



Znak sprawy: 4/4/2020/BP

OGŁOSZENIE O OTWARTYM KONKURSIE OFERT

Przedmiot zamówienia:

marketing internetowy na rynku singapurskim

Warszawa, 31 stycznia 2020 r.

1. Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego;

Polska Organizacja Turystyczna

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

Adres Zamawiającego: ul. Chałubińskiego 8, 00 – 613 Warszawa

Strona internetowa: www.pot.gov.pl

E-mail: pot@pot.gov.pl

2. Tryb udzielenia zamówienia;

- 1) Postępowanie jest prowadzone na podstawie regulaminów wewnętrznych Polskiej Organizacji Turystycznej, zgodnie z zasadami wskazanymi w niniejszym dokumencie.
- 2) Zamawiający informuje Wykonawców, że postępowanie prowadzone jest w trybie otwartego konkursu ofert, tj. każdy z Wykonawców może złożyć w postępowaniu ofertę. Ponadto:
 - a) do postępowania nie ma zastosowania ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018 r., poz. 1843 ze zm.);
 - b) zawiadomienie o wyborze oferty nie stanowi przyjęcia oferty;
 - c) Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - odwołania postępowania, unieważnienia go w całości lub w części w każdym czasie,
 - zamknięcia postępowania bez dokonania wyboru oferty,
 - zmiany terminów wyznaczonych w Ogłoszeniu,
 - żądania szczegółowych informacji i wyjaśnień od Wykonawców na każdym etapie postępowania;
 - d) w przypadku skorzystania przez Zamawiającego z któregośkolwiek uprawnienia wskazanego w pkt c. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia z tytułu udziału w postępowaniu.

3. Przedmiot zamówienia;

Przedmiotem zamówienia jest marketing internetowy na rynku singapurskim. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (OPZ) stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego Ogłoszenia.

4. Termin realizacji zamówienia.

Termin realizacji usługi: od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2020 r.

5. Warunki udziału w postępowaniu.

1. W postępowaniu mogą uczestniczyć podmioty, które posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie, a także potencjał techniczny - Wykonawca powinien wykazać, że w okresie ostatnich 2 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał co najmniej 2 usługi związane z prowadzeniem w języku angielskim mediów społecznościowych o profilu turystycznym wraz z realizacją płatnych kampanii promocyjnych w ramach tych usług
2. Zamawiający, w pierwszej kolejności dokona oceny ofert, a następnie zbada czy wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

3. Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, wezwie wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym, nie krótszym niż 2 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia następujących oświadczeń lub dokumentów:
4. wykazu wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych usług związanych z prowadzeniem w języku angielskim mediów społecznościowych o profilu turystycznym wraz z realizacją płatnych kampanii promocyjnych, w okresie ostatnich dwóch lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających, czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów, - oświadczenie Wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie, które powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert. Przedłożone dokumenty muszą potwierdzać w sposób bezsporny spełnienie warunku określonego w pkt 5. ppkt. 1. Ogłoszenia. Wzór wykazu usług stanowi załącznik nr 4.

6. Termin składania ofert.

- 1) Ofertę należy złożyć w terminie do dnia **07.02.2020 r. do godz. 10.00**. Oferty, które dotrą do Zamawiającego po tym terminie nie będą uwzględnione.
- 2) Ofertę można złożyć w formie pisemnej na adres Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa lub w formie elektronicznej na adres email: barbara.polanska@pot.gov.pl
- 3) Ofertę należy złożyć w języku polskim.
- 4) Na ofertę Wykonawcy składa się wypełniony Formularz ofertowy (Załącznik nr 2) i Oświadczenie Wykonawcy (Załącznik nr 3) oraz wstępna koncepcja wykonania kampanii (przesłana w formacie ppt lub pdf albo wydruk w przypadku złożenia oferty w wersji papierowej).
- 5) Zamawiający może zwrócić się do Wykonawcy o wyjaśnienie lub uzupełnienie treści złożonej oferty. Oferta Wykonawcy, który nie odpowie na takie wezwanie lub odpowie w niewystarczający sposób nie zostanie uwzględniona.

7. Kryteria wyboru oferty.

1. Zamawiający dokona oceny złożonych ofert, w oparciu o przedstawione poniżej kryteria:

Lp.	Opis kryteriów oceny	Waga %
1	Cena oferty	10%
2	Zasięg miesięczny kampanii	40%
3	Kwota brutto przeznaczona na płatne wspieranie postów	30%
4	Strategia wykorzystania kanałów komunikacji	20%

- 1) **Kryterium cena (C)** - Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$C = \frac{C_{min}}{C_o} \times 10 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych za kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena oferty z pośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu;

C_o – cena oferty badanej;

- 2) **Zasięg miesięcznym kampanii (P_Z)** - Punkty za kryterium „Zasięg miesięczny kampanii” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$P_Z = \frac{Z_o}{Z_{max}} \times 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_Z – punkty za kryterium „zasięg miesięczny kampanii” przyznane ocenianej ofercie,

Z_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert,

Z_o – wartość obliczanej oferty w danym kryterium,

Wykonawca zobowiązany jest do podania w formularzu ofertowym deklarowanego zasięgu miesięcznego kampanii tj. ilości osób z rynku singapurskiego, do której w ciągu miesiąca dotrze za pomocą postów emitowanych w tym miesiącu (Z_o nie mniej niż 300.000). Zaoferowanie ilości osób na poziomie 300.000 miesięcznie oznacza przyznanie 0 pkt. w tym kryterium. Zaoferowanie ilości osób na poziomie niższym niż 300.000 skutkować będzie odrzuceniem oferty.

- 3) **Kwota brutto przeznaczona na płatne wspieranie postów (P_K)** - Punkty za kryterium „Kwota brutto przeznaczona na płatne wspieranie postów” zostaną obliczone w następujący sposób:

$$P_K = \frac{K_o}{K_{max}} \times 30 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_K – punkty za kryterium „Kwota brutto przeznaczona na płatne wspieranie postów” przyznane ocenianej ofercie,

K_{max} – najwyższa wartość w danym kryterium spośród złożonych ofert,

K_o – wartość obliczanej oferty w danym kryterium,

Wykonawca zobowiązany jest do podania w formularzu ofertowym jaką kwotę brutto przeznaczy na płatne wspieranie postów (K_o nie mniej niż 60.000 zł.). Zaoferowanie kwoty poziomie 60.000 zł. lub mniejszym oznacza przyznanie 0 pkt. w tym kryterium.

- 4) **Strategia wykorzystania kanałów komunikacji**

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia w ofercie (w formie prezentacji .ppt, .pdf) wstępnej koncepcji wykonania kampanii social media realizowanej na platformie Facebook + Instagram, w której należy przedstawić:

- a. grupy celowe, w tym czy agencja proponuje ich modyfikacje i dlaczego to robi (profil demograficzny i psychograficzny, motywacje, bariery oraz problemy, zachowania konsumentów itd.);
- b. konkurencję, w tym analizę jej działań i na tej podstawie dać wskazówki do działań (lub do zaniechania działań);

- c. analizę i dobór narzędzi digital; określić ich role i proporcje użycia, taktykę działań oraz cele szczegółowe dla danego kanału (w tym formaty reklamowe);
- d. budżet dla kampanii oraz dla każdego z kanałów/grup celowych itd. w oparciu o założone wcześniej cele oraz pokazać jak będzie on optymalizowany;
- e. pomiar realizacji założonych celów, częstotliwość dokonywania takich pomiarów, narzędzia;
- f. zasoby, którymi agencja będzie realizowała zadanie w tym kompetencje ludzi;

W kryterium „**Strategia wykorzystania kanałów komunikacji**” ocenie podlegać będzie załączona do oferty wstępna koncepcja wykonania kampanii. Zamawiający oceni ją w następujący sposób:

Oceniane cechy strategii	Sposób przyznanych punktów
Grupa celowa	Oferta otrzyma 6 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób zidentyfikuje grupy celowe - uzasadnienie doboru grup celowych, w tym, czy Wykonawca proponuje ich modyfikacje i dlaczego to robi (profil demograficzny i psychograficzny, motywacje, bariery oraz problemy, zachowania konsumentów itd.)
	Oferta otrzyma 3 pkt, jeśli Wykonawca we właściwy sposób zidentyfikuje grupy celowe - uzasadnienie doboru grup celowych
	Oferta otrzyma 0 pkt, jeśli Wykonawca wskaże grupy celowe nie podając uzasadnienia
Konkurencja	Oferta otrzyma 2 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób zidentyfikuje działania konkurencji, pokaże rozłożenie budżetów nie mniej dokładnie niż w podziale na kanały komunikacji i na miesiące analizuje jej działania i na tej podstawie da wskazówki do działań (lub do zaniechania działań)
	Oferta otrzyma 0 pkt. jeśli Wykonawca nie zidentyfikuje działań konkurencji
Analiza i dobór narzędzi	Oferta otrzyma 8 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób dokona analizy i doboru narzędzi digital; określi ich role i proporcje użycia, taktykę działań oraz cele szczegółowe dla danego kanału (w tym formaty reklamowe)
	Oferta otrzyma 3 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób właściwie przeanalizuje i dobierze narzędzia digital i na tej podstawie określi ich proporcje użycia
	Oferta otrzyma 0 pkt. jeśli Wykonawca wskaże narzędzia digital wykorzystywane w kampanii
Wielkość budżetu	Oferta otrzyma 2 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób określi budżet dla kampanii, wyznacza budżet dla każdego z kanałów/grup celowych itd. w oparciu o założone wcześniej cele, pokazuje jak będzie on optymalizowany
	Oferta otrzyma 1 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób określi budżet dla kampanii, wyznacza budżet dla każdego z kanałów/grup celowych itd.
	Oferta otrzyma 0 pkt. jeśli Wykonawca określi budżet dla kampanii
Monitoring działań	Oferta otrzyma 2 pkt. jeśli Wykonawca we właściwy sposób określi w jaki sposób będzie mierzyć realizację założonych celów (w tym częstotliwość dokonywania takich pomiarów), wskazuje narzędzia i sposób ich wykorzystania
	Oferta otrzyma 0 pkt. jeśli Wykonawca nie określi w jaki sposób będzie mierzyć realizację założonych celów

2. Obliczenia będą prowadzone z dokładnością dwóch miejsc po przecinku.
3. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
4. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiada wszystkim wymaganiom wynikającym z Ogłoszenia i uzyska największą, łączną liczbę punktów z uwzględnieniem wszystkich kryteriów oceny ofert.

8. Opis sposobu przygotowania ofert.

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

9. Klauzula informacyjna dotycząca z art. 13 RODO

Zgodnie 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 (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016), (dalej: „RODO”) Zamawiający informuje, że:

- 1) Administratorem danych osobowych Wykonawcy jest Polska Organizacja Turystyczna (dalej: „POT”).
- 2) We wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych Wykonawcy przez POT można kontaktować się z wyznaczonym inspektorem ochrony danych:
 - a. mailowo: dpo@pot.gov.pl lub
 - b. listownie na adres korespondencyjny administratora: Polska Organizacja Turystyczna, ul. Chałubińskiego 8, XIX piętro, 00-613 Warszawa.
- 3) Dane osobowe Wykonawcy będą przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z prowadzonym w trybie otwartego konkursu ofert postępowaniem o udzielenie zamówienia pn. marketing internetowy na rynku singapurskim, numer sprawy 4/4/2020/BP.
- 4) Odbiorcami danych osobowych Wykonawcy będą osoby odpowiadające za przeprowadzenie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego oraz podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania na podstawie ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. 2016 poz. 1764 z późn. zm.).
- 5) Dane osobowe Wykonawcy będą przechowywane przez okres 5 lat od dnia zakończenia konkursu;
- 6) Obowiązek podania danych osobowych bezpośrednio dotyczących Wykonawcę jest wymogiem związanym z udziałem w otwartym konkursie ofert;
- 7) W odniesieniu do danych osobowych Wykonawcy decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
- 8) Wykonawca posiada:
 - a. na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych dotyczących Wykonawcy*;

- b. na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania własnych danych osobowych**;
 - c. na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO ***;
 - d. prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna, że przetwarzanie danych osobowych dotyczących Wykonawcy narusza przepisy RODO.
- 9) Nie przysługuje Wykonawcy:
- a. w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - b. prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - c. na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

10. Załączniki:

- 1) Opis przedmiotu zamówienia.
- 2) Formularz ofertowy.
- 3) Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu.
- 4) Istotne postanowienia umowy.

* Wyjaśnienie: informacja w tym zakresie jest wymagana, jeżeli w odniesieniu do danego administratora lub podmiotu przetwarzającego istnieje obowiązek wyznaczenia inspektora ochrony danych osobowych.

** Wyjaśnienie: skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.

*** Wyjaśnienie: prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1.1. Tytuł Projektu: Kompleksowa obsługa Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie marketingu internetowego realizowanego na rynku singapurskim

1.2. Opis celów projektu

Głównym celem projektu jest promocja Polski jako miejsca atrakcyjnego dla turystów z rynku singapurskiego poprzez kompleksowe działania w zakresie marketingu internetowego.

1.3 Opis Przedmiotu zamówienia:

Przedmiot niniejszego zamówienia stanowią usługi realizowane na rynku singapurskim w terminie od stycznia 2020 do 31.12.2020. Usługa będzie realizowana w języku angielskim.

Zakres usługi obejmuje:

a) Komunikacja w social media:

- opracowanie planu komunikacji w mediach społecznościowych na rynku singapurskim, w tym analiza innych stron internetowych skierowanych na rynek singapurski, np. stron innych organizacji narodowych oraz przygotowanie planu płatnej promocji postów;
- przygotowywanie miesięcznego kalendarza postów do akceptacji Polskiej Organizacji Turystycznej;
- prowadzenie profili Polskiej Organizacji Turystycznej na Facebooku oraz Instagramie – zamieszczanie postów w języku angielskim, minimum 3 posty tygodniowo na Facebooku i 3 posty tygodniowo na Instagramie, emitowane naprzemiennie;
- odpowiadanie na pytania i moderowanie dyskusji, w czasie nie dłuższym niż 12 h od otrzymania zapytania;
- reagowanie na negatywne opinie i posty (sposób reakcji powinien być konsultowany z POT);
- udzielanie odpowiedzi na korespondencję przesyłaną na konto wiadomości w ramach platformy FB;
- wykorzystywanie bieżących pretekstów (wydarzeń) promocyjnych realizowanych na rynku singapurskim przez inne podmioty działające w obszarze promocji Polski do promocji profili na Facebooku i Instagramie;

- zamieszczenie na profilu Facebook i Instagram reportaży fotograficznych z podróży studyjnych organizowanych przez Zamawiającego, o ile takie będą miały miejsce;

b) Kampanie internetowe:

przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowych na profilach, polegających na płatnym promowaniu wybranych postów. Miesięczna liczba kontaktów z przekazem to minimum 300 tysięcy.

c) Przygotowywanie cyklicznych raportów (miesięcznych) z realizowanych działań wraz z rekomendacjami na przyszłość oraz raportu końcowego. Raporty powinny zawierać takie dane:

- podsumowanie wyników najważniejszych zmiennych: liczba osób, do których dotarł profil, procent zasięgu płatnego;
- zasięg – liczba fanów, zasięg całkowity, podział zasięgu – organiczny, płatny, wirusowy);
- zaangażowanie – najważniejsze informacje o użytkownikach, którzy zaangażowali się na profilu w danym przedziale czasowym;
- najlepsze treści – zestawienie najlepszych treści opublikowanych przez stronę w danym przedziale czasowym;
- obsługa klienta – podsumowanie aktywności strony, związanej z odpowiadaniem na posty użytkowników;
- aktywność administratora – podsumowanie aktywności administratora w danym przedziale czasowym;
- porównanie – porównanie bieżących wyników miesięcznych/kwartalnych z wynikami z poprzedniego okresu oraz analogicznego okresu w poprzednich latach (o ile to możliwe).

Maksymalny budżet przeznaczony na projekt: 100 tys. zł

Załącznik nr 2

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

FORMULARZ OFERTOWY

Nazwa i adres podmiotu składającego ofertę:

.....
 NIP REGON
 Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:
 Numer telefonu: e-mail

Odpowiadając na Ogłoszenie dotyczące konkursu ofert na marketing internetowy na rynku singapurskim, zgodnie z wymogami zawartymi w Ogłoszeniu, oferuję wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę:

1. Cena ofertowa nettozł
 (słownie:.....)
- Stawka podatku VAT.....%, wartość podatku VAT.....zł
- Cena ofertowa bruttozł
 (słownie:.....)
2. Deklarowany zasięg miesięczny działań osób (min. 300 000 osób).
3. Deklarowana kwota brutto przeznaczona na płatne wspieranie postów zł
 (min. 60 000 zł).
4. Oświadczam, że zapoznałem się z warunkami podanymi przez Zamawiającego w Ogłoszeniu i nie wnoszę do nich żadnych zastrzeżeń, uzyskałem wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia, a także akceptuję istotne postanowienia umowy oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.
5. W przypadku udzielenia mi zamówienia zobowiązuję się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.
6. Do niniejszej oferty załączam następujące dokumenty:
 - oświadczenie w zakresie spełniania warunków udziału w postępowaniu,
 - wstępna koncepcja wykonania kampanii.
 -

....., dn.

.....

(podpis uprawnionego
 przedstawiciela Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY

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

Nazwa: _____

Adres: _____

oświadczam(y), że:

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

..... dn.

.....
(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

Załącznik nr 4**WYKAZ USŁUG**

wykonanych w okresie ostatnich 2 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej 2 usług związanych z prowadzeniem w języku angielskim mediów społecznościowych o profilu turystycznym wraz z realizacją płatnych kampanii promocyjnych w ramach tych usług.

Lp.	Nazwa i adres odbiorcy zamówienia	Daty wykonania usług (dd/mm/rrrr – dd/mm/rrrr)	Przedmiot zamówienia – nazwa i krótki opis usługi
1.		od do.....	
2		od do.....	

..... dn.

.....
(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)

Umowa nr /DSM/EŚ/2020

zawarta w dniu roku w Warszawie, pomiędzy:

Polską Organizacją Turystyczną z siedzibą w Warszawie przy ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, posiadającą numer REGON 016213775, reprezentowaną przez:

Panią Teresę Buczak – p.o. Dyrektora Departamentu Strategii i Marketingu,

Panią Mariolę Górecką – Głównego Księgowego,

zwaną dalej „**Zamawiającym**”,

a

.....

zwaną dalej „**Wykonawcą**”,

§ 1

Umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jedn.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1843, z późn. zm.).

§ 2

1. Przedmiotem niniejszej Umowy jest kompleksowa obsługa Zamawiającego w zakresie marketingu internetowego na rynku singapurskim, tj. prowadzenie komunikacji na profilach społecznościowych skierowanych na rynek singapurski oraz prowadzenie płatnych kampanii internetowych na wspomnianych profilach:

- profil Facebook: Visit Poland SG,
- Profil Instagram: visitpoland_sg,

2. Umowa wchodzi w życie z dniem zawarcia i obowiązywać będzie do 31.12.2020 roku.

§ 3

Zakres usług świadczonych przez Wykonawcę w ramach Przedmiotu Umowy obejmuje w szczególności:

1. Komunikację w social media:

a) opracowanie planu komunikacji w mediach społecznościowych na rynku singapurskim, w tym analiza innych stron internetowych skierowanych na rynek singapurski, np. stron innych organizacji narodowych i innych podmiotów zajmujących się promocją oraz przygotowanie planu płatnej promocji postów;

b) tworzenie kontentu na podstawie przygotowanego planu, zgodnie z wytycznymi Zamawiającego

a także zgodnie z zapotrzebowaniem rynku, wynikającym z przeprowadzonej analizy. Jeśli nie będzie można dopasować materiałów audio-wizualnych, którymi dysponuje Zamawiający, do tworzonego kontentu to Wykonawca takie materiały pozyska we

własnym zakresie i na własny koszt nie obciążając Zamawiającego dodatkowo z tego tytułu.

- c) przygotowywanie miesięcznego kalendarza postów do akceptacji Zamawiającego; przesyłanie miesięcznego kalendarza postów nie później niż do 15. dnia poprzedzającego miesiąca,
z wyjątkiem stycznia 2020, kiedy plan zostanie przygotowany według ustalonych z Zamawiającym terminów, potwierdzonych drogą mailową w ciągu tygodnia od podpisania Umowy.
- d) prowadzenie profili Zamawiającego na Facebooku oraz Instagramie:
– zamieszczanie postów w języku angielskim, minimum 3 posty tygodniowo na Facebooku i minimum 3 posty tygodniowo na Instagramie, emitowane naprzemiennie;
- e) odpowiadanie na pytania i moderowanie dyskusji, w czasie nie dłuższym niż 12 h od otrzymania zapytania;
- f) reagowanie na negatywne opinie i posty (sposób reakcji powinien być konsultowany z Zamawiającym); informacja o pojawieniu się negatywnej opinii lub posta ma być przesłana do Zamawiającego wraz z rekomendacją odnośnie podejmowanych działań nie później niż 12h od pojawienia się takiej opinii lub posta;
- g) udzielanie odpowiedzi na korespondencję przesyłaną na konto wiadomości w ramach platformy FB;
- h) wykorzystywanie bieżących pretekstów (wydarzeń) promocyjnych realizowanych na rynku singapurskim przez inne podmioty działające w obszarze promocji Polski do promocji profili na Facebooku i Instagramie;
- i) zamieszczenie na profilu Facebook i Instagram reportaży fotograficznych z podróży studyjnych organizowanych przez Zamawiającego, o ile takie będą miały miejsce;
- j) Wykonawca jest odpowiedzialny za poprawność językową tekstów wykorzystywanych w kampanii.

2. Kampanie internetowe:

- a) przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowych na profilach w okresie od daty podpisania Umowy do 31 grudnia 2020,r. polegających na płatnym promowaniu wybranych postów; przygotowanie miesięcznego kalendarza promocji postów wraz z kalendarzem, o którym mowa w § 3pkt.c.
- b) Wykonawca będzie optymalizował wykonywanie działań w taki sposób, aby maksymalizować zasięg kampanii tj. jeśli miesięczna zadeklarowana liczba kontaktów zostanie osiągnięta mniejszym budżetem niż był zaplanowany, to Wykonawca będzie dalej prowadził działania płatne przewidziane na dany miesiąc aż do wyczerpania przewidzianej na dany miesiąc kwoty.
- c) miesięczna liczba kontaktów z postami emitowanymi w danym miesiącu to minimum tysięcy.
- d) łączny budżet na płatną promocję postów w okresie obowiązywania Umowy wynosi nie mniej niż zł. brutto.

3. Przygotowywanie cyklicznych raportów (miesięcznych) z realizowanych działań wraz z rekomendacjami na przyszłość oraz raportu końcowego. Raporty powinny zawierać takie dane:
 - a) podsumowanie wyników najważniejszych zmiennych: liczba osób, do których dotarł profil, procent zasięgu płatnego;
 - b) zasięg – liczba fanów, zasięg całkowity, podział zasięgu – organiczny, płatny, wirusowy;
 - c) zaangażowanie – najważniejsze informacje o użytkownikach, którzy zaangażowali się na profilu w danym przedziale czasowym;
 - d) najlepsze treści – zestawienie najlepszych treści opublikowanych przez stronę w danym przedziale czasowym;
 - e) obsługa użytkowników – podsumowanie aktywności strony, związanej z odpowiadaniem na posty użytkowników;
 - f) aktywność administratora – podsumowanie aktywności administratora w danym przedziale czasowym;
 - g) porównanie – porównanie bieżących wyników z wynikami z poprzedniego analogicznego okresu.
 - h) Raport końcowy musi zawierać porównanie wyników z roku 2020 z analogicznym kwartałem roku 2019, o ile to możliwe.

§ 4

1. W treści postów, o których mowa w § 3 pkt. d) powinny się znaleźć informacje na temat atrakcji turystycznych największych miast Polski, obiektów UNESCO oraz innych miejsc interesujących z punktu widzenia potencjalnego turysty z rynku singapurskiego.
2. Wykonawca będzie miał zagwarantowany dostęp do materiałów audio-wizualnych, którymi dysponuje Zamawiający.
3. Wykonawca będzie współpracował ze wskazanym przez Zamawiającego moderatorem strony internetowej poland.travel.

§ 5

1. Zatwierdzone przez przedstawiciela Zamawiającego sprawozdanie miesięczne, o którym mowa w § 3 ust. 3 jest podstawą do wystawienia faktury.
2. Informację o zatwierdzeniu sprawozdania Wykonawca otrzyma drogą mailową.

§ 6

1. Wynagrodzenie Wykonawcy ustala się na kwotę nie wyższą niż zł brutto (słownie: złotych brutto).
2. Wynagrodzenie będzie płatne na podstawie faktur Wykonawcy wystawionych w PLN, na nr rachunku bankowego Wykonawcy

3. Strony ustalają, że Zamawiający za należyte, całościowe i terminowe wykonywanie działań określonych w § 3 będzie płacić Wykonawcy wynagrodzenie miesięczne ryczałtowe w kwocie zł brutto (słownie: złotych brutto).
4. Jeżeli praca Wykonawcy nie rozpocznie się pierwszego dnia danego miesiąca, Zamawiający podzieli wynagrodzenie miesięczne przez liczbę dni w danym miesiącu i przemnoży to przez liczbę faktycznie przepracowanych dni.
5. Zapłata za faktury, o których mowa w ust. 2 powyżej, będzie dokonywana po otrzymaniu od Wykonawcy i przyjęciu przez przedstawiciela Zamawiającego bez uwag sprawozdań z realizacji, o których mowa w § 5 ust.1 Umowy, w terminie 14 dni od daty przyjęcia prawidłowo wystawionej faktury, przelewem na wskazany przez Wykonawcę w treści faktury rachunek bankowy.
6. Za dzień zapłaty uznaje się dzień złożenia przez Zamawiającego polecenia zapłaty w banku Zamawiającego.
7. 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.
8. 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.

§ 7

1. Wcześniejsze rozwiązanie Umowy przez Zamawiającego może nastąpić w formie pisemnej, z zachowaniem 1-miesięcznego okresu wypowiedzenia. W przypadku rozwiązania Umowy, wynagrodzenie przysługuje tylko za wykonaną część Umowy.
2. W przypadku dwukrotnego niewywiązania się Wykonawcy z realizacji któregośkolwiek z zadań określonych w § 3 Umowy, Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od niniejszej Umowy ze skutkiem natychmiastowym, jeżeli pomimo uwag zgłoszonych przez Zamawiającego drogą mailową, Wykonawca niezwłocznie nie wykona zadania. Odstąpienie od Umowy nie wyłącza innych uprawnień Zamawiającego przewidzianych niniejszą Umową. Zamawiający może skorzystać z przysługującego mu prawa odstąpienia

w terminie 30 dni od daty otrzymania wiadomości o zaistnieniu zdarzenia opisanego w pierwszym zdaniu niniejszego ustępu.

3. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od niniejszej Umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 5% łącznego wynagrodzenia brutto określonego w § 6 ust.1 Umowy.
4. W przypadku niewykonania przez Wykonawcę któregokolwiek z obowiązków, o których mowa w § 3 ust. 1 Umowy lub opóźnienia o więcej niż 2 dni robocze w jego wykonaniu, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu każdorazowo karę umowną w wysokości 10% wynagrodzenia brutto określonego w § 6 ust.3 Umowy, za miesiąc, w którym miał wykonać obowiązek lub w którym wystąpiło opóźnienie.
5. Zamawiający ma prawo dochodzić odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych w przypadku, gdy wartość szkody przekracza wartość zastrzeżonych kar umownych.
6. Zamawiający ma prawo do potrącania kar umownych z wszelkich należności przysługujących mu od Wykonawcy.

§ 8

1. W ramach wynagrodzenia, o którym mowa § 6 niniejszej Umowy, na Zamawiającego przechodzą autorskie prawa majątkowe do utworów powstałych w wyniku realizacji niniejszej Umowy, z chwilą wydania ich Zamawiającemu.
2. Prawa, o których mowa w ust. 1 będą wykorzystywane na wszystkich polach eksploatacji wymienionych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Obejmuje to także prawa do:
 - a) utrwalania oraz zwielokrotniania dowolną techniką (również magnetyczną i cyfrową), niezależnie od standardu systemu i formatu, w tym także utrwalania i zwielokrotniania techniką multimedialną (w dziełach multimedialnych) i poligraficzną (w tym drukarską, reprograficzną),
 - b) wprowadzania do pamięci komputera, wprowadzania do sieci komputerowych i udostępniania w postaci cyfrowej,
 - c) wprowadzania egzemplarzy do obrotu (w tym zbywania), użyczenia, wynajmowania i wdzierżawienia egzemplarzy jak i ich zwielokrotnienia,
 - d) nadawania za pomocą wizji przewodowej albo bezprzewodowej przez stacje naziemne, satelity, Internet, za pośrednictwem organizacji telewizyjnych,
 - e) publicznego prezentowania, wykonywania, wystawiania, wyświetlania, odtwarzania oraz nadawania i reemitowania, a także wykorzystania w materiałach poligraficznych - w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
 - f) wykorzystania na terenie użytkowanych przez siebie obiektów w nieograniczonym zakresie,

- g) wykorzystania – na polach eksploatacji podanych w punktach od 1 do 6 – dla celów informacyjnych, reklamy, promocji, oznaczenia i identyfikacji Zamawiającego, jego produktów, marek i znaków handlowych, a także przedmiotu jego działalności,
 - h) wykorzystania na łamach prasy lokalnej i ogólnopolskiej oraz własnych materiałach, w reklamie, w dowolnym miejscu i formie.
3. Zamawiający ma prawo modyfikowania, adaptowania i łączenia utworów, o których mowa powyżej z innymi projektami lub wykorzystywania na każdym ze wskazanych pól eksploatacji osobno.
 4. Powyższe regulacje dotyczą zarówno oryginałów opracowanych dokumentów, jak i egzemplarzy zwielokrotnień.
 5. Przeniesienie praw autorskich następuje na czas nieokreślony oraz jest nieograniczone co do miejsca.
 6. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje na polach eksploatacji, o których mowa w ust. 2 powyżej wraz z prawem do dalszego przenoszenia tych praw na inne osoby oraz prawem wykonywania autorskich praw zależnych. Strony jednocześnie potwierdzają, że prawa autorskie do wszelkich tak powstałych przeróbek, modyfikacji i adaptacji utworów (w tym prawo do korzystania i dysponowania nimi) będą stanowiły wyłączną własność Zamawiającego, zgodnie z zakresem wskazanym powyżej w ust. 2.
 7. Z chwilą przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych, przechodzi na Zamawiającego własność nośników, na których utrwalono utwory.
 8. Wykonawca oświadcza i gwarantuje, iż przysługują mu lub będą przysługiwać prawa własności intelektualnej w zakresie koniecznym do wykonania przez niego zobowiązań określonych w Umowie oraz że wykorzystanie przez Zamawiającego utworów nie będzie naruszać w żaden sposób przepisów obowiązującego prawa, ani praw osób trzecich, w tym dóbr osobistych jakichkolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, będzie wolne od niedozwolonych zapożyczeń oraz nie mają miejsca żadne inne okoliczności, które mogłyby narazić Zamawiającego na odpowiedzialność wobec osób trzecich z tytułu korzystania z tych materiałów lub wytworzonego przy ich użyciu utworów.
 9. W razie wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami, skierowanymi do Zamawiającego z tytułu naruszenia majątkowych praw autorskich lub innych opisanych powyżej praw, Wykonawca dostarczy niezbędne dokumenty wykazujące jego prawa i potwierdzające brak naruszenia praw lub dóbr osobistych osób trzecich, a w przypadku ich naruszenia pokryje wszelkie koszty związane z dochodzeniem roszczeń przez osoby trzecie, w tym zasądzonych kwot, odszkodowań oraz kosztów obsługi prawnej, w terminie do 14 dni od daty doręczenia Wykonawcy wezwania do zapłaty.

§ 9

Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 10

Osobami upoważnionymi do koordynacji realizacji postanowień niniejszej Umowy oraz do akceptacji sprawozdań są:

- a) ze strony Zamawiającego:
- b) ze strony Wykonawcy:

§ 11

1. Wykonawca nie może powierzyć wykonania Przedmiotu Umowy osobie trzeciej bez uprzedniej, pisemnej zgody Zamawiającego. Wykonawca nie może przenieść całości lub jakiegokolwiek części praw, ani też całości lub jakiegokolwiek części obowiązków wynikających z niniejszej Umowy. Wykonawca nie może także przenieść wykonywania całości lub części niniejszej Umowy na osobę trzecią. Jeżeli Wykonawca zamierza posługiwać się osobami trzecimi przy wykonywaniu niniejszej Umowy, musi uzyskać na to pisemną zgodę Zamawiającego pod rygorem uznania takiego działania Wykonawcy za rażące naruszenie postanowień niniejszej Umowy.
2. Zamawiający nie wyraża zgody na dokonanie cesji wierzytelności pieniężnych wynikających z realizacji Umowy na rzecz osób trzecich.

§ 12

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 powyżej, Wykonawca powinien zobowiązać te podmioty do zachowania ich w tajemnicy na warunkach określonych w Umowie.

§ 13

Wszelkie spory, które mogą wyniknąć z realizacji niniejszej Umowy będzie rozpoznawać sąd właściwy według siedziby Zamawiającego i według polskiego prawa materialnego i procesowego, wyłączeniem norm kolizyjnych.

§ 14

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

§ 15

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 w Umowie są przetwarzane przez Polską Organizację Turystyczną z siedzibą w Warszawie, przy ul. Chałubińskiego 8 (00-613), 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,
- 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, o których mowa w pkt 1, będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji Umowy, a po tym czasie przez okres oraz w zakresie wymaganym przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa ,
- 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 Pana/i 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. Adres organu nadzorczego: Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa, tel. 22 5310300, fax. 22 5310301, kancelaria@uodo.gov.pl.

Zamawiający

Wykonawca