



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

ZAPYTANIE OFERTOWE

**PRZEDMIOTEM ZAMÓWIENIA JEST PRZEPROWADZENIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W
PRZESTRZENI MIEJSKIEJ Z WYKORZYSTANIEM NOŚNIKÓW REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ
PROMUJĄCEJ WROCŁAWSKĄ SELEKCJE MICHELIN GUIDE.**

Warszawa, 03.11.2025 r.

Polska Organizacja Turystyczna

ul. Młynarska 42, 01-171 Warszawa, Polska, tel. +48 22 696 94 00, +48 22 696 94 01, +48 785 802 187, e-mail: pot@pot.gov.pl

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Budapeszt, Chicago, Kijów, Londyn, Madryt, Paryż, Pekin, Praga, Rzym, Sztokholm, Tel Awiw, Tokio, Wiedeń.

portale: www.pot.gov.pl; www.polska.travel.

1. Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego

Polska Organizacja Turystyczna – jednostka organizacyjna przeprowadzająca postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego i udzielająca zamówienia:

- 1) Adres Zamawiającego: ul. Młynarska 42, 01 – 171 Warszawa
- 2) Strona internetowa Zamawiającego: <https://www.pot.gov.pl/pl>.
- 3) e-mail: pot@pot.gov.pl.

2. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest: Zaprojektowanie i kompleksowe opracowanie materiałów multimedialnych promujących polskie regiony podczas wydarzenia EXPO 2025 w Osace w ramach Dni Polskiej Turystyki i Sportu, które odbędą się w dniach 18 – 23 września 2025 r. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi załącznik nr 1 do zapytania ofertowego.

3. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami.

Osobą upoważnioną do kontaktowania się z Wykonawcami jest Tomasz Kempka e-mail: tomasz.kempka@pot.gov.pl, Jolanta Wołowiec e-mail: jolanta.wolowiec@pot.gov.pl,

4. Termin wykonania.

Zamówienie będzie realizowane w terminie: **do 15.12.2025 r.**

5. Warunki udziału w postępowaniu

W postępowaniu mogą uczestniczyć podmioty, które spełniają warunki dotyczące:

- 1) zdolności do występowania w obrocie gospodarczym:**
Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.
- 2) posiadania uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej:**
Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.
- 3) sytuacji ekonomicznej lub finansowej:**
Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.
- 4) zdolności technicznej lub zawodowej:**
Zamawiający nie stawia szczegółowych warunków w tym zakresie.

6. Przestanki wykluczenia z udziału w postępowaniu:

Z postępowania o udzielenie zamówienia wyklucza się Wykonawcę, w stosunku do którego zachodzi którakolwiek z okoliczności wskazanych 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.

7. Termin, miejsce oraz sposób przygotowania i składania ofert

- 1) Ofertę wraz z załącznikami podpisaną przez osobę uprawnioną do reprezentowania wykonawcy należy przestać **do dnia 06.11.2025 roku do godziny 10:00** przy użyciu środków komunikacji elektronicznej za pośrednictwem platformy zakupowej: **<https://platformazakupowa.pl/pn/pot>**, korzystając z „Formularza złożenia oferty lub wniosku”.
- 2) Ofertę wraz z dokumentami i załącznikami do oferty należy sporządzić w postaci elektronicznej.
- 3) **Ofertę wraz z załącznikami należy opatrzyć kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy. Zamawiający dopuszcza również złożenie oferty w postaci ręcznie podpisanych skanów.**
- 4) Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych ani częściowych.
- 5) Oferta złożona po upływie terminu określonego w pkt. 1) nie będzie rozpatrywana przez Zamawiającego.
- 6) Wykonawca pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 7) Zaleca się, aby przed rozpoczęciem wypełniania Formularza składania oferty lub wniosku wykonawca zalogował się do systemu, a jeżeli nie posiada konta, założył bezpłatne konto. W przeciwnym wypadku wykonawca będzie miał ograniczone funkcjonalności, np. brak widoku wiadomości prywatnych od zamawiającego w systemie lub wycofania oferty lub wniosku bez kontaktu z Centrum Wsparcia Klienta.
- 8) Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem Formularza składania oferty lub wniosku dostępnego na platformazakupowa.pl, w konkretnym postępowaniu w sprawie udzielenia zamówienia publicznego.
- 9) Do oferty należy dołączyć wszystkie wymagane w Zaprośzeniu ofertowym dokumenty w postaci elektronicznej.
- 10) Po wypełnieniu Formularza składania oferty i załadowaniu wszystkich wymaganych załączników należy kliknąć przycisk Przejdź do podsumowania.
- 11) Oferta powinna być:
 - a) sporządzona w języku polskim,

- b) złożona przy użyciu środków komunikacji elektronicznej tzn. za pośrednictwem platformazakupowa.pl,
- c) podpisana przez osobę/osoby upoważnioną/upoważnione.

12) Na ofertę Wykonawcy składa się:

- a) **Pełnomocnictwo upoważniające do złożenia oferty, o ile ofertę składa pełnomocnik.** Treść pełnomocnictwa musi jednoznacznie określać czynności, co do wykonywania których pełnomocnik jest upoważniony;
- b) **Wypełniony Formularz ofertowy (Załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego);**
- c) **PROJEKT REKLAMY (DOWOLNY FORMAT)**
- d) **LISTA (WYKAZ) NOŚNIKÓW ZGODNA Z ZAPISAMI ZAPYTANIA OFERTOWEGO.**

4) Zamawiający, na każdym etapie postępowania, może żądać oświadczeń i dokumentów potwierdzających, że dokumenty załączone do oferty są zgodne ze stanem faktycznym oraz zwrócić się o złożenie wyjaśnień lub uzupełnienie treści oferty. Oferta Wykonawcy, który nie odpowie na takie wezwanie, lub odpowie w sposób niewystarczający, zostanie odrzucona.

8. Kryteria oceny ofert:

1) Zamawiający dokona oceny złożonych ofert na podstawie niniejszych kryteriów:

1) KRYTERIUM CENA (C) - PUNKTY ZOSTANĄ OBLICZONE W NASTĘPUJĄCY SPOSÓB:

$$C = \frac{C_{min}}{C_o} \times 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych za kryterium „Cena brutto oferty”

Cmin – najniższa cena oferty spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu;

Co – cena oferty badanej.

W tym kryterium Wykonawca może otrzymać maksymalnie 40 pkt.

2) KRYTERIUM „KONCEPCJA PROJEKTU REKLAMY” - WAGA 30 PKT. W TYM KRYTERIUM ZAMAWIAJĄCY PRZYJMA OD 0 DO 30 PUNKTÓW, W OPARCIU O ZŁOŻONĄ WRAZ Z OFERTĄ KONCEPCJĘ PROJEKTU REKLAMY, W NASTĘPUJĄCY SPOSÓB:

1. Atrakcyjność projektu Kreatywność i oryginalność –ocenie podlegać będzie zastosowanie niestandardowych, przyciągających uwagę rozwiązań. Przejrzystość i estetyka wykonania –ocenie podlegać będzie dbałość o właściwy dobór form

graficznych w stosunku do treści, przejrzystość kompozycyjna projektów, łatwość odbioru treści oraz czytelność.

0-20 pkt

2. Spójność linii kreacyjnej Spójność linii kreacyjnej wszystkich projektów. Kolorystyka, czcionki, układ graficzny, KV, itp.

0-5 pkt

3. Zgodność użycia logotypów oraz kreacji z Księgą Identyfikacji Wizualnej, stosowanie wytycznych zawartych w Księdze Identyfikacji Wizualnej–ocenie podlegać będzie rodzaj zastosowanego logotypu POT, a także ich umiejscowienie, zastosowanie odpowiedniego kroju czcionki.

0-5 pkt

3) KRYTERIUM „ILOŚĆ NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH” - WAGA 20 PKT. W TYM KRYTERIUM ZAMAWIAJĄCY PRZYZNA OD 0 DO 20 PUNKTÓW, W OPARCIU O ZŁOŻONĄ WRAZ Z OFERTĄ KONCEPCJĘ PROJEKTU REKLAMY, W NASTĘPUJĄCY SPOSÓB:

Liczba nośników na Dworcu Wrocław Główny – lub przylegających do Dworca Wrocław Główny

0-10 pkt

Punkty w tym kryterium zostaną obliczone w następujący sposób:

$$N = (N_{min}/N_o) \times 10 \text{ pkt}$$

gdzie:

N – liczba punktów przyznanych za kryterium „Ilość nośników reklamowych”

N_{min} – najniższa ilość nośników spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu;

N_o – Ilość nośników oferty badanej.

4) DIGITAL I REKLAMA WIELKOFORMATOWA

Zapewnienie minimum nośnika digitalowych w centrum Wrocławia

0-5 pkt.

W przypadku nie zapewnienia przez Wykonawcę żadnego nośnika, oferta otrzyma 0 pkt w danym kryterium.

Zapewnienie minimum jednej ściany wielkoformatowej

0-5 pkt

W przypadku nie zapewnienia przez Wykonawcę żadnego nośnika, oferta otrzyma 0 pkt w danym kryterium.

1. Cena brutto oferty 40%
2. Koncepcja projektu 30 %
3. Ilość nośników reklamowych 20%
4. Nośniki: digital i reklama wielkoformatowa 10%

Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów. Maksymalna wartość punktowa, jaką może osiągnąć oferta wynosi 100 punktów.

9. Informacje dodatkowe:

- 1) Do przedmiotowego postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 11 września 2019 roku - Prawo zamówień publicznych;
- 2) Zawiadomienie o wyborze oferty nie stanowi przyjęcia oferty;
- 3) Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - a. odwołania postępowania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie,
 - b. zamknięcia postępowania bez dokonania wyboru oferty,
 - c. zmiany terminów wyznaczonych w ogłoszeniu,
 - d. żądania szczegółowych informacji i wyjaśnień od wykonawców na każdym etapie postępowania.
- 4) W przypadku skorzystania przez Zamawiającego z któregokolwiek uprawnienia wskazanego w pkt. 3) Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia z tytułu udziału w postępowaniu.

10. Opis sposobu przygotowania ofert.

- 1) Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, oferty zostaną odrzucone.
- 2) Wykonawca pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni.
- 3) Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 4) Osoba/osoby podpisujące ofertę muszą być upoważnione do zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty zgodnie z wpisem do właściwego rejestru.

Załączniki:

- Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego: Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia
- Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego: Formularz ofertowy
- Załącznik nr 3 do zapytania ofertowego: Istotne postanowienia umowy

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego

I PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań promocyjnych w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem nośników reklamy zewnętrznej promującej Wrocławską selekcję Michelin Guide

NAZWA (FIRMA) ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Polska Organizacja Turystyczna (POT)
Adres Zamawiającego: ul. Młynarska 42, 00-171 Warszawa,
www.pot.gov.pl; E-mail: pot@pot.gov.pl
REGON: 016213775
NIP: 525-21-50-196

TERMIN WYKONANIA ZADANIA

Termin realizacji zadania:

Termin realizacji zadania: do 15 grudnia 2025

WPROWADZENIE / TŁO ZADANIA

Główne założenia kampanii:

Kluczowym aspektem w promowaniu Polski jako atrakcyjnej destynacji jest podkreślenie bogactwa kulturowego i historycznego kraju. Nasze miasta, takie jak Kraków czy Warszawa z mają szerokie spektrum atrakcji do zaoferowania turystom. Współpraca z Michelin może polegać na wyróżnieniu tych miejsc jako ekskluzywnych punktów docelowych w przewodnikach Michelin Guide, co przyciągnie uwagę turystów szukających niezapomnianych, wyjątkowych doznań kulinarnych.

Chcemy inspirować zarówno tych, którzy szukają luksusowych doświadczeń związanych z kulinariami na najwyższym poziomie, jak i tych, którzy pragną poznać autentyczny smak Polski. Dzięki partnerstwu z Michelin i obecności Polsk z prestiżowym przewodniku oraz promocji obiektów UNESCO i innych atrakcji związanych z wyjątkowym bogactwem natury możemy podnieść atrakcyjność Polski jako celu podróży, co przyczyni się do ożywienia ruchu turystycznego i wzrostu zainteresowania Polską jako wyjątkową destynacją na globalnej mapie podróży.

Kampania skierowana jest do szerokiej **grupy** docelowej: głównie zagranicznych turystów zainteresowanych podróżowaniem po Polsce.

I. Turystyka kulinarna

Ważnym aspektem w promowaniu Polski jako destynacji atrakcyjnej turystycznie jest uwzględnienie jej dziedzictwa kulinarnego. W dobie dynamicznie rozwijającej się turystyki kulinarnej to właśnie kuchnia staje się jednym z najważniejszych czynników decydujących o wyborze kierunku podróży. Coraz więcej turystów poszukuje autentycznych doświadczeń, które pozwalają nie tylko poznać nowe miejsca, ale i zasmakować w ich kulturze – dosłownie i w przenośni. Polska kuchnia, oparta na lokalnych, regionalnych i tradycyjnych produktach, ma

ogromny potencjał, by przyciągać gości z kraju i zagranicy. Bogactwo smaków, różnorodność receptur oraz możliwość degustacji w autentycznych przestrzeniach – od wiejskich gospodarstw po restauracje z wyróżnieniem Michelin – sprawiają, że Polska staje się coraz bardziej rozpoznawalna na kulinarniej mapie Europy. Turystyka kulinarna, to pełne doświadczenie - od udziału w festiwalach, zwiedzania muzeów kulinarnych po degustację regionalnych potraw i lokalnych produktów.

Lokalne produkty – często ekologiczne, tradycyjne i oznaczone chronionymi nazwami pochodzenia – stają się nie tylko symbolem miejsca, ale i magnesem przyciągającym coraz bardziej świadomych podróżników.

Polska, ze względu na swoje bogate oraz różnorodne dziedzictwo kulinarne, wspaniałe smaki tradycyjnych produktów stoi przed ogromną szansą rozwoju turystyki związanej z poznawaniem różnych aspektów gastronomii. Coraz częściej żywność ekologiczna, tradycyjna, regionalna i lokalna staje się wizytówką miejsc jej pochodzenia oraz magnesem przyciągającym turystów do określonych regionów kulinarnych w Polsce. Wzmacnianie tej gałęzi turystyki to szansa na rozwój wielu regionów Polski i budowanie pozytywnego wizerunku kraju jako miejsca, które potrafi zaskoczyć – smakiem, autentycznością i gościnnością.

II. Turystyka kulinarna - współpraca z Michelin Guide

Pomiędzy Polską Organizacją Turystyczną a Michelin Guide została podpisana umowa w sprawie umieszczenia polskich miast w znanym na całym świecie Przewodniku Michelin. W pierwszej kolejności promocją objęte zostały Warszawa, Kraków i Poznań, a także ich okolice, a następnie Gdańsk i Wrocław wraz z regionami.

Selekcja miast stanowiła pierwszy etap współpracy pomiędzy Polską Organizacją Turystyczną a Przewodnikiem Michelin. Jest to szansa dla całej branży gastronomicznej z największych polskich miast, by pokazać się z jak najlepszej strony i znaleźć się w elitarnym gronie miejsc gwarantujących najwyższe przeżycia kulinarne.

Przewodnik Michelin pojawia się na rynku od 1900 roku i jest uznawany za najważniejszy przewodnik kulinarny na świecie. Stanowi numer jeden zarówno pod względem wysokości sprzedaży, jak i historii oraz reputacji.

Czerwony Przewodnik oparty jest o rozbudowany system symboli, opisujących każdy lokal. Dodatkowo przy restauracjach oznaczonych gwiazdką, umieszcza się wykaz trzech ich specjalności kulinarnych. Przy tworzeniu przewodników Michelin stosuje anonimowe inspekcje, nie pobiera się opłat za umieszczenie obiektu na liście, ale rości sobie prawo do jego wizytacji średnio raz na 18 miesięcy w celu aktualizacji oceny

Współpraca Polskiej Organizacji Turystycznej z Przewodnikiem Michelin niesie za sobą szereg korzyści. Rozwój infrastruktury, promocja regionalnych tradycji kulinarnych i lokalnego rynku gastronomicznego i spożywczego, przyciągnięcie inwestorów w branży hotelarsko-gastronomicznej, wzrost jakości świadczonych usług, prestiżu polskich miast na całym świecie i **zainteresowania przez turystów krajowych i zagranicznych** – to tylko jedne z wielu spodziewanych efektów.

Celem działań jest między innymi promocja miast w kontakcie turystyki kulinarnej* oraz restauracji wyróżnionych w prestiżowym przewodniku kulinarnym Michelin.

**Turystyka kulinarna jest obecnie jednym z najszybciej rozwijających się trendów w rozwoju podróży tematycznych na rynku turystycznym w Europie i niektórych państwach na świecie. Coraz*

więcej turystów jest zainteresowanych poznawaniem kuchni i tradycji kulinarnych w innych krajach czy regionach, degustowaniem charakterystycznych produktów żywnościowych i potraw. Pozwala na to rozwijająca się gastronomia, zapewniająca mieszkańcom i turystom możliwość konsumpcji posiłków, często również w wyjątkowej oprawie. Wyjątkowa i oryginalna oferta gastronomiczna może wspomagać turystyczny rozwój destynacji.

Turystyka kulinarna (ang. culinary tourism) według D. Orłowskiego i M. Woźniczko (2015) jest „tematycznym podróżowaniem w celu poznawania lokalnych, regionalnych i narodowych surowców, produktów żywnościowych, a także tradycyjnych potraw w przestrzeni turystycznej zarówno obszarów wiejskich, jak i miejskich. Ten rodzaj turystyki przynosi satysfakcję jej uczestnikom poprzez czerpanie przyjemności z możliwości osobistego doświadczenia nowych smaków i zapachów oraz wracania do tych już wcześniej poznanych. Odbywa się to poprzez udział w wydarzeniach kulinarnych, przemierzając szlaki kulinarne, odwiedzając lokale gastronomiczne, zwiedzając muzea ukierunkowane na sztukę kulinarną, podpatrując procesy technologiczne w zakładach przetwórstwa spożywczego, jak i w trakcie nauki sporządzania konkretnych specjałów kulinarnych” (definicja zawarta w książce: M. Woźniczko, T. Jędrzyak, D. Orłowski, Turystyka kulinarna, PWE, Warszawa 2015).

Polska staje przed olbrzymią szansą zajęcia prestiżowego miejsca wśród krajów, które z własnej gastronomii mogą uczynić markę rozpoznawalną na całym świecie.

W najbliższych latach turystyka kulinarna będzie zdobywać coraz większą popularność wśród osób zainteresowanych zarówno gastronomią, a więc kulturą i sztuką kulinarną, jak również bazą gastronomiczną. Turystyka kulinarna, ze względu na swój intensywny rozwój i zainteresowanie ze strony uprawiających ją osób, stanie się w przyszłości czymś więcej niż tylko formą turystyki kulturowej. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że będzie ona stanowić dominujący trend w podróżach tematycznych.

III. Turystyka slow / Polska Wschodnia

"Slow tourism" (turystyka slow) to podejście do podróżowania, które zachęca do zwolnienia tempa, „zresetowania”, zanurzenia się w lokalnej kulturze i środowisku oraz doświadczenia autentycznych doświadczeń, w tym doświadczeń kulinarnych. Slow tourism opiera się na idei podróżowania z poszanowaniem dla środowiska, lokalnej społeczności i dziedzictwa kulturowego.

Polska wschodnia to dziewicza natura (doceniona również przez komitet UNESCO*), piękne krajobrazy, dziedzictwo kulturowe i autentyczne doświadczenia.

Obszar Polski Wschodniej ma wiele malowniczych wsi, gdzie turyści mogą zatrzymać się w tradycyjnych gospodarstwach agroturystycznych, poznać lokalne zwyczaje i tradycje oraz spróbować regionalnych potraw. Bogactwo kulinarne Polski wschodniej zachęca do odkrywania lokalnej kuchni i tradycyjnych potraw.

Slow tourism to koncepcja podróżowania, która w dobie pośpiechu i masowej turystyki staje się odpowiedzią na potrzebę głębokiego kontaktu z miejscem, kulturą (w tym kulinarną) i przyrodą. Slow tourism promuje świadome podejście do podróżowania, dając możliwość zatrzymania się

na chwilę i docenienia piękna otaczającego świata. Ta forma turystyki kładzie nacisk na jakość doświadczeń, kontakt z naturą. Podróżujący stają się aktywnymi uczestnikami życia lokalnych społeczności, co pozwala im na lepsze zrozumienie kulturowych uwarunkowań danego regionu. Koncepcja *slow tourism* zachęca do zwolnienia tempa, by móc dokładnie poznać historię, tradycje i zwyczaje odwiedzanych miejsc. Dzięki tej filozofii podróżowania, każdy wyjazd staje się głębokim przeżyciem, pełnym emocji i refleksji. Turyści decydujący się na *slow travel* wybierają autentyczność zamiast utartych szlaków, co pozwala im na odkrywanie mniej znanych, ale równie fascynujących miejsc.

Slow tourism pozwala na nawiązanie głębokiej więzi z przyrodą i naturą. Ważnym aspektem *slow tourism* jest możliwość delektowania się lokalną kuchnią, która często odzwierciedla historię i tradycje regionu. Podczas takich wyjazdów zwraca się uwagę na sezonowość produktów oraz na metody produkcji i ich pochodzenie. Wizyta w lokalnych restauracjach czy gospodarstwach agroturystycznych umożliwia poznanie autentycznych metod uprawy i przetwórstwa żywności. *Slow tourism* to także forma podróżowania, która pozwala na regenerację ciała i umysłu. Każdy wyjazd tego typu staje się okazją do oderwania się od codziennego zgiełku oraz do chwili wyciszenia w otoczeniu natury. Podróżujący zyskują możliwość odzyskania równowagi fizycznej i psychicznej. Taka forma wypoczynku umożliwia regenerację sił oraz poznanie nowych sposobów dbania o zdrowie i dobre samopoczucie.

Slow tourism to również sposób na wsparcie lokalnych przedsiębiorców, którzy oferują autentyczne produkty i usługi. Każdy zakup w małej, rodzinnej restauracji lub w rękodzielniczym sklepie przyczynia się do wzrostu lokalnej gospodarki. W ten sposób wyjazdy *slow travel* promują lokalność i tradycję. Turyści mają okazję do zakupu unikalnych produktów, które nie są dostępne w masowej produkcji. Dzięki temu mogą zabrać ze sobą nie tylko pamiątki, ale także część lokalnej kultury czy lokalnej kuchni. Przyjrzenie się lokalnym tradycjom oraz sposobom życia mieszkańców inspirowane do bardziej zrównoważonych decyzji w codzienności. Wyjazdy *slow tourism* mają również ogromny potencjał turystyczny, gdyż pozwalają na odkrywanie mniej znanych, ale niezwykle atrakcyjnych zakątków. Turyści decydujący się na *slow travel* rezygnują z pośpiechu na rzecz głębszego zanurzenia się w otaczający ich świat. Dzięki temu mogą lepiej zrozumieć, jak funkcjonuje lokalna społeczność i jaką rolę odgrywają tradycje. Przyroda, kultura i kuchnia stają się integralną częścią każdego doświadczenia.

ODBIORCY PROJEKTU

Odbiorcami strony w kontekście prowadzonego projektu będą:

- Osoby zainteresowane podróżowaniem (turyści zagraniczni);
- Mieszkańcy dużych miast;
- Foodies;
- Turyści zainteresowani odkrywaniem Polski poprzez zmysł smaku
- Turyści zainteresowani turystyką kulturową, UNESCO, turystyką związaną z naturą, *slow tourism*.

CELE PROJEKTU

- 1) Promocja Polski jako destynacji atrakcyjnej turystycznie wśród turystów zagranicznych
- 2) kreowanie wśród turystów zagranicznych oraz polskich mody na podróżowanie po Polsce,

- 3) promocja turystyki kulinarnej ze szczególnym uwzględnieniem miast ujętych w przewodniku Michelin;
- 4) wzmocnienie pozycji Polski jako atrakcyjnej destynacji na mapie krajowych i zagranicznych podróży przez inspirowanie do podróży kulinarnych dla turystów poszukujących autentycznych doświadczeń związanych z ekskluzywną odsłoną polskiej kuchni (Michelin Guide), jak również z jakościowymi i wyjątkowymi produktami regionalnymi,
- 5) budowanie i rozwój marki turystycznej w oparciu o unikalność kulinarną,
- 6) kreowanie mody na podróżowanie po Polsce w szczególności w celu pobudzenia zainteresowania turystyką kulinarną i produktami lokalnymi;
- 7) promowanie wypoczynku w rytmie slow, w zgodzie z naturą, skupionego na odkrywaniu lokalnej kuchni;
- 8) przedłużenie sezonu turystycznego poprzez promowanie turystyki kulinarnej, która nie jest zależna od warunków pogodowych,
- 9) ożywienie ruchu turystycznego;

ZASIĘG PROJEKTU

Zasięg projektu: miasto Wrocław

II ZAKRES ZADAŃ DLA WYKONAWCY

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań promocyjnych w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem nośników reklamy zewnętrznej promującego wrocławską selekcję Michelin Guide

Obowiązki Wykonawcy:

- 1) Zaproponowanie lokalizacji powierzchni reklamowej we Wrocławiu;
- 2) Zaproponowanie harmonogramu działań uwzględniającego czas przygotowania materiałów graficznych oraz czas faktycznej emisji reklamy;
- 3) Wynajęcie powierzchni reklamowej dla działań POT; ewentualna negocjacja cen z dostawcą usług w przypadku, kiedy Wykonawca nie jest bezpośrednim właścicielem powierzchni reklamowej;
- 4) Wydruk reklam/wyświetlanie zgodnie ze specyfikacją techniczną i projektem Zamawiającego wraz z ewentualnymi przeformatowaniami;
- 5) Staranne, estetycznie wyklejenie reklamy, bez żadnych widocznych pomarszczeń oraz z zachowaniem odpowiednich marginesów bezpieczeństwa. Nie dopuszcza się dosztukowywania części grafiki;
- 6) W przypadku niepoprawnego lub nieestetycznego wyklejenia Wykonawca zobowiązuje się do wykonania niezbędnych poprawek lub ponownego całościowego wyklejenia tablicy na własny koszt;
- 7) Wykonawca zapewni monitoring prawidłowej ekspozycji. Poprzez monitoring prawidłowej ekspozycji Zamawiający rozumie wszelkie działania podejmowane przez Wykonawcę

gwarantujące ciągłość i poprawność wykonania usługi w okresie ekspozycji w tym w szczególności trwałość montażu, estetykę wykonania bilbordów, nieograniczoną widoczność bilbordów;

8) Usunięcie i utylizacja materiałów reklamowych po zakończeniu kampanii;

9) Nadzór nad prawidłowym wykonaniem zlecenia;

11) Dostarczenie raportu dokumentującego obecność reklamy we wszystkich wynajętych lokalizacjach wraz z podaniem szacowanego zasięgu, tj. liczby osób, które mogły mieć styczność z reklamą oraz dokumentacji zdjęciowej.

Projekt reklamy:

Projekt graficzny reklamy zostanie wykonany przez Zamawiającego, wszelkie przeformatowania leżą po stronie Wykonawcy.

Nośniki:

Zamawiający w ramach realizacji kampanii przewiduje umieszczanie reklam we Wrocławiu

Zamawiający w ramach realizacji kampanii dopuszcza wykorzystanie następujących nośników:

Citylight (digital) – (nośnik reklamowy zlokalizowany na przystankach (autobus lub tramwaj) lub dworcach kolejowych, lotniskach) lub na słupach ogłoszeniowych w okolicach dworców kolejowych bądź przystanków tramwajowych/autobusowych

Nośnik digitalowy w bliskiej odległości centrum Wrocławia

Reklama wielkoformatowa (nośnik o wymiarze powyżej 50 m2) w bliskiej okolicy do 2 km od Dworca Wrocław Główny

Wykonawca w ramach oferty może zaproponować inne dodatkowe nośniki. Jednak wszystkie z nich muszą znajdować się w granicach miasta Wrocław.

Reklama powinna zostać zakupiona na okres od 15 listopada do 15 grudnia

Wykonawca wraz z ofertą musi załączyć lokalizację GPS i link do mapy z lokalizacją każdego z nośników. Finalna lista nośników oraz ich lokalizacja musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.

Płatność:

Płatność za realizację zamówienia nastąpi w 2 ratach:

- Rata I płatna po zawarciu umowy – płatność na poczet rezerwacji powierzchni reklamowej – 50% wartości całej umowy;
- Rata II płatna po dostarczeniu raportu z przebiegu kampanii – 50% wartości całej umowy.

RAPORTOWANIE

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania szczegółowego raportu w formie prezentacji zawierającej dokumentację zdjęciową z każdego z nośników wraz z wynikami widzialności kampanii.

INFORMACJE DODATKOWE

Wszelkie wątpliwości zapisane w opisie przedmiotu zamówienia rozpatrywane będą na korzyść Zamawiającego.

III PODSUMOWANIE

Podczas realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do:

- a) ścisłej współpracy z Zamawiającym i wskazanymi przez niego podmiotami, w tym kontaktów osobistych, telefonicznych oraz e-mailowych w celu właściwej realizacji zadań,
- b) realizacji poszczególnych zadań wchodzących w zakres zamówienia zgodnie z wymogami Zamawiającego oraz ustaleniami podjętymi wspólnie z Zamawiającym w trakcie przygotowań do realizacji zamówienia,
- c) działania z dochowaniem należytej staranności i zgodnie z obowiązującym stanem prawnym.

W ramach niniejszego zamówienia Wykonawca odpowiada za:

- a) koordynację i nadzór nad wszelkimi działaniami podejmowanymi w związku z realizacją zamówienia przez zatrudnionych przez siebie podwykonawców i pracowników,
- b) koordynację i nadzór nad wszystkimi zatrudnionymi przez siebie podwykonawcami w celu zapewnienia należytego i terminowego wykonania zamówienia.

Wykonawca zobowiązuje się wykonywać przedmiot zamówienia z uwzględnieniem opinii i sugestii przedstawicieli Zamawiającego oraz współpracować z przedstawicielami Zamawiającego, dopasowując się do terminów i sposobów komunikacji im dogodnych.

Przedmiot zamówienia musi zostać wykonany z uwzględnieniem najwyższych standardów jakości.

Akceptacja

Przez cały czas realizacji zamówienia ostateczna decyzja na temat podejmowanych działań leży po stronie Zamawiającego.

LOGOTYPY



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



POLISH
TOURISM
ORGANISATION

DESTINATION PARTNER

Załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego

Zamawiający:
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Młynarska 42
01 – 171 Warszawa

OFERTA

Nazwa i adres podmiotu składającego ofertę:

.....

NIP REGON

Adres, na który Zamawiający powinien przysłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

Numer telefonu: (**)

e-mail

Odpowiadając na Zapytanie ofertowe na zgodnie z wymogami zawartymi w Zapytaniu, oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę:

1. Cena ofertowa nettozł

Stawka podatku VAT.....%,

Cena ofertowa bruttozł

(Słownie:..... .

2. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami podanymi przez Zamawiającego w Zapytaniu ofertowym i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń.
3. Uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia, a także akceptujemy projektowane postanowienia umowy oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.
4. Posiadam(y) kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej objętej przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
5. Wypełniłem (liśmy) 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 zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.

6. W przypadku udzielenia nam zamówienia zobowiązujemy się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.
7. Oświadczam/y, że nie podlegam/u wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia Wykonawcę, w stosunku do którego zachodzi którakolwiek z okoliczności wskazanych 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*.

....., dn.

.....

(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego

WZÓR UMOWY

Istotne Postanowienia Umowy

UMOWA nr

(dalej jako: „Umowa”)

zawarta w dniu r. w Warszawie pomiędzy:

Polską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Warszawie, ul. Młynarska 42, 01-171 Warszawa, NIP: 525 21 50 196, REGON 016213775, działającą na podstawie ustawy z dnia 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej (t.j.: Dz.U. z 2024 r., poz.1541 ze zm., zwaną dalej „**Zamawiającym**” reprezentowaną przez:

.....

a

.....

zwanym/ą dalej „**Wykonawcą**”,
reprezentowaną przez:

.....

Zamawiający i Wykonawca zwani są dalej łącznie „**Stronami**”, a każdy z nich z osobna zwany jest dalej „**Stroną**”.

Strony oświadczają, że Umowa została zawarta z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2024 r., poz. 1320 z późn. zm.), a contrario art. 2 ust.1 pkt. 1 tej ustawy.

§1

Przedmiot Umowy

- 1) Przedmiotem Umowy jest przeprowadzenie działań promocyjnych w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem nośników reklamy zewnętrznej.
- 2) Wykonawca zobowiązuje się wykonać Przedmiot Umowy zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia (dalej jako: „**SOPZ**”) stanowiącym załącznik nr 1 do Umowy, będącym jej integralną częścią.

§ 2

Prawa i obowiązki Stron

1. Wykonawca oświadcza, że posiada fachową wiedzę w zakresie realizacji Przedmiotu Umowy, niezbędne akcesoria, sprzęt techniczny oraz że dysponuje odpowiednim potencjałem techniczno-organizacyjnym, osobowym, finansowym, jak również uprawnieniami i umiejętnościami, pozwalającymi na należyte zrealizowanie Przedmiotu Umowy.
2. Wykonawca zapewnia, że liczba i kwalifikacje zawodowe osób biorących udział z jego ramienia w realizacji Przedmiotu Umowy, będą gwarantowały najwyższą jakość jego wykonania.
3. Wykonawca zobowiązuje się zapewnić wszelki sprzęt i materiały niezbędne do realizacji Przedmiotu Umowy.
4. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za należyte wykonanie Przedmiotu Umowy.
5. Strony zobowiązują się do współdziałania ze sobą na każdym etapie realizacji Umowy, w tym do wzajemnego przekazywania wszelkich informacji i materiałów niezbędnych do prawidłowego wykonania Przedmiotu Umowy.
6. Wykonawca zobowiązany jest do realizacji niniejszej Umowy zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz z uwzględnieniem profesjonalnego charakteru prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej (art. 355 § 2 k.c.).
7. Wykonawca wykona Przedmiot Umowy w terminie oraz należyście.

§ 3

Terminy

1. Wykonawca zobowiązuje się wykonać Przedmiot Umowy w terminie do

§ 4

Procedury płatności

1. Wynagrodzenie Wykonawcy ustala się na kwotę zł brutto (dalej: „Wynagrodzenie”).
2. Wynagrodzenie będzie płatne na podstawie faktur Wykonawcy, wystawionych w PLN, zgodnie z zasadami o których mowa w ust. 3 poniżej.
3. Strony ustalają, że Zamawiający za należyte, całościowe i terminowe wykonywanie działań określonych w § 2 Umowy zapłaci Wykonawcy Wynagrodzenie w 2 transzach, w następujący sposób:

- a) transza I płatna po zawarciu Umowy i po zaakceptowaniu przez Zamawiającego protokołu odbioru, który będzie stanowił podstawę do wystawienia faktury częściowej – płatność na poczet rezerwacji powierzchni reklamowej – 50% Wynagrodzenia wskazanego w ust. 1 powyżej, tj.
 - b) transza II płatna po dostarczeniu Zamawiającemu raportu z przebiegu Kampanii w postaci prezentacji i podpisaniu protokołu odbioru końcowego podpisanego przez Zamawiającego po wcześniejszym zaakceptowaniu raportu – 50% wynagrodzenia wskazanego w ust. 1 powyżej, tj.
4. Wynagrodzenie płatne będzie przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy, wskazany w fakturze VAT, w terminie 14 dni od daty prawidłowo wystawionej i przekazanej Zamawiającemu faktury VAT. Podstawę wystawienia faktury VAT będzie stanowił podpisany bez zastrzeżeń przez przedstawicieli Stron, wskazanych w § 10 ust. 1 pkt 1 i 2 protokół odbioru, którego wzór stanowi Załącznik nr 2 do Umowy.
5. Strony postanawiają, że datą zapłaty wynagrodzenia będzie data złożenia przez Zamawiającego polecenia przelewu bankowego.
6. Wykonawca oświadcza, że rachunek bankowy wskazany na fakturze jest rachunkiem znajdującym się w elektronicznym wykazie podmiotów prowadzonym od 1 września 2019 r. przez Szefa Krajowej Administracji Skarbowej, zgodnie z art. 96b ustawy o podatku od towarów i usług (dalej: **Wykaz**); niniejsze postanowienie stosuje się do innych wykazów, które zastąpią Wykaz, a będą obejmować rachunki bankowe podatników podatku od towarów i usług.
7. W przypadku wskazania przez Wykonawcę na fakturze rachunku bankowego nieujawnionego w Wykazie, Zamawiający uprawniony będzie do wstrzymania się z zapłatą do czasu wskazania przez Wykonawcę, dla potrzeb płatności, rachunku bankowego ujawnionego w Wykazie. W takim przypadku, opóźnienie w dokonaniu płatności w terminie określonym w Umowie, powstałe wskutek braku możliwości realizacji przez Zamawiającego płatności na rachunek ujęty w Wykazie, nie stanowi dla Wykonawcy podstawy do żądania od Zamawiającego jakichkolwiek odsetek, jak również innych rekompensat/odszkodowań/roszczeń z tytułu dokonania nieterminowej płatności.
8. Kwota określona w ust. 1, zawiera wszelkie poniesione koszty i należności Wykonawcy, związane z realizacją Umowy, w tym m. in.: koszty transportu osób, przedmiotów oraz sprzętu koniecznego do wykonania wszystkich elementów Przedmiotu Umowy, koszt zapewnienia transportu do/z miejsca świadczonej usługi, noclegów, koszt przygotowań i udziału w realizacji Umowy niezbędnej ekipy obsługi technicznej. Koszty te zostaną w całości poniesione przez Wykonawcę, bez prawa do żądania ich zwrotu od Zamawiającego.

§ 5

Kary umowne

1. Wykonawca zobowiązuje się do zapłaty na rzecz Zamawiającego kar umownych:
 - a) w przypadku niewykonania lub wykonania Przedmiotu Umowy niezgodnie z brzmieniem SOPZ – karę umowną w wysokości 5% kwoty łącznego wynagrodzenia brutto, określonego w § 4 ust. 1 Umowy – za każdy przypadek niewykonania lub nienależytego wykonania któregośkolwiek z obowiązków wskazanych w SOPZ.
 - b) w przypadku odstąpienia od Umowy przez Wykonawcę lub Zamawiającego, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy – kwotę w wysokości 50 % kwoty łącznego wynagrodzenia brutto, określonego w § 4 ust. 1 Umowy,
 - c) w przypadku zwłoki w wykonaniu Przedmiotu Umowy, wobec terminów wskazanych w § 3, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 0,2% całości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 4 ust. 1 Umowy, za każdą godzinę opóźnienia.
2. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie kar umownych z wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1 Umowy.
3. Zapłata powyżej wskazanych kar umownych nie wyłącza możliwości dochodzenia przez Zamawiającego odszkodowania na zasadach ogólnych, w przypadku gdy wartość szkody przekracza wysokość kary umownej.
4. Kary umowne mogą się kumulować. Łączna maksymalna wysokość kar umownych nie może przekroczyć 50% wynagrodzenia brutto wskazanego w § 4 ust. 1 Umowy.

§ 6

Odstąpienie od Umowy

1. W przypadku niewykonania Przedmiotu Umowy przez Wykonawcę, Zamawiający może od Umowy odstąpić, bez wyznaczania dodatkowego terminu na wykonanie Przedmiotu Umowy, w terminie do 7 dni od dnia, w którym Zamawiający dowiedział się o niewykonaniu lub nienależytym wykonaniu Umowy. Oświadczenie o odstąpieniu powinno mieć formę pisemną i zawierać uzasadnienie.
2. Odstąpienie od Umowy nie pozbawia Zamawiającego prawa do żądania kar umownych, o których mowa w § 5 Umowy.

§ 7

Ochrona danych osobowych

Spełniając obowiązek informacyjny wynikający z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016), zwanego dalej „**RODO**”, Zamawiający informuje, że:

- 1) dane osobowe osób wskazanych do kontaktu przy realizacji Umowy (np. kontaktów bieżących), oraz dedykowanych do realizacji Umowy są przetwarzane przez Polską Organizację Turystyczną z siedzibą w Warszawie, przy ul. Młynarska 42 (01-171), która pełni funkcję administratora danych,
- 2) w Polskiej Organizacji Turystycznej został powołany inspektor ochrony danych, z którym kontaktować się można pod adresem: dpo@pot.gov.pl, oraz listownie na adres korespondencyjny administratora: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Młynarska 42, 01-171 Warszawa we wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych przez Polską Organizację Turystyczną;
- 3) dane osobowe osób, o których mowa w pkt 1, są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit.
b) i c) RODO w celu związanym z wykonaniem niniejszej Umowy,
- 4) dane osobowe nie będą udostępniane innym podmiotom niż wynika to z przepisów prawa,
- 5) dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej,
- 6) dane osobowe nie będą przetwarzane w sposób zautomatyzowany i nie będą profilowane,
- 7) dane osobowe Wykonawcy, o będą przechowywane przez okres obowiązywania Umowy oraz przez 5 lat po zakończeniu obowiązywania Umowy, zgodnie z kategorią archiwizacyjną,
- 8) obowiązek podania danych wynika z przepisów prawa w zakresie przetwarzania w celach, o których mowa w pkt 3), podanie danych wynika ze stosunku umownego i jest niezbędne w celu realizacji Umowy,
- 9) osoby, o których mowa w pkt 1) mają prawo do:
 - a. dostępu do danych osobowych ich dotyczących, na podstawie art. 15 RODO,
 - b. sprostowania danych osobowych, na podstawie art. 16 RODO,
 - c. żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych, na podstawie art. 18 RODO, z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO,
- 10) osobom, o których mowa w pkt 1) nie przysługuje:
 - a. prawo do usunięcia danych osobowych, w związku z art. 17 ust. 3 lit. b), d) lub e) RODO,
 - b. prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO,
 - c. prawo sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych, o którym mowa w art. 21 RODO, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pana/i danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit c) RODO.
- 11) Osobom, o których mowa w pkt 1) przysługuje prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego w sposób i w trybie określonym w przepisach RODO oraz prawa polskiego, w szczególności ustawy o ochronie danych osobowych, gdy uzna Pan/i, że przetwarzanie danych osobowych Pani/a dotyczących narusza przepisy RODO.

§ 8

Informacje poufne

- 1) Zamawiający zastrzega, że wszystkie informacje dotyczące postanowień Umowy oraz związane z jej zawarciem lub wykonaniem (dalej zwane „**Informacjami Poufnymi**”) winny być traktowane przez Wykonawcę jako poufne i nie udostępniane osobom trzecim bez uprzedniej zgody Zamawiającego wyrażonej w formie pisemnej, z zastrzeżeniem postanowień ust. 2, oraz że mogą być wykorzystywane w całości bądź w części jedynie dla celów związanych z wykonywaniem Umowy.
- 2) Zamawiający wskazuje, że Informacje Poufne oraz zobowiązanie do zachowania ich w tajemnicy nie obejmuje:
 - a. informacji, które są powszechnie znane lub które w uzasadniony okolicznościami sposób mogą być uważane za powszechnie znane;
 - b. informacji, które znane były Wykonawcy przed ich ujawnieniem przez Zamawiającego;
 - c. informacji, uzyskanych od osób trzecich, które miały prawo ich ujawnienia;
 - d. przypadków, w których Wykonawca zobowiązany jest do ich ujawnienia na podstawie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
- 3) Wykonawca może ujawnić Informacje Poufne bez zgody drugiej Strony swoim pracownikom, członkom organów i doradcom, w zakresie w jakim jest to konieczne dla wykonania Umowy.
- 4) Ujawniając Informacje Poufne podmiotom wymienionym w ust. 3, Wykonawca powinien zobowiązać te podmioty do zachowania ich w tajemnicy na warunkach określonych w Umowie.

§ 9

Pozostałe postanowienia

1. Wykonawca nie może zbywać na rzecz osób trzecich wierzytelności powstałych w wyniku realizacji Umowy.
2. Zmiana postanowień Umowy wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Strony ustalają, iż dokonanie na podstawie art. 455 ustawy PZP zmian postanowień zawartej umowy w stosunku do treści złożonej oferty może nastąpić w następujących przypadkach:
 - 1) zmiany terminu realizacji zamówienia, z zastrzeżeniem, że minimalny czas ekspozycji nie może zostać skrócony w stosunku do minimalnego czasu wymaganego w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia;
 - 2) wystąpienia siły wyższej.
4. Wszelkie sprawy sporne Strony poddają pod rozstrzygnięcie sądowi miejscowo właściwemu dla Zamawiającego.

5. W sprawach nieuregulowanych Umową zastosowanie mają przepisy prawa powszechnie obowiązującego, w tym odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 10

1. Osobami upoważnionymi do koordynacji realizacji postanowień niniejszej Umowy są:

1) ze strony Zamawiającego:

.....

3) ze strony Wykonawcy:

.....

2. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu nie powoduje zmiany Umowy. Zmiana następuje poprzez pisemne oświadczenie złożone drugiej Stronie o dokonaniu zmiany i wskazaniu innej osoby lub osób powołanych do koordynacji realizacji postanowień Umowy.

§ 11

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Wykonawca, a drugi Zamawiający.

Załączniki:

1. Załącznik nr 1: Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia,
2. Załącznik nr 2: Wzór protokołu odbioru.
3. Załącznik nr 3: Oferta Wykonawcy

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załącznik nr 2 do Umowy nr

Protokół odbioru - wzór

Strony potwierdzają, że zgodnie z Umową nr zawartą w dniu, wykonano zadania określone w § 1 Umowy.

Potwierdzenie kompletności usługi:

☐ Tak

☐ Nie

– zastrzeżenia

Potwierdzenie zgodności jakości przyjmowanej usługi z wymogami:

☐ Zgodne

☐ Niezgodne

– zastrzeżenia

Końcowy wynik odbioru:

☐ Pozytywny

☐ Negatywny

– zastrzeżenia.....

Warszawa, dn.....

Zamawiający

.....