



Załącznik nr 8 do SIWZ

Wzór Umowy

UMOWA ZLECENIE Nr WZP-..... /20.....

zawarta w dniu 20..... roku, pomiędzy

Województwem Kujawsko - Pomorskim z siedzibą w Toruniu Pl. Teatralny 2,

reprezentowanym przez:

.....;

zwanym dalej **Zleceniodawcą**

a

.....:

reprezentowana przez:

.....

zwanym dalej **Zleceniobiorcą**

§ 1

1. Przedmiotem umowy jest przygotowanie koncepcji działań promocyjnych i realizacja w oparciu o nią kampanii promującej tereny inwestycyjne w województwie kujawsko – pomorskim znajdujące się w ofercie Centrum Obsługi Inwestorów przy Urzędzie Marszałkowskim Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu (dalej COI), Miasta Bydgoszczy reprezentowanego przez Bydgoską Agencję Rozwoju Regionalnego sp. z o.o. (BARR) oraz Gminy Miasta Toruń, reprezentowanej przez Centrum Wsparcia Biznesu w Toruniu (zwanymi dalej Partnerami), skierowanej do potencjalnych inwestorów podróżujących liniami lotniczymi.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia został określony w załączniku nr 1 do niniejszej umowy, w którym zamieszczono istotne informacje dla Wykonawcy.
3. Realizacja przedmiotu umowy odbywać się będzie nie później niż 30 dni od dnia zawarcia umowy do 30 czerwca 2020 roku w terminach wynikających z załącznika nr 2 Harmonogram działań promocyjnych, przedstawionego przez Zleceniobiorcę, przy czym Zleceniodawca zastrzega możliwość dokonywania zmian w harmonogramie w zakresie dostosowania do parytetu wartości zamówienia.

4. Zleceniobiorca zobowiązuje się do promocji województwa kujawsko-pomorskiego w liniach lotniczych za pomocą nośników reklamowych. Promocja będzie polegała na:
- 1) użyciu elektronicznych form komunikacji marketingowej do dedykowanych grup pasażerów Przewoźnika lotniczego, z zasięgiem co najmniej 1 000 000 odbiorców podczas trwania kampanii promocyjnej, takich jak: strona internetowa, elektroniczne dokumenty podróży, z częstotliwością minimum 4 jednomiesięcznych bloków emisji;
 - 2) dystrybucji korespondencji elektronicznej w postaci newslettera lub innej formy zaproponowanej przez Zleceniobiorcę do dedykowanej grupy odbiorców, to jest członków programu lojalnościowego Przewoźnika lotniczego o profilu biznesowym (min. 10 000 odbiorców);
 - 3) emisji filmu promocyjnego z wykorzystaniem pokładowego systemu rozrywki (IFE) na wybranych rejsach Przewoźnika lotniczego w ilości minimum 4 jednomiesięcznych bloków emisji w okresie realizacji działań promocyjnych z zastrzeżeniem, że Zleceniobiorca przedstawi Zleceniodawcy do wyboru co najmniej dwie lokalizacje filmu w strukturze programów pokładowego systemu rozrywki przeznaczonego dla rejsów długodystansowych;
 - 4) publikacji (a) reklamy całostronicowej oraz (b) artykułu sponsorowanego w co najmniej trzech wydaniach magazynu pokładowego Przewoźnika lotniczego lub innego wydawnictwa Przewoźnika lotniczego z zasięgiem co najmniej 450.000 czytelników miesięcznie.
5. Kampania w postaci wydarzeń o charakterze promocyjnym będących integralną częścią, wzmocnieniem komunikacji zawartej na nośnikach reklamowych, określonych w § 1 ust. 4. Wydarzenia o charakterze promocyjnym powinny zostać przeprowadzone w wymienionych poniżej formach komunikacji:
- 1) dystrybucja materiałów promocyjnych w strefach odprawy biletowo-bagażowej pasażerów wyższych klas rezerwacyjnych (co najmniej jedna strefa na lotnisku odprawiającym co najmniej 1 mln pasażerów rocznie) przez okres min. 1 miesiąca;
 - 2) dystrybucja materiałów promocyjnych w dedykowanych poczekalniach Zleceniobiorcy w hali odlotów w co najmniej jednym porcie lotniczym obsługującym minimum 1 mln pasażerów rocznie przez okres minimum 1 miesiąca;
 - 3) ekspozycja przekazu promocyjnego na dostępnych wielkoformatowych powierzchniach reklamowych będących w dyspozycji Zleceniobiorcy (minimum 4 nośniki o powierzchni minimum 6 m² na terenie lub w bezpośrednim sąsiedztwie lotniska (obręb maksymalnie 5 km) obsługującego co najmniej 1 mln pasażerów rocznie przez okres 1 miesiąca;
- w minimalnym wymiarze co najmniej 4 działań w każdej ze wskazanych form w okresie realizacji działań promocyjnych;



- 4) organizacji min. 1 podróży studyjnej do województwa kujawsko-pomorskiego, w tym do Bydgoszczy i Torunia dla minimum 3 dziennikarzy zagranicznych współpracujących z Przewoźnikiem lotniczym, reprezentujących redakcje mediów o tematyce: biznes, inwestycje, nieruchomości, gospodarka, finanse o nakładzie jednorazowym, co najmniej 10 000 egzemplarzy z zastrzeżeniem każdorazowej akceptacji listy dziennikarzy akredytowanych do podróży studyjnej przez Zleceniodawcę ze zobowiązaniem do opublikowania w terminie 1 miesiąca artykułu redakcyjnego przez każdego z dziennikarzy.

§ 2

1. Zleceniodawca z zastrzeżeniem ust. 2 zobowiązuje się do przekazania materiałów niezbędnych do przeprowadzenia przedmiotu umowy najpóźniej na 3 tygodnie przed rozpoczęciem każdego z działań promocyjnych, o których mowa w załączniku nr 2 Harmonogram działań promocyjnych. Zmiana tego terminu możliwa jest za zgodą stron umowy.
2. Zleceniodawca zobowiązuje się do przekazania materiałów niezbędnych do przeprowadzenia przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 3 najpóźniej 2 tygodnie przed planowanym terminem rozpoczęcia działań promocyjnych, przy czym działania te nie mogą się rozpocząć wcześniej niż 6 miesięcy od dnia zawarcia umowy. Zmiana tego terminu możliwa jest za zgodą stron umowy.
3. Zleceniodawca przewiduje możliwość zmiany harmonogramu działań promocyjnych, o którym mowa w ust. 1 w zakresie terminu realizacji poszczególnych działań promocyjnych opisanych w tym załączniku. Zmiana taka możliwa jest za zgodą stron umowy.

§ 3

1. Zleceniobiorca zobowiązany będzie do składania co kwartalnych sprawozdań z realizacji przedmiotu umowy wraz z wyszczególnieniem działań wraz z kwotami w podziale na parytety.
2. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo kontroli realizacji przedmiotu umowy.

§ 4

1. Płatność za wykonanie przedmiotu umowy dokonywana będzie w częściach.
2. Za działania przewidziane do realizacji zgodnie z harmonogramem w 2018 roku faktura wystawiona zostanie do dnia 5 grudnia 2018 roku. Załącznikiem do faktury będzie lista działań zrealizowanych do dnia 30 listopada 2018 i planowanych do realizacji w grudniu 2018 roku. W przypadku gdy faktyczna wartość działań promocyjnych zrealizowanych w grudniu 2018 roku będzie odbiegać od



- uwzględnionej w fakturze wystawionej za 2018 rok i nie zostanie skompensowana wartością usług faktycznie zrealizowanych w pierwszych dwóch miesiącach 2019 roku, różnica ta zostanie skompensowana przez odpowiednią korektę wartości faktury za pierwszy okres rozliczeniowy w 2019 roku.
3. Za działania przewidziane do realizacji zgodnie z harmonogramem w 2019 i 2020 roku płatność dokonywana będzie w częściach (okresach rozliczeniowych) kwartalnie, z ewentualnym uwzględnieniem kompensaty o której mowa w ust.2.
 4. Z zastrzeżeniem ust. 5 faktury wystawiane będą w ciągu pięciu dni od zakończenia drugiego miesiąca (okresu rozliczeniowego) kwartału i obejmować będą koszty działań promocyjnych zrealizowanych w pierwszych dwóch miesiącach (okresu rozliczeniowego) oraz koszty działań planowanych do realizacji w trzecim miesiącu (okresu rozliczeniowego) kwartału. Każdorazowo załącznikiem do faktury będzie lista działań zrealizowanych w pierwszych dwóch miesiącach (okresu rozliczeniowego) kwartału i planowanych do realizacji w trzecim miesiącu (okresu rozliczeniowego) kwartału. W przypadku gdy faktyczna wartość działań promocyjnych zrealizowanych w trzecim miesiącu (okresu rozliczeniowego) kwartału odbiega od uwzględnionej w fakturze wystawionej za poprzedni (okres rozliczeniowy) kwartał i nie została skompensowana wartością usług faktycznie zrealizowanych w pierwszych dwóch miesiącach następnego (okresu rozliczeniowego) kwartału, różnica ta zostanie skompensowana przez odpowiednią korektę wartości faktury za następny (okres rozliczeniowy).
 5. Faktura za działania promocyjne zrealizowane w ostatnim (okresie rozliczeniowym) wystawiona będzie po jego zakończeniu i obejmować będzie koszty działań promocyjnych zrealizowanych w tym (okresie rozliczeniowym) z ewentualnym uwzględnieniem kompensaty, o której mowa w ust. 4.
 6. Płatności dokonywane będą każdorazowo przelewem na konto Zleceniobiorcy w terminie 30 dni od dnia dostarczenia do siedziby Zleceniodawcy prawidłowo wystawionej faktury VAT wystawionej na Województwo Kujawsko-Pomorskie, Plac Teatralny 2, 87-100 Toruń, NIP 956-19-69-536 i dostarczenia sprawozdania za dany kwartał.
 7. Płatnikiem należności będzie Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego Plac Teatralny 2, 87-100 Toruń.
 8. Wartość danego działania promocyjnego w danym kwartale będzie zgodna z wartością wskazaną w formularzu ofertowym stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
 9. Za wykonanie przedmiotu umowy, o którym mowa w §1 Zleceniodawca wypłaci Zleceniobiorcy wynagrodzenie w wysokości PLN brutto (słownie:00/100).



10. Strony przyjmują, że kwota wynagrodzenia zapłaconego Zleceniobiorcy pokrywa także wszelkie wydatki, które poczynił Zleceniobiorca w celu należytego wykonania umowy.
11. Za dzień dokonania zapłaty strony uznają dzień, w którym zostanie obciążony rachunek bankowy Zleceniodawcy.

§ 5

1. Strony zobowiązane są do bieżących konsultacji w sprawie realizacji przedmiotu umowy.
2. Strony wyznaczą po jednej osobie do bieżących konsultacji.
 - 1) ze strony Zleceniodawcy.....
 - 2) ze strony Zleceniobiorcy.....
3. Każda strona umowy zobowiązana jest do bezzwłocznego powiadomienia drugiej strony o zaistnieniu okoliczności uniemożliwiających realizację przedmiotu umowy zgodnie z umową.
4. W wypadku gdy Zleceniobiorca planuje zaprzestanie prowadzenia choćby jednego działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy jest zobowiązany poinformować o tym Zleceniodawcę najpóźniej na dwa miesiące przed planowanym terminem zaprzestania prowadzenia tego działania.

§ 6

1. Zleceniodawcy przysługuje prawo wypowiedzenia umowy w wypadku otrzymania od Zleceniobiorcy informacji o planowanym zaprzestaniu prowadzenia choćby jednego działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy.
2. Zleceniodawcy przysługuje prawo wypowiedzenia umowy w wypadku gdy Zleceniobiorca nie zrealizował zgodnie z umową choćby jednego działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy, chyba że Zleceniobiorca nie zrealizował tego działania z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Zleceniodawcy.
3. Zleceniobiorcy przysługuje prawo wypowiedzenia umowy w wypadku gdy Zleceniodawca przez okres co najmniej 40 dni zalega z co najmniej jedną częścią wynagrodzenia.
4. Wypowiedzenie niniejszej umowy może nastąpić z zachowaniem miesięcznego okresu wypowiedzenia.
5. Wypowiedzenie umowy następuje w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
6. Termin wypowiedzenia biegnie od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym wypowiedzenie dotarło do drugiej Strony niniejszej umowy.
7. Strony zgodnie oświadczają, iż za termin, w którym wypowiedzenie, o którym mowa wyżej dotarło do drugiej strony, uznają dzień, w którym strona wypowiadająca

umowę przesłała wypowiedzenie na numer fax lub adres e-mail wskazany do kontaktów (§ 5 ust. 2 niniejszej umowy), pod warunkiem, iż wypowiedzenie to dotarło w formie pisemnej do drugiej strony umowy najpóźniej w terminie 10 dni od dnia przesłania go na numer fax lub adres e-mail wskazany do kontaktów (§ 5 ust. 2 niniejszej umowy).

§ 7

1. Zleceniobiorca zapłaci Zleceniodawcy kary umowne za nie wykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy, w wysokości 5 % wartości tego działania w danym kwartale.
2. Karze nie podlega nie wykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy w wypadku gdy nie wykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową nastąpi z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Zleceniodawcy lub w wyniku zaistnienia okoliczności obiektywnych niezależnych od stron umowy.
3. Kara umowna nie wyłącza możliwości dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych.
4. W przypadku naliczenia kar umownych Zleceniodawca zastrzega sobie prawo do ich potrącenia z kwoty wynagrodzenia po bezskutecznym upływie terminu zapłaty wystawionej noty.

§ 8

Strony zgodnie oświadczają, iż umowa może zostać rozwiązana za porozumieniem stron.

§ 9

Strony zgodnie oświadczają, iż dokonają zmiany wysokości wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 w wypadku zmiany stawki podatku od towarów i usług (VAT) w wypadku zaistnienia takiej zmiany wynagrodzenie Zleceniobiorcy brutto zostanie zmniejszone bądź zwiększone w stosunku odpowiednim do zmiany wysokości podatku VAT, wynagrodzenie Zleceniobiorcy netto (tj. bez podatku VAT) jest niezmiennie.

§ 10

1. Zmiany umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.




3. Spory Strony poddają pod rozstrzygnięcia Sądu właściwego dla siedziby Zleceniodawcy.
4. Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z czego dwa egzemplarze dla Zleceniodawcy i jeden dla Zleceniobiorcy.

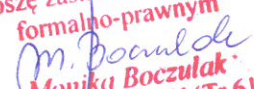
Zleceniodawca:

Zleceniobiorca:

Załączniki:

1. Załącznik nr 1 - Oferta Zleceniobiorcy wraz z harmonogramem działań promocyjnych,
2. Załącznik nr 2 - Harmonogram działań promocyjnych.


Pawł Adameczyk
Dyrektor Departamentu Finansów

Nie wnoszę zastrzeżeń pod względem formalno-prawnym (3)

Monika Boczulak
RADCA PRAWNY (Tr 615)
02.08. 2018r.

