

Umowa nr 22/DPS/PN/2016

(Wzór)

zawarta w Warszawie, w dniu 2016 r. między: Ministerstwem Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z siedzibą w (00-513) Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 1/3/5, posiadającym NIP: 526-28-95-101 oraz REGON: 015725935, zwanym dalej „Zamawiającym”, reprezentowanym przez:

.....-

a.....,

zwaną dalej „Wykonawcą”, zaś wspólnie zwanymi dalej „Stronami”, w rezultacie dokonania przez Zamawiającego wyboru Wykonawcy w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz.U z 2015 r. poz. 2164 z późn. zm.) została zawarta umowa następującej treści:

§ 1.

Przedmiot umowy

1. Przedmiotem umowy, zwanym dalej „Zadaniem”, jest przeprowadzenie medialnej kampanii społecznej pn. „Wybieram Pomoc”, realizowanej w ramach Projektu Predefiniowanego pn. „Rodzina polska – wolna od przemocy”, dla Programu Operacyjnego PL 14 pn. „Przeciwdziałanie przemocy w rodzinie i przemocy ze względu na płeć”, współfinansowanego z Funduszy Norweskich.
2. Wykonawca zobowiązuje się wykonać Zadanie zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu umowy – Briefem mediowym, stanowiącym załącznik nr 1 do umowy oraz ofertą (FO) Wykonawcy, stanowiącą załącznik nr 3 do umowy.
3. Kampania zostanie przeprowadzona z wykorzystaniem utworów, opracowanych przez Zamawiającego i będących jego własnością, wraz z majątkowymi prawami autorskimi (w tym zależnymi).
4. Zakres Zadania Wykonawcy obejmuje:
 - 1) przeprowadzenie kampanii telewizyjnej, w tym:
 - 1.1 zakup czasu antenowego na potrzeby emisji dwóch 30 sek. spotów telewizyjnych,
 - 1.2 dostosowanie kopii dwóch spotów do wymagań nadawców wskazanych przez Wykonawcę w ofercie;
 - 1.3 przygotowanie, w uzgodnieniu z Zamawiającym, pełnomocnictw na potrzeby zakupu czasu antenowego;
 - 2) przeprowadzenie kampanii internetowej, w tym:
 - 2.1 emisję dwóch spotów,
 - 2.2 promocja strony www kampanii,
 - 3) przeprowadzenie kampanii outdoorowej, w tym:
 - 3.1 wydruk trzech rodzajów plakatów na podstawie projektów graficznych przekazanych przez Zamawiającego, w nakładzie odpowiadającym liczbie nośników CLS określonym w ofercie Wykonawcy,
 - 3.2 ekspozycja plakatów na nośnikach typu citylights;
 - 4) przeprowadzenie kampanii z udziałem prasy magazynowej;
 - 5) przekazanie Zamawiającemu poemisyjnych, tygodniowych raportów cząstkowych;
 - 6) przekazanie raportu końcowego wraz z analizami skuteczności kampanii, zawierającego osiągnięte wartości wskaźników.
5. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego, z tygodniowym wyprzedzeniem od dnia rozpoczęcia emisji w telewizji, szczegółowe plany emisji spotów zwanych dalej „Planem emisji”, wraz z cenami rozliczeniowymi za emisję każdego ze spotów.

6. Wykonawcy przysługuje prawo do niewyemitowania spotów zgodnie z *Planem emisji*, o którym mowa w ust. 4, z przyczyn zmian programowych nadawcy lub technicznych od niego niezależnych, w szczególności wywołanych przez sytuacje kryzysowe lub nadzwyczajne. W przypadku niewyemitowania spotów zgodnie z *Planem emisji*, Wykonawca zobowiązuje się w terminie 4 dni roboczych zaproponować modyfikację Planów emisji tak, aby zostały osiągnięte założone parametry kampanii.
7. Dopuszcza się wprowadzanie zmian w Planach emisji, po uprzednim pisemnym zaakceptowaniu takich zmian przez Zamawiającego (dopuszczalna jest także akceptacja zmian w formie elektronicznej, np. e-mail).
8. Wykonawca, w terminie dwóch dni roboczych licząc od dnia zawarcia umowy, sporządzi i przedstawi Zamawiającemu do akceptacji harmonogram realizacji kampanii, zwany dalej „*Harmonogramem*”.
9. Zamawiający, w terminie jednego dnia roboczego, licząc od dnia następującego po dniu przedłożenia Harmonogramu przez Wykonawcę, dokona jego akceptacji lub zgłosi uwagi bądź zastrzeżenia. W przypadku zgłoszenia przez Zamawiającego uwag lub zastrzeżeń, Wykonawca zobowiązuje się je uwzględnić i ponownie przedstawić Harmonogram do akceptacji w ciągu jednego dnia, licząc od dnia otrzymania uwag lub zastrzeżeń.
10. Strony, za obopólnym porozumieniem, mogą dokonać zmian w harmonogramie, o którym mowa w ust. 8, pod warunkiem, że proponowane zmiany nie naruszą terminów, o których mowa w § 2. Zmiany w harmonogramie wymagają formy pisemnej (dopuszczalna jest także akceptacja zmian w formie elektronicznej, np. e-mail).

§ 2.

Termin realizacji umowy

1. Wykonawca zobowiązuje się wykonać przedmiot umowy do dnia 15 marca 2017 r., przy czym:
 - 1) działania medialne będą realizowane przez 28 dni, w terminie od dnia 1 lutego 2017 r. do 28 lutego 2017 r.;
 - 2) działania raportowe muszą zostać zrealizowane po zakończeniu działań medialnych, w nieprzekraczalnym terminie do dnia 15 marca 2017 r.

§ 3.

Parametry kampanii

1. W przypadku emisji spotów w telewizji, Zadanie uważa się za należycie zrealizowane, jeżeli zostaną spełnione łącznie następujące warunki:
 - 1) liczba osiągniętych punktów GRP dla spotu nr 1 oraz spotu nr 2 w wymaganych grupach mediowych (TG) będzie równa lub nie mniejsza niż 95% wartości zaplanowanej, określonej w załączniku nr 3 do umowy,
 - 2) zasięg dla każdego ze spotów w ramach kampanii, przy częstotliwości 3+ w wymaganych grupach mediowych, będzie równy lub nie mniejszy niż 95% wartości zaplanowanej, określonej w załączniku nr 3 do umowy,
 - 3) udział GRP dla kampanii w PRIME TIME w stacjach o najwyższym w udziale oglądalności w grupach docelowych będzie równy lub nie mniejszy niż 95% wartości zaplanowanej, określonej w załączniku nr 3 do umowy,
 - 4) spoty telewizyjne zostaną wyemitowane zgodnie z *Planem emisji*, o którym mowa w § 1 ust. 5.
2. W przypadku kampanii w Internecie, Zadanie uważa się za należycie wykonane, jeżeli wszystkie wskaźniki określone dla tego narzędzia w załączniku nr 3 do umowy zostaną zrealizowane na poziomie nie mniejszym niż 95%.
3. W przypadku ekspozycji reklamy zewnętrznej oraz publikacji w prasie magazynowej, Zadanie uważa się za należycie wykonane jeżeli wszystkie wskaźniki określone dla poszczególnych mediów w załączniku nr 3 do umowy zostaną zrealizowane na poziomie nie mniejszym niż 95%.

§ 4.

Obowiązki Wykonawcy

1. Na potrzeby przeprowadzenia kampanii Wykonawca przygotowuje i pokryje koszty dostosowania do wymagań technicznych emitentów wskazanych w ofercie, dostosowując przekazane przez Zamawiającego kopie spotów oraz pozostałych plików do emisji i ekspozycji.
2. Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco oraz na uzasadniony pisemny wniosek Zamawiającego, kontrolować realizację wskaźników efektywności kampanii oraz wprowadzać odpowiednie korekty do kampanii w celu osiągnięcia parametrów kampanii, określonych w załączniku nr 3 do umowy.
3. Wykonawca zobowiązuje się wykonać Zadanie na najwyższym, profesjonalnym poziomie, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz interesami Zamawiającego.
4. Wykonawca zobowiązuje się do współpracy z Zamawiającym przez cały czas realizacji Zadania.
5. Wykonawca nie może powierzyć osobom trzecim (podwykonawcom) wykonanie przedmiotu umowy, z wyjątkiem części przedmiotu umowy wskazanej przez Wykonawcę w jego ofercie.
6. Wykonawca, za działania lub zaniechania podwykonawców, ponosi odpowiedzialność jak za swoje działania lub zaniechania.

§ 5.

Obowiązki i oświadczenia Zamawiającego

1. Zamawiający po zawarciu umowy, w terminie do 3 dni roboczych prześle Wykonawcy następujące materiały:
 - 1) Key visual kampanii w postaci gotowych projektów graficznych plakatów do ekspozycji na nośnikach reklamy zewnętrznej, o wymiarach 1,2m x1,8 m, w 3 odsłonach, w formatach .psd (plik źródłowy) i jpg (podgląd),
 - 2) Scenariusze bannerów internetowych 750 x200, w formacie: statyczny - .psd (plik źródłowy) i .jpg (podgląd) oraz dynamiczny - .psd (plik źródłowy) i .gif (podgląd),
 - 3) Projekty dwóch artykułów sponsorowanych w formacie .indd (plik źródłowy) i pdf (podgląd),
 - 4) Kopie dwóch 30 sek. spotów telewizyjnych, w formatach dostosowanych do wymagań technicznych czterech głównych nadawców telewizyjnych.
2. Zamawiający oświadcza, że do wszystkich utworów, które zostaną wyemitowane i opublikowane w zakupionych na jego rzecz mediach przysługują mu prawa autorskie zgodnie z ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2016 r. Nr 90, poz. 666, z późn. zm.).
3. Zamawiający oświadcza, że treść materiałów przekazywanych Wykonawcy w celu emisji reklam będzie zgodna z przepisami powszechnie obowiązującego prawa, w tym prawa wspólnotowego.

§ 6.

Raportowanie i procedura odbioru

1. Podstawą rozpoczęcia przez Zamawiającego procedury odbioru przedmiotu umowy jest zgłoszenie przez Wykonawcę:
 - 1) poemisyjnych, tygodniowych raportów cząstkowych z emisji w stacjach TV i Internecie;
 - 2) raportu końcowego z realizacji kampanii, przekazanego Zamawiającemu w nieprzekraczalnym terminie do 15 marca 2017 r., który zawierać będzie w szczególności:
 - listę wyemitowanych spotów wygenerowanych z badań telemetrycznych przez Nielsen Audience Measurement;
 - raport poemisyjny kampanii TV, zawierający parametry: GRP, CPP osiągnięte w kampanii, w podziale na stacje telewizyjne lub grupy stacji dla każdej z grup celowych, oraz podsumowanie w odniesieniu do całej populacji oraz grupy celowej 18+;
 - porównanie wskaźników określonych dla TV w załączniku nr 3 do Umowy i osiągniętych w kampanii, w oparciu o badania Nielsen Audience Measurement;
 - listę wyemitowanych spotów w Internecie, a w szczególności: dostarczenie w formie elektronicznej przykładów print screenów wyemitowanych banerów i spotów VoD na wybranych do kampanii stronach/ portalach internetowych;

- porównanie wskaźników określonych dla Internetu w załączniku nr 3 do Umowy i osiągniętych w kampanii, dokonanego w oparciu o badania Gemius Megapanel lub Double Klick Campaign Manager;
 - listy zakupionych i wywieszonych nośników z adresem i opisem lokalizacji, wraz z dokumentacją fotograficzną wywieszonych nośników przekazaną Zamawiającemu na płycie CD lub pendrivie;
 - wykaz tytułów prasowych, w których zamieszczone zostały artykuły wraz z dostarczeniem do Zamawiającego po jednym egzemplarzu każdego numeru pisma z zamieszczonymi artykułami.
2. Zamawiający dokona odbioru raportu końcowego, o którym mowa w ust. 1 pkt 2 w terminie 14 dni kalendarzowych, od dnia przekazania raportu do akceptacji Zamawiającego.
 3. W przypadku uwag lub zastrzeżeń Zamawiający może żądać dodatkowych wyjaśnień do treści raportu i przekazywanej dokumentacji potwierdzającej wykonanie Zadania.

§ 7.

Wynagrodzenie Wykonawcy

1. Za wykonanie przedmiotu umowy Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie o łącznej wartości nieprzekraczającej kwotyzł (słownie złotych:.....), w której zawarta jest kwota podatku od towarów i usług, obliczona według ustalonej ustawowo stawki i zasad (VAT). Na łączną wartość wynagrodzenia składa się:
 - 1) wynagrodzenie częściowe w wysokości do kwoty.....zł, (słownie złotych:.....), w tym podatek Vat za realizację Zadania w zakresie określonym w § 1 ust. 4 pkt 1,
 - 2) wynagrodzenie częściowe w wysokości do kwotyzł, (słownie złotych:.....), w tym podatek Vat, za realizację Zadania w zakresie określonym w § 1 ust. 4 pkt 2,
 - 3) wynagrodzenie częściowe w wysokości do kwotyzł, (słownie złotych:.....), w tym podatek Vat, za realizację Zadania w zakresie określonym w § 1 ust. 4 pkt 3,
 - 4) wynagrodzenie częściowe w wysokości do kwotyzł (słownie złotych:.....), w tym podatek Vat za realizację Zadania w zakresie określonym w § 1 ust. 4 pkt 4.
2. W kwocie, o której mowa w ust. 1, zawarte są wszystkie koszty i prowizje związane z realizacją przedmiotu umowy.
3. Wynagrodzenie zostanie zapłacone na podstawie prawidłowo wystawionej faktury przez Wykonawcę i załączonego do niej podpisanego przez Zamawiającego protokołu odbioru, zgodnie z wzorem stanowiącym załącznik nr 2 do Umowy, w terminie 21 dni, licząc od dnia otrzymania faktury przez Zamawiającego.
4. Wynagrodzenie przekazane zostanie przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany na fakturze.
5. Wykonawca zobowiązuje się wystawić fakturę w terminie 7 dni od daty otrzymania protokołu, o którym mowa w ust. 3.
6. Za dotrzymanie terminu zapłaty, o którym mowa w ust. 3, uważa się złożenie przez Zamawiającego w tym terminie polecenia przelewu w banku obsługującym Zamawiającego.
7. Wykonawca nie może zbywać na rzecz osób trzecich wierzytelności powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy.

§ 8.

Kary umowne

1. W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego, że Wykonawca nie przystąpił do wykonania Zadania, w terminach określonych w harmonogramie, w wyniku czego nie nastąpiła emisja spotów w stacjach telewizyjnych, portalach internetowych, nośnikach reklamy zewnętrznej lub w prasie – Wykonawca nie otrzyma wynagrodzenia, o którym mowa w § 7 ust. 1 i zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 10% całkowitego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 7 ust.1.
2. W przypadku kampanii w telewizji, w razie stwierdzenia, iż Zadanie nie spełnia parametrów określonych w:

- a) § 3 ust. 1 pkt 1), Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną obliczoną jako iloczyn liczby nieosiągniętych GRP dla danego spotu 30" i ceny rozliczeniowej jednego punktu GRP brutto powiększony o 20 %. Strony przyjmują jako cenę rozliczeniową jednego punktu GRP brutto średnią cenę z oferty Wykonawcy wynoszącą zł z Vat (słownie).
- b) w § 3 ust. 1 pkt 2), Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 1% za każdy nieosiągnięty punkt procentowy zasięgu 3+, obliczoną od wynagrodzenia brutto dla wymaganego zasięgu 3+, określonego w załączniku 3 do umowy.
- c) § 3 ust. 1 pkt 3), Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną obliczoną jako iloczyn liczby nieosiągniętych GRP w Prime Time w top 4 dla kampanii i ceny rozliczeniowej jednego punktu GRP brutto w Prime Time w top 4 powiększony o 20 %. Strony przyjmują jako cenę rozliczeniową jednego punktu GRP w Prime Time w top 4 średnią cenę z oferty Wykonawcy wynoszącą zł, z Vat (słownie)
- d) § 3 ust. 1 pkt 4), Wykonawca nie otrzyma wynagrodzenia za każdy niewyemitowany spot w danym tygodniu i zapłaci Zamawiającemu karę w wysokości 5% ceny rozliczeniowej za dany spot brutto, z zastrzeżeniem § 2 ust. 6. Strony przyjmują, że cena rozliczeniowa za dany spot zostanie uwzględniona w szczegółowym *Planie emisji*, o którym mowa w § 1 ust. 5.
3. W przypadku emisji w Internecie, w razie stwierdzenia w protokole odbioru, iż Zadanie nie spełnia parametrów określonych w § 3 ust. 2, Wykonawca nie otrzyma wynagrodzenia za niezrealizowaną liczbę odsłon, zgodnie ze średnią ceną rozliczeniową CPM brutto (1000 odsłon) dla kampanii online w poszczególnych serwisach powiększoną o 10 %. Strony przyjmują, że średnia cena rozliczeniowa CPM brutto (1000 odsłon) wynosi..... zł, z Vat (słownie).
4. W przypadku kampanii outdoorowej, w razie nieosiągnięcia parametrów określonych w § 3 ust. 3 Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną, obliczaną jako iloczyn liczby niewywieszonych nośników i ceny rozliczeniowej jednego nośnika brutto powiększonej o 20 %. Strony przyjmują jako cenę rozliczeniową jednego nośnika średnią cenę z oferty Wykonawcy wynoszącą zł, z Vat (słownie).
5. W przypadku kampanii prasowej, w razie nieosiągnięcia parametrów określonych w § 3 ust. 3, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 1% za każdy nieosiągnięty punkt procentowy zasięgu 1+, obliczoną od wynagrodzenia brutto przewidzianego na kampanię prasową określonego w § 7 ust. 1.
6. Za każdy dzień zwłoki w realizacji Zadania, w terminach, o których mowa w § 2 ust. 1 pkt 1 i 2, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 0,05 % wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 7 ust. 1 pkt 4.
7. Zamawiający zastrzega sobie prawo potrącenia kary umownej z należności wynikającej z faktury, na co Wykonawca wyraża zgodę.
8. Zamawiający może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowań przewyższających zastrzeżone na jego rzecz kary umowne.
9. W razie wystąpienia istotnej okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy, Zamawiający może odstąpić od umowy w terminie dwóch dni roboczych po powzięciu wiadomości o zaistnieniu tych okoliczności. W takim przypadku Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonanej części umowy do momentu otrzymania od Zamawiającego zawiadomienia o odstąpieniu od umowy.

§ 9.

Osoby wyznaczone do współpracy

1. Do współpracy w sprawach związanych z wykonaniem Umowy w imieniu Zamawiającego wyznaczone zostają następujące osoby:

- 1)
- 2)

w imieniu Wykonawcy:

- 1)
- 2)

2. Zmiana osób, o których mowa w ust. 1, następuje poprzez pisemne powiadomienie drugiej Strony i nie stanowi zmiany treści Umowy.

§ 10.

Postanowienia końcowe

1. W sprawach nieuregulowanych umową mają zastosowanie przepisy ustaw: Kodeks cywilny, Prawo zamówień publicznych, a także wymogi określone w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i ofercie Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia – znak sprawy: 22/DPS/PN/2016.
2. Spory powstałe w związku z wykonywaniem umowy Strony zgodnie poddają rozstrzygnięciu sądu powszechnego właściwego miejscowo ze względu na siedzibę Zamawiającego.
3. Umowę sporządzono w 2 jednobrzmiących egzemplarzach: po jednym dla Wykonawcy i jedną dla Zamawiającego.
4. Załączniki stanowią integralną część umowy.

Załączniki do umowy:

- 1) *Załącznik nr 1 – Szczegółowy Opis Przedmiotu Umowy - Brief mediowy*
- 2) *Załącznik nr 2 – Wzór Protokołu odbioru*
- 3) *Załącznik nr 3 – Oferta (FO) Wykonawcy*
- 4) *Reprezentacja Wykonawcy*
- 5) *Reprezentacja Zamawiającego*

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY