczne umożliwiają dostęp do Wi-Fi i gniazd eklektycznych. Sala wyposażona jest w projektor i ekran (o rozmiarze zapewniającym czytelność prezentowanych treści dla wszystkich uczestników) oraz pozostały sprzęt multimedialny (3 mikrofony bezprzewodowe, laptop, pilot itp.). Na potrzeby realizacji usługi cateringowej udostępnione zostanie pomieszczenia z ladą cateringową a także przestrzeń umożliwiająca rejestrację uczestników.
		3. Zakres tematyczny konferencji będzie obejmować zagadnienia zgodnie z przyjętymi założeniami i celami kampanii. Ramowy program konferencji zostanie opracowany przez Zamawiającego i przekazany Wykonawcy na minimum 10 dni roboczych przed terminie realizacji konferencji.
		4. Zamawiający zapewni prelegentów prezentujących wystąpienia podczas konferencji.
		5. W konferencji udział weźmie ok. 120 osób, w tym: rodziców adopcyjnych, przedstawicieli instytucji wspierania rodziny i pieczy zastępczej, instytucji pomocy i integracji społecznej, gości reprezentujących Komisję Europejską, administrację rządową, samorządy innych województw oraz przedstawicieli sektora pozarządowego i mediów. Za rekrutację uczestników oraz rozesłanie zaproszeń do udziału w konferencji odpowiada Zamawiający (z wyłączeniem przedstawicieli mediów, których udział winien zapewnić Wykonawca).
		6. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia udziału przedstawiciela mediów lub zamieszczenia informacji o konferencji w mediach (radio, telewizja, gazeta lub portal internetowy) o zasięgu co najmniej regionalnym.
		7. Wykonawca odpowiada za zapewnienie odpowiedniego oznaczenia miejsca realizacji konferencji, tj. przygotowanie plakatów informacyjnych, w liczbie gwarantującej dokładną identyfikację miejsca konferencji a także roll upa lub ścianki konferencyjnej, w zależności od zatwierdzonej strategii kampanii. Wykonawca zobligowany będzie do uwzględnienia przy przygotowaniu oznaczeń obowiązujących „Wytycznych dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027” oraz aktualnymi zasadami promocji i oznaczania projektów współfinansowanych z programu „Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027”.
		8. Wykonawca odpowiada za zapewnienie profesjonalnej obsługi konferansjerskiej spotkania. Konferansjer musi posiadać doświadczenie w prowadzeniu min. 3 wydarzeń o charakterze i randze zbliżonych do wydarzenia będącego przedmiotem zamówienia. Konferansjer powinien posiadać charyzmę, nienaganną prezencję a także umiejętność prowadzenia paneli dyskusyjnych. W dniu konferencji konferansjer musi być́ na miejscu nie później niż̇ na godzinę przed jej rozpoczęciem i być dostępny dla Zamawiającego przez cały czas trwania wydarzenia. Do obowiązków konferansjera należy słowne poinformowanie uczestników o celu wydarzenia i źródle finansowania projektu pn.: „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”, prowadzenie wydarzenia, w tym przedstawienie prelegentów oraz prowadzenie panelu dyskusyjnego – zgodnie z ramowym programem konferencji.
		9. Zapewnienie usługi cateringowej

Poczęstunek będzie obejmował:

* Przerwę kawową serwowaną w godzinach od 08:30 do 09:30, na którą składać się będą:

|  |  |
| --- | --- |
| **Menu** | **Ilość** |
| Gorąca kawa, podawana z ekspresu ciśnieniowego w ilości zapewniającej płynną obsługę.* mleko podane w mlecznikach, w tym mleko bezlaktozowe, cukier podany w saszetkach lub w cukiernicach.
 | 18 l (ok. 120 porcji po 150 ml) |
| Herbata * herbata podana w pojedynczych torebkach do wyboru: w tym jedna czarna, Earl Grey, jedna zielona, owocowa,
* gorąca woda podana w termosach,
* cukier podany w saszetkach lub w cukiernicach,
* świeża cytryna pokrojona w plasterki rozłożona na talerzykach,
* naczynia na zużyte torebki.
 | 24 l(ok. 120 porcji po 200 ml) |
| Woda mineralna (nie dopuszcza się wody źródlanej) gazowana w butelkach szklanych o pojemności maksymalnie do 350 ml - nie dopuszcza się wody podawanej w dzbankach. | 60 szt. |
| Woda mineralna (nie dopuszcza się wody źródlanej) niegazowana w butelkach szklanych o pojemności maksymalnie do 350 ml – nie dopuszcza się wody podawanej w dzbankach. | 80 szt. |
| Ciasta podawane w papilotkach, co najmniej pięć różnych – nie dopuszcza się możliwości podania ciasta drożdżowego bez/z posypką/cukrem pudrem itp. | 20 kg |

* Przerwę kawowo-lunchową dostępną w godzinach od 12:00 do 13:00, na którą składać się będą:

|  |  |
| --- | --- |
| **Menu** | **Ilość** |
| Gorąca kawa, podawana z ekspresu ciśnieniowego w ilości zapewniającej płynna obsługę.* mleko podane w mlecznikach, w tym mleko bezlaktozowe,
* cukier podany w saszetkach lub w cukiernicach.
 | 9 l (ok. 60 porcji po 150 ml) |
| Herbata * herbata podana w pojedynczych torebkach do wyboru: w tym jedna czarna, Earl Grey, jedna zielona, owocowa,
* gorąca woda podana w termosach,
* cukier podany w saszetach lub w cukiernicach,
* świeża cytryna pokrojona w plasterki rozłożona na talerzykach,
* naczynia na zużyte torebki.
 | 12 l(ok. 60 porcji po 200 ml) |
| Woda mineralna (nie dopuszcza się wody źródlanej) gazowana w butelkach szklanych o pojemności maksymalnie do 350 ml- nie dopuszcza się wody podawanej w dzbankach. | 60 szt. |
| Woda mineralna (nie dopuszcza się wody źródlanej) niegazowana w butelkach szklanych o pojemności maksymalnie do 350 ml – nie dopuszcza się wody podawanej w dzbankach. | 80 szt. |
| Deser – co najmniej 5 różnych - babeczki ze świeżymi owocami, desery w mini pucharkach (na jedną porcję) itp. | 20 kg |
| Kolorowe kanapki. | 20 kg |
| Przekąski typu finger food – co najmniej 7 różnych – mini tarty wytrawne, tartinki, pizzerinki, paszteciki, roladki z tortilli itp. | 1. kg
 |

- Wykonawca będzie odpowiedzialny za zapewnienie elementów infrastruktury gastronomicznej, wraz z odpowiednią ilością personelu ją obsługującego (min. 3 osoby), niezbędnej do bezawaryjnej i sprawnej realizacji usługi cateringowej, w szczególności elementów składowych jednolitej zastawy stołowej z białego porcelitu (filiżanki ze spodkami, talerzyki i inne elementy niezbędne do serwowania posiłków) wraz ze sztućcami ze stali nierdzewnej, szklankami
z przeźroczystego szkła, serwetkami i pozostałymi niezbędnymi elementami. Zamawiający nie dopuszcza stosowania niedopasowanych, niekompletnych, czy uszczerbionych w/w pozycji, ani naczyń i sztućców jednorazowych lub wykonanych z plastiku i innych tworzyw sztucznych,

- Produkty i posiłki muszą się charakteryzować wysoką jakością użytych składników oraz estetyką podania. Produkty gotowe (przetworzone) takie jak: kawa, herbata, soki i inne muszą posiadać odpowiednią datę przydatności do spożycia.

- Wykonawca będzie odpowiedzialny za estetykę punktów serwisowych przeznaczonych na całodzienną przerwę kawową i lunch i ich wyposażenie oraz dbanie o czystość i utrzymanie porządku w miejscach świadczenia danej usługi cateringowej, a także bieżące monitorowanie zużycia i uzupełnianie braków w zastawie, czy też w ilości dostępnej: kawy, herbaty, wody i dodatków do nich

-Pracownicy obsługi kelnerskiej muszą być ubrani w jednolite stroje, tj. biała koszula z długimi rękawami, ciemna kamizelka lub marynarka, ciemne spodnie garniturowe lub ciemna spódnica, ciemne buty wizytowe, opcjonalnie fartuch.

- Wykonawca wydrukuje czytelne informacje w języku polskim o nazwie każdego elementu menu
i umieści je w widocznych miejscach odpowiednio w punktach serwisowych, w których dostępne będą posiłki.

-Wykonawca po zakończeniu wykonania usługi doprowadzi miejsce świadczenia usługi do stanu sprzed rozpoczęcia jej świadczenia tzn. odbierze wszystkie naczynia i sztućce oraz inne materiały będące własnością Wykonawcy a wykorzystywane w trakcie świadczenia usługi oraz pozostałe jedzenie, a także uprzątnie wszystkie nieczystości pozostałe po świadczeniu usługi.

- Zamawiający wymaga, by 20% serwowanego pożywienia było bezmięsne i serwowane na osobnych talerzach.

-Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia przestrzegania przepisów prawnych i obowiązujących norm w zakresie przechowywania i przygotowywania artykułów spożywczych.

* 1. **Przygotowanie autorskich materiałów informacyjnych i promocyjnych:**

2.3.1 Elementy identyfikacji wizualnej

- Wykonawca opracuje i przekaże do akceptacji Zamawiającemu w terminie 10 dni roboczych od daty akceptacji koncepcji kreatywnej kampanii, projekty elementów identyfikacji wizualnej. Zamawiający ma 3 dni na zaakceptowanie propozycji lub przekazanie ewentualnych uwag. Procedura ta będzie powtarzana aż do pełnej akceptacji propozycji przez Zamawiającego. W ramach elementów identyfikacji wizualnej kampanii Wykonawca musi opracować co najmniej: projekt papieru firmowego w formacie A4, w wersji o pełnym kolorze, achromatyczne oraz monochromatyczne; projekt plakatu kampanii w formacie nie mniejszym niż A1 (wykorzystywanego podczas konferencji oraz innych wydarzeń realizowanych w czasie trwania kampanii (np. pikniku integracyjnego, szkoleń i warsztatów); projekt tła do wykorzystania w postach w mediach społecznościowych oraz na stronie internetowej a także projektu roll upa lub ścianki konferencyjnej, w zależności od zatwierdzonej strategii kampanii.

* + 1. Przygotowanie autorskich materiałów informacyjnych i promocyjnych

*2.3.2.1 Filmy promocyjne*

- Wykonawca opracuje na podstawie przedstawionej koncepcji kreatywnej kampanii scenariusze filmów promocyjnych, a po zatwierdzeniu przez Zamawiającego wyprodukuje minimum 4 filmy promocyjne (w tym minimum 1 obejmujący wideorelacje z wydarzeń realizowanych w trakcie trwania kampanii) budujących przekaz zgodny z celami kampanii.

- Planowana długość materiałów filmowych: 1 film o długości pomiędzy 150 a 180 sekund, 2 filmy o długości pomiędzy 60 a 90 sekund i 1 film o długości pomiędzy 20 a 30 sekund.

- Kanały dystrybucji filmów powinny być zgodne z przyjętą koncepcją kreatywną kampanią i obejmować co najmniej kanały społecznościowe Zamawiającego a także internetowe serwisy tematyczne i ogólne i media lokalne/regionalne., zgodnie z harmonogramem zatwierdzonym przez Zamawiającego.

- Wszystkie filmy muszą być w jakości zgodnej z zaleceniami technicznymi danego serwisu społecznościowego.

Wszystkie filmy muszą być przygotowane w formatach: 16:9, 1:1 oraz min. 1080 x 1920 px (do użycia w Social Mediach np. stories i rolkach na Instagramie), min. 3840 x 2160 px (do użycia na You Tube oraz serwisach internetowych Zamawiającego). Orientacja formatu musi być optymalnie dostosowana do rodzaju materiału oraz medium, w którym będzie zamieszczany.

- Dla każdego filmu Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji scenariusz w postaci storyboardu a przed przystąpieniem do produkcji docelowej Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji wstępną propozycję filmu.

- Wszystkie filmy powinny stanowić spójną całość, tzn. dawać wrażenie ciągłości. Styl i forma zostaną uzgodnione z Zamawiającym.

- Przygotowane materiały muszą umożliwiać ich odtworzenie w wersjach: podstawowej (bez napisów i audiodeksrypcji), w wersji z napisami rozszerzonymi w języku polskim i w wersji z audiodeskrypcją.

- Do produkcji oraz postprodukcji filmów Wykonawca zobowiązany jest wykorzystać profesjonalny sprzęt i oprogramowanie dedykowane do tego celu oraz powszechnie używane w branży. Sprzęt i oprogramowanie muszą pozwalać na produkcję filmu promocyjnego o najwyższej jakości, najwyższych walorach estetycznych przy wykorzystaniu nowych i popularnych trendów stosowanych przy produkcji filmów promocyjnych.

- Wykonawca zapewni uzyskanie wszelkich niezbędnych pozwoleń, umożliwiających realizację przedmiotu zamówienia, w tym zgody na rozpowszechnienie w spotach i filmach wizerunku osób w nich występujących, zgodnie z art. 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

- Wykonawca odpowiada za zaangażowanie wszystkich niezbędnych osób oraz środków niezbędnych do realizacji filmów promocyjnych.

- Oczekiwany efekt: minimum 50.000 odsłon wszystkich filmów łącznie.

* + - 1. *Przeprowadzenie kampanii internetowej z wykorzystaniem i mediów społecznościowych Zamawiającego*

- Wykonawca opracuje w ramach koncepcji kreatywnej kampanii strategię kampanii w profilach Zamawiającego w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram oraz w serwisie YouTube.

- Wykonawca stworzy posty do publikacji, w tym opracowanie merytoryczne, redakcyjne i graficzne niezbędnych materiałów (np. infografik, animacji, filmów, hasztagów) na potrzeby działań promocyjnych – minimum po 15 opublikowanych postów w serwisach Facebook i Instagram. Jako 1 post liczone są także formy typu „karuzela” czy kilkuczęściowe story na Instagramie. Wszystkie materiały promujące kampanię w social mediach będą ustalane z Zamawiającym.

- Materiały powinny być przygotowane w rozdzielczości i formatach zapewniających prawidłowe wyświetlanie online z uwzględnieniem wytycznych Zamawiającego.

- Treści powinny być zróżnicowane w zależności od podgrupy odbiorców z grupy docelowej oraz zgodne z celem i przekazem realizowanej kampanii.

- Posty muszą spełniać wymogi techniczne oraz być zgodne z regulaminami i polityką platform mediów społecznościowych.

- Wszystkie stworzone materiały Wykonawca będzie przekazywał na bieżąco Zamawiającemu do akceptacji i publikacji, w terminie umożliwiającym naniesienie poprawek i przekazanie uwag.

- Posty powinny pojawiać się cyklicznie, nie rzadziej niż 2 razy w tygodniu.

- Oczekiwany efekt: łączny zasięg postów w serwisie Facebook minimum 200 000, aktywność (reakcje, udostępnienia, komentarze, kliknięcia w link) minimum 5.000.

- Wykonawca będzie prowadził działanie promocyjne na portalu internetowym YouTube przy użyciu wyprodukowanych w ramach kampanii filmów promocyjnych.

- Wykonawca stworzy profile grup docelowych poszczególnych filmów z uwzględnieniem ich cech demograficznych.

- Oczekiwany efekt: łączny liczba wyświetleń filmów zamieszczonych w serwisie YouTube: minimum 50 000.

- Wykonawca odpowiada za odpowiednie tytułowanie filmów/postów, opisy filmów, tagi, pozwalające na jego łatwe i bezproblemowe wyszukiwanie w wyszukiwarce serwisu Youtube, Facebook oraz zewnętrznych wyszukiwarkach.

* + - 1. *Przygotowanie, zamieszczenie w mediach społecznościowych oraz promocja treści edukacyjnych - podcasty*

- Wykonawca opracuje koncepcję oraz wyprodukuje 5 podcastów o czasie trwania od ok. 30 do ok. 45 minut każdy – w zależności od przyjętego scenariusza oraz tematyki podcastu.

- Podcasty będą ściśle nawiązywały treścią do głównych założeń kampanii opisanych w OPZ.

- Wykonawca w terminie do 10 dni roboczych od zatwierdzenia koncepcji kreatywnej kampanii przez Zamawiającego przedstawi do akceptacji scenariusze podcastów. Zamawiający w ciągu 5 dni roboczych zaakceptuje materiał lub zgłosi do niego uwagi. W przypadku uwag Wykonawca uwzględni je w ciągu 3 dni roboczych.

- Wykonawcy odpowiada za całość prac związanych z produkcją podcastów, w tym zapewnienie prowadzących podcasty, studia nagraniowego, udźwiękowiania, montażu i produkcja podcastów.

- Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym uwzględni w ramach podcastów udział pracowników Zamawiającego.

- Wszystkie elementy podczas tworzenia audycji muszą być na bieżąco konsultowane z Zamawiającym.

- Podcasty powinny zostać zamieszczone na kanele Zamawiającego w serwisie Youtube lub/i innych serwisach oferujących dostęp do podcastów.

- Oczekiwany efekt: łączny liczba wyświetleń podcastów zamieszczonych w serwisie YouTube lub/i innych serwisach oferujących dostęp do podcastów: minimum 50 000.

* + - 1. *Przygotowanie i dystrybucja spotu radiowego w stacjach radiowych*

- Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjną w minimum trzech stacjach radiowych o najwyższej słuchalności wśród grupy docelowej tj. osób w wieku 25-45 lat, zamieszkujących na terenie województwa śląskiego.

- Na potwierdzenie, że zaproponowane przez Wykonawcę radiostacje mają najwyższą słuchalność w grupie docelowej, Wykonawca dołączy do koncepcji kreatywnej kampanii wyniki badania słuchalności pochodzące z zewnętrznego źródła monitorowania – za 2022 r. (lub uśrednionych z dostępnych raportów kwartalnych za 2022 r.).

- Wykonawca zaprojektuje i zrealizuje 2 spoty radiowe, spójne z kampanią, nie krótsze niż 30 sekund~~,~~ emitowane naprzemiennie.

- Scenariusze spotów przed ich nagraniem muszą zostać Zaakceptowane przez Zamawiającego, następnie nagrane spoty przed ich emisją muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.

- Wszystkie elementy podczas tworzenia spotów radiowych muszą być na bieżąco konsultowane z Zamawiającym.

- Wykonawca zobowiązany jest do nadzorowania i koordynacji emisji spotów w każdym radio.

- Dokładne terminy emisji zostaną uzgodnione z Zamawiającym po podpisaniu umowy z zastrzeżeniem, iż kampania w radiu będzie prowadzona równolegle z kampanią w Internecie.

- Oczekiwany efekt: minimum 50 emisji spotów w każdej z 3 rozgłośni. Emisja spotów będzie się odbywała średnio 5 razy dziennie, przy czym minimum 50% czasu emisji spotów powinno przypadać na tzw. prime time (godziny największej słuchalności tj. 6:00-10:00 i 15:00-19:00 w dni robocze).

* + - 1. *Przygotowanie i wykonanie materiałów na podstronę internetowej dotyczącej kampanii (landing page)*

- Wykonanie materiałów na podstronę do strony Zamawiającego [www.soa-katowice.pl](http://www.soa-katowice.pl) w terminie określonym w harmonogramie realizacji kampanii i ich bieżąca aktualizacja w okresie publicznej realizacji kampanii.

- Wykonawca w ramach realizacji podstrony internetowej jest zobowiązany do wykonania oprawy graficznej podstrony oraz przygotowania treści merytorycznych.

- Wszystkie projekty i materiały graficzne przygotowane na podstronę muszą być zgodne z przewodnim motywem kreatywnym i graficznym kampanii.

- Wszystkie materiały oraz treści wymagają akceptacji Zamawiającego.

- Wkład merytoryczny oparty będzie na informacjach własnych opracowanych i pozyskanych samodzielnie przez Wykonawcę.

- Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia treści i grafik w atrakcyjny wizualnie sposób.

- Minimalny zakres tematyczny informacji na podstronie obejmuje następujące podkategorie: Ogólne informacje dotyczące kampanii promocyjnej, wytworzone w ramach kampanii materiały edukacyjne i promocyjne (m.in. filmy, podcasty, infografiki), informacje i dane statystyczne dotyczące tematyki adopcji.

- Obowiązkiem Wykonawcy będzie wybranie informacji kluczowych oraz ich dopasowanie pod kątem zawartości merytorycznej i graficznej. Zamawiający dopuszcza wykorzystanie informacji zawartych na oficjalnych stronach internetowych Zmawiającego, województwa śląskiego i innych oficjalnych stronach rządowych i samorządowych.

Wykonawca zobowiązany jest oznaczać́ przedstawione przez siebie dane źródłem ich pochodzenia, jeżeli tego wymagają.

- Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje graficzne elementów podstrony wraz z koncepcją kreatywną kampanii.

Wykonawca przygotuje treści i materiały graficzne w terminie do 30 dni roboczych od dnia zaakceptowania koncepcji kreatywnej kampanii przez Zamawiającego. Zamawiający w ciągu 5 dni roboczych wniesie uwagi lub zaakceptuje przedstawione materiały. W przypadku uwag, Wykonawca do 3 dni roboczych przedstawi Zamawiającemu poprawiony materiał,

* + - 1. Współpraca z Ambasadorem kampanii (influencer marketing), zapewnionym przez Wykonawcę.

- Wykonawca ma obowiązek zaangażowania do współpracy osobę/osoby, pełniących funkcję Ambasadora kampanii – zgodnie z przyjętą i zaakceptowaną koncepcją kreatywną kampanii.

- Ambasadorem kampanii musi być osoba pełnoletnia, rodzic, rodzic adopcyjny lub zastępczy, której działalność zawodowa nie stoi w sprzeczności z tematyką kampanii. Zamawiający wymaga, by Ambasadorem była osoba aktywnie działająca w mediach społecznościowych (minimalna liczba obserwatorów to 10.000 na jednym kanale mediów społecznościowych), publikująca treści o charakterze edukacyjnym, z nieposzlakowaną opinią\*, nienaganną postawą społeczną i przeszłością zawodową. \*Nieposzlakowana opinia rozumiana jako zespół cech osobistych i dotychczasowych zachowań, składających się na wizerunek osoby, na której nie ciążą żadne zarzuty mogące w jakikolwiek sposób podważyć jej wiarygodność jako ambasadora kampanii adresowanej do wskazanych grup docelowych. Zamawiający nie dopuszcza w roli Ambasadora osób, które w jakikolwiek sposób mogą kojarzyć się z promocją i prezentowaniem w Internecie i jakichkolwiek innych środkach przekazu treści i zachowań sprzecznych z normami społecznymi (w szczególności mowa o wszelkich formach przemocy, promocji zażywania substancji psychoaktywnych).

- Wykonawca przedstawi kandydaturę ambasadora wraz z uzasadnieniem wyboru w ramach koncepcji kreatywnej kampanii. Kandydatura ambasadora musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.

- Do obowiązków ambasadora będzie należeć m.in.: aktywność w mediach społecznościowych – opublikowanie co najmniej 3 postów w mediach społecznościowych, nawiązujących do współpracy w ramach przedmiotowej kampanii lub/i udział w podcaście/filmie promującym – w zależności od przyjętej koncepcji kreatywnej kampanii.

* + - 1. Dodatkowa promocja kampanii w Internecie

- Kampania powinna zostać przeprowadzona na 3 portalach o zasięgu o zasięgu regionalnym (woj. Śląskie), lub ogólnopolskim z geotargetowaniem na odbiorców z woj. śląskiego, przy czym każdy z portali o zasięgu regionalnym musi posiadać statystyki nie mniejsze niż 200 000 UU i 1 000 000 PV – dane musza pochodzić z pełnego miesiąca poprzedzającego termin złożenia oferty

- Na każdym z portali wykonawca zobowiązany jest do publikacji artykułu natywnego, informującego o kampanii wraz z podnośnikiem do podstrony internetowej.

- Wykonawca jest zobowiązany do stworzenia artykułów natywnych i uzyskaniu akceptacji Zamawiającego przed publikacją

- Artykuły muszą być opublikowane na stronie głównej portali przez okres 5 dni w widocznym miejscu, ustalonym z Zamawiającym. Łącznie każdy z artykułów musi osiągnąć co najmniej 5 000 odsłon liczonych za pomocą Google Analitics.

- Kampania ma być kierowana na wszystkie urządzenia – komputery stacjonarne, laptopy i urządzenia mobilne.

* + - 1. Fotorelacja i wideorelacja wydarzeń odbywających się w czasie prowadzenia kampanii.

- Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania fotorelacji - co najmniej 50 zdjęć w formacie RAV i jpg, z wydarzeń realizowanych w czasie trwania kampanii (konferencja, piknik integracyjny realizowany 11 maja 2024 roku w Chorzowie) oraz do uwzględnienia wideorelacji z wydarzeń w minimum 1 filmie promocyjnym, o którym mowa w *2.3.2.1 SOPZ.*

- Materiały muszą zostać Zamawiającemu do 10 dni roboczych od daty zakończenia danego wydarzenia.

**3. Stały monitoring wskaźników skuteczności przekazu i zapewnienie Zamawiającemu wglądu do bieżących statystyk dot. prowadzenia kampania.**

3.1 Realizacja działań w ramach kampanii powinna się odbywać w ciągłym kontakcie z Zamawiającym, a zakres kampanii i użyte formy przekazu mają zapewniać jak najlepsze dotarcie do danej grupy docelowej.

3.2 Wykonawca odpowiada za cykliczne raportowanie rezultatów kampanii, w formule zaproponowanej przez Wykonawcę i przyjętej przez Zamawiającego – cykliczny raport minimum raz na każdy miesiąc realizacji kampanii, począwszy od zatwierdzenia strategii kampanii – w formie elektronicznej. Raporty powinny być przekazywane do 5-go dnia każdego miesiąca. Każdorazowo raport powinien zawierać co najmniej: zrzuty ekranu wstawionych postów w serwisach społecznościowych; informacja o liczbie wyświetleń postów, ewentualnych postach sponsorowanych itp. zestawienie szczegółowych informacji na temat wszystkich zrealizowanych działań w ramach przyjętej strategii; ewentualnych propozycji zmian w kampanii.

3.3 Wykonawca odpowiada za optymalizację efektów kampanii, poprzez niezwłoczne przedstawianie ewentualnych zaleceń do akceptacji Zamawiającego nt. konieczności zmian w przyjętej strategii/harmonogramie realizacji kampanii.

3.4 Do uprawnień Zamawiającego, wiążących się z realizacją umowy należą: prawo do uzyskania informacji o przebiegu kampanii w dowolnej chwili; prawo do wizji lokalnej oraz tworzenia własnych materiałów audiowizualnych w wybranych lokalizacjach, w których będzie realizowane zamówienie, np. podczas tworzenia materiałów filmowych, prawo do publikowania postów, zamieszczania i modyfikowania treści w serwisach społecznościowych, bez konsultacji z Wykonawcą, prawo do nawiązywania współpracy z osobami i instytucjami w ramach patronatu honorowego nad kampanią.

**4**.**Opracowanie końcowego raportu/podsumowania kampanii z oceną jej efektywności**

* 1. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania końcowego raportu/podsumowania całości kampanii z oceną jej efektywności – w formie elektronicznej. Raport powinien zostać przekazany do Zmawiającego do 7 dni kalendarzowych od daty zakończenia działań. Raport powinien zawierać co najmniej: syntetyczne podsumowanie / zestawienie wszystkich działań zrealizowanych w ramach kampanii i zaplanowanych w strategii działań; ocenę skuteczności i efektywności wszystkich przeprowadzonych działań; informacje w zakresie zakładanych i osiągniętych wskaźników dla wszystkich działań.
	2. Raport należy przesłać Zamawiającemu w formie elektronicznej na adres e-mail wskazany
	w Umowie w celu akceptacji lub uwag do opracowania. Zatwierdzony przez Zamawiającego raport należy przesłać Zamawiającemu w formie papierowej i elektronicznej.

**5. Prawa autorskie**

5.1 Wykonawca zobowiązany będzie przenieść na Zamawiającego autorskie prawa majątkowych i prawa pokrewne do wytworzonych materiałów oraz utworów (np. tekstów, grafik, animacji, zdjęć, treści postów, artykułów, filmików, scenariuszy) powstałych w ramach kampanii, w tym do ich przetwarzania, tworzenia dzieł zależnych, powielania i publikowania na wszystkich polach dystrybucji.

5.2 Wszystkie projekty i opracowania Wykonawcy nie mogą naruszać praw autorskich osób trzecich, ani być wcześniej publikowane. Projekty i opracowania stanowią utwór w rozumieniu art. 12 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity: Dz.U. z 2022 r. poz. 2509).

5.3 Kwestia praw autorskich została uregulowana szczegółowo we wzorze umowy, będącym załącznikiem nr 7 do SWZ.

**6. Zasady przetwarzania danych osobowych w ramach zamówienia**

* 1. Przetwarzający (Wykonawca) zobowiązany jest dołożyć szczególnej staranności, aby zapewnić ochronę powierzanych mu przez Administratora danych osobowych (Zamawiającego), zgodnie z zapisami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 2016/679 (RODO) oraz zgodnie z zawartą przez Strony Umową.
	2. Komunikacja Przetwarzającego z podmiotami i osobami, których dane osobowe zostały powierzone przez Administratora danych musi uwzględniać wymogi art. 12 RODO. Przetwarzający ma obowiązek przejrzystego i zrozumiałego informowania o celach i powodach przetwarzania danych osobowych oraz fakcie zawarcia umowy powierzenia przetwarzania z Administratorem.
	3. W przypadku wystąpienia konieczności wykorzystania danych zawierających dane osobowe, które nie znajdują się w zasobach Administratora, nie zostały powierzone, a które Przetwarzający uznaje za niezbędne do zrealizowania celów badania i możliwe do pozyskania, należy taką konieczność zgłosić Administratorowi przed rozpoczęciem ich pozyskiwania.
	4. Każdorazowemu uzgodnieniu z Administratorem podlega w szczególności: podstawa prawna przetwarzania oraz niezbędny zakres pozyskiwanych danych; sposób pozyskania, źródło danych, z którego dane miałyby być pozyskane; treść planowanej komunikacji na linii Przetwarzający – osoby badane, zewnętrzne podmioty, jeśli dotyczy; sposób realizacji obowiązków informacyjnych zgodnie z art. 13 i 14 RODO.

**7.Pozostałe wytyczne dotyczące realizacji zamówienia**

7.1 Przedmiot zamówienia wpisuje się w kryterium dostępu do wszystkich użytkowników, w tym osób z niepełnosprawnościami.

* 1. Wykonawca zobowiązuje się do stosowania zapisów ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami i w tym zakresie mając na uwadze regulacje zawarte w art. 5 i 6 pkt 1 i 2 ww. ustawy zobowiązuje się realizacji zamówienia z uwzględnieniem potrzeb uczestników ze szczególnymi potrzebami w zakresie umożliwiającym im uczestniczenie w przedmiocie umowy na równi z pozostałymi uczestnikami, w przypadku braku możliwości spełnienia minimalnych wymagań służących zapewnieniu dostępności z art. 6 pkt 1 i 3 ww. ustawy (dostępność architektoniczna oraz dostępność informacyjno-komunikacyjna) – Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia uczestnikom ze specjalnymi potrzebami dostępu alternatywnego stosując odpowiednio art. 7 ust. 1 i 2 przywoływanej ustawy. Wykonawca wyraża gotowość i zobowiązuje się do zapewnienia tejże dostępności skierowanej do ww. osób w ramach wynagrodzenia określonego w niniejszej umowie w § 3 ust. 2
	2. Wykonawca zobowiązuje się, że wszystkie treści informacyjne i promocyjne, będące elementem kampanii budowane będą w oparciu o przekazy wolne od stereotypów (język, grafika, obrazy), z zachowaniem języka wrażliwego na płeć oraz niedyskryminującego przekazu.

Załącznik nr 2 do Umowy

**PROTOKÓŁ ODBIORU**

Realizacji zamówienia pn.: „Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne””

Umowa **nr…………………..z dnia………………**

Sporządzony dnia………………………. Za okres…………………………………….

**WYKONAWCA:**

**………………………………………………….**

**Odebrany przedmiot zamówienia**:………………………………………………………………………………………….

………………………………………………………………………………………………………………………………….

………………………………………………………………………………………………………………………………….

…………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………….

|  |
| --- |
| **Zamawiający przyjmuje przedmiot zamówienia bez zastrzeżeń/ z zastrzeżeniami\***Uwagi:…………………………………………………………………………………………………….. |
|  |  |
|  |  |
|  |
| Podpis realizatora ze strony Wykonawcy Podpis osoby sprawdzającej ze strony Zamawiającego |

 …………………………………… ……………………………………………

\*niepotrzebne skreślić

Załącznik 8

**Oświadczenie Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia**

**składane wraz z ofertą na podstawie art. 117 ust. 4 ustawy**

**Wykonawca: ………………………………………**

*(pełna nazwa/firma, adres)*

**reprezentowany przez:……………………**

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**Wykonawca: ………………………………………**

*(pełna nazwa/firma, adres)*

**reprezentowany przez:……………………**

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem jest:

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

stosownie do zakresu wykazywanych przez poszczególnych Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie warunków udziału określonych w SWZ, dotyczących kwalifikacji zawodowych i doświadczenia

oświadczamy, że:

1. ………………………… (*wskazać właściwego Wykonawcę spośród Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia*) wykazujący warunek dotyczący ………………(*wskazać właściwy warunek z SWZ*) wykona następujące usługi : …………………………………………………
2. ………………………… (*wskazać właściwego Wykonawcę spośród Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia*) wykazujący warunek dotyczący …………………(*wskazać właściwy warunek z SWZ*) wykona następujące usługi: …………………………

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby/osób uprawnionej(ych) do reprezentowania wykonawcy

Załącznik 9

**Oświadczenie Wykonawcy**

**o aktualności informacji zawartych w oświadczeniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy w zakresie podstaw wykluczenia z postępowania wskazanych przez Zamawiającego**

**Kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej mającej na celu promocję idei rodzicielstwa adopcyjnego, w ramach projektu „Skoordynowane wsparcie pre i post adopcyjne”**

**Wykonawca/Wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia/podmiot udostępniający zasoby \*: ………………………………………**

*(pełna nazwa/firma, adres)*

**reprezentowany przez:……………………**

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**\*Niepotrzebne skreślić**

**Uwaga! w przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, oświadczenie składa każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie.**

Oświadczam, że informacje zawarte w oświadczeniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy złożonym w przedmiotowym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego w zakresie podstaw wykluczenia z postępowania, o których mowa w art. 108 ustawy pzp, oraz w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego pozostają aktualne/ są nieaktualne w zakresie……………………………\* na dzień złożenia niniejszego oświadczenia.

**\*Niepotrzebne skreślić i/lub uzupełnić**

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

 ☐ Tak ☐ Nie (proszę o zakreślenie (X) właściwej odpowiedzi)

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby/osób uprawnionej(ych) do reprezentowania wykonawcy

1. Zgodnie z treścią art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. *o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego, zwanej dalej „ustawą”,* z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego lub konkursu prowadzonego na podstawie ustawy Pzp wyklucza się:

1) wykonawcę oraz uczestnika konkursu wymienionego w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisanego na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3 ustawy;

2) wykonawcę oraz uczestnika konkursu, którego beneficjentem rzeczywistym w rozumieniu ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (Dz. U. z 2022 r. poz. 593 i 655) jest osoba wymieniona w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisana na listę lub będąca takim beneficjentem rzeczywistym od dnia 24 lutego 2022 r., o ile została wpisana na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3 ustawy;

3) wykonawcę oraz uczestnika konkursu, którego jednostką dominującą w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 37 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2021 r. poz. 217, 2105 i 2106), jest podmiot wymieniony w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisany na listę lub będący taką jednostką dominującą od dnia 24 lutego 2022 r., o ile został wpisany na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3 ustawy. [↑](#footnote-ref-1)