

UMOWA NR 4/ZP/2011 - WZÓR

stanowiąca wynik postępowania przeprowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego –
- art. 39 i następne ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych (tekst
jednolity: Dz. U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami)

zawarta w dniu w Białymstoku pomiędzy:

* prowadzącym
działalność gospodarczą pod firmą

.....
..... z siedzibą

w ul.

..... zarejestrowanym

....., pod numerem KRS

....., posiadającym numer identyfikacyjny NIP

.....; REGON,

reprezentowaną przez:

.....
.....
zwanym dalej „Wykonawcą”

a

Galerią Arsenał w Białymstoku, z siedzibą przy ul. Adama Mickiewicza 2, 15-222 Białystok, wpisaną
do Rejestru Instytucji Kultury Miasta Białegostoku pod numerem RIK 05/94, posiadającą numer NIP
542-19-66-151, Regon 000671154, reprezentowaną przez: Monikę Szewczyk – Dyrektor Galerii
Arsenał w Białymstoku, zwaną dalej „Zamawiającym”,

Na mocy której strony uzgodniły, co następuje:

§ 1

Definicje

1. W niniejszej Umowie następujące słowa i wyrażenia, pod warunkiem braku odmiennego za-
strzeżenia lub niespójności z kontekstem, oznaczają:

- 1.1. „Kampania reklamowa”, „Kampania public relations” – oznacza profesjonalne działa-
nia Wykonawcy polegające na opracowywaniu koncepcji, realizacji oraz nadzorze kampanii;
- 1.2. „Koncepcja kampanii” – oznacza sposób przygotowania i prowadzenia przez Wyko-
nawcę kampanii reklamowej i kampanii public relations, a zwłaszcza określenie kształtu i ter-
minu przeprowadzenia poszczególnych elementów kampanii oraz optymalnych środków kre-
acji i technik oddziaływania;
- 1.3. „Kreacja” – oznacza kształtowanie form i treści przekazu reklamowego oraz opraco-
wanie koncepcji i projektów materiałów reklamowych;
- 1.4. „Layout” – oznacza stały układ kompozycyjny w projekcie graficznym;
- 1.5. „Materiały reklamowe” – oznaczają wszelkie materiały przeznaczone do emisji lub
ekspozycji w mediach oraz ich części składowe;
- 1.6. „Media” – oznaczają wszelkie dostępne środki służące rozpowszechnianiu materia-
łów reklamowych.

1.7. „Mediaplan” – oznacza precyzyjny plan określający media (tytuły, nośniki) wybrane do realizacji kampanii, w tym terminy emisji oraz dostarczenia materiałów, formaty reklam, miejsca zamieszczenia reklam, koszty, parametry kampanii.

1.8. „Produkcja” – oznacza wytworzenie materiałów reklamowych lub ich poszczególnych elementów;

1.9. „Przedstawiciel Zamawiającego” – oznacza osobę upoważnioną przez Zamawiającego do składania w jego imieniu oświadczeń przewidzianych Umową, z wyjątkiem oświadczeń dotyczących zmiany Umowy;

1.10. „Przedstawiciel Wykonawcy” – oznacza osobę upoważnioną przez Wykonawcę do składania w jej imieniu oświadczeń przewidzianych Umową, z wyjątkiem oświadczeń dotyczących zmiany Umowy;

1.11. „Umowa” – oznacza niniejsza Umowę;

1.12. „Utwór” – oznacza każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia.

§ 2

Przedmiot Umowy.

1. Przedmiotem Umowy zamówienia jest przygotowanie oraz realizacja wizerunkowej kampanii reklamowej i public relations wystawy „Podróż na Wschód” realizowanej przez Galerię Arsenał we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011 r.
2. Podstawą przygotowanej kampanii jest Brief Kampanii reklamowej i public relations wystawy „Podróż na Wschód” realizowanej w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011 r. , stanowiący Załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
3. Kampania zrealizowana zostanie zgodnie z ogólną koncepcją kampanii, przedstawioną w Formularzu Oferty, stanowiącej załącznik numer 4 do niniejszej umowy.
4. Kampania będzie realizowana w oparciu o postawione następujące cele strategiczne:
 - budowanie pozytywnego wizerunku wystawy „Podróż na Wschód” i zachęcenie jak największej liczby osób do obejrzenia wystawy i uczestnictwa w wydarzeniach towarzyszących;
 - dotarcie ze szczegółową informacją o wystawie „Podróż na Wschód” do wybranych grup docelowych;
 - budowa pozytywnego wizerunku i wzrost prestiżu marki Galerii Arsenał.
5. Kampania będzie realizowana w oparciu o postawione następujące cele komunikacyjne:
 - poinformowanie o otwarciu wystawy i jej trwaniu oraz o wydarzeniach towarzyszących;
 - podkreślenie międzynarodowej rangi wystawy oraz faktu, że wystawa jest częścią Krajowego Programu Kulturalnego Przewodnictwa Polski w Radzie UE;
 - utrwalenie pozytywnego wizerunku wystawy (pozytywne emocje, otwarty dialog, chęć wzajemnego poznania się, różnorodne perspektywy, hierarchie wartości i wielorakie możliwości interpretacji, które razem tworzą nowe relacje między ludźmi na całym świecie;
 - zaintrygowanie odbiorcy wystawą – inspiracja do odwiedzenia wystawy;
 - komunikacja wizerunkowych atrybutów Galerii Arsenał (otwarta, dynamiczna, nowoczesna, z wieloletnim doświadczeniem, z dużym potencjałem rozwojowym, profesjonalna, realizująca ambitne i unikatowe przedsięwzięcia artystyczne na światowym poziomie);
 - zaintrygowanie odbiorcy Galerią Arsenał – inspiracja do zapoznania się z ofertą wystawienniczą.

§ 3

Do zadań Wykonawcy należy:

1. Zrealizowanie kampanii reklamowej i kampanii public relations, na podstawie koncepcji kampanii przedstawionej w Formularzu Oferty stanowiącej załącznik nr 4 do niniejszej umowy.

2. Przekazanie Zamawiającemu stworzonego zgodnie z wytycznymi zawartymi w Briefie, stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej umowy, layoutu – motywu graficznego dla kampanii oraz pozostałych działań promocyjnych podejmowanych we własnym zakresie przez Zamawiającego w związku z organizacją wystawy „Podróżna Wschód”(możliwe zastosowania: plakaty, billboardy, bilety, zaproszenia, foldery, ulotki, reklama online itp.)
3. Przekazanie Zamawiającemu pełnej dokumentacji kampanii, w tym:
 - wizualizacji i kompletnych projektów graficznych dla poszczególnych mediów/nośników, zawierających gotowe teksty reklamowe.
4. Zakup mediów zgodnie z mediaplanem przedstawionym w Formularzu Oferty, stanowiącym załącznik nr 4 do niniejszej umowy.
5. Bezpośrednia realizacja kampanii:
 - świadczenie usług produkcji Materiałów reklamowych według specyfikacji dla poszczególnych mediów/nośników,
 - koordynacja w zakresie realizacji Medioplanu, w tym terminowe dostarczanie Materiałów do emisji oraz bieżące kontrolowanie realizacji kampanii,
 - obsługa w zakresie przeformatowywania i edycji layoutów przygotowanych w ramach kampanii pod kątem bieżących potrzeb Zamawiającego.
6. Przedstawienie pełnego raportu podsumowującego kampanię w wersji drukowanej oraz elektronicznej, obejmującego:
 - pełny opis wykonywanych w ramach kampanii działań wraz z harmonogramem ich realizacji,
 - sprawozdanie z wykonania medioplanu,
 - dokumentację graficzną kampanii, uwzględniającą wszystkie wykorzystane w jej ramach materiały reklamowe.

§ 4

Obowiązki Wykonawcy.

1. Wykonawca zobowiązany jest do starannego zrealizowania przedmiotu umowy określonego w paragrafie 2 niniejszej umowy, w tym wykonania wszystkich zadań określonych w paragrafie 3 n.u.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania, produkcji materiałów reklamowych, ich dystrybucji i nadzoru prawidłowej ekspozycji zgodnie z treścią załączników do niniejszej umowy wymienionych w paragrafie 2.
3. Wykonawca, wykonując prace określone w niniejszej Umowie, zobowiązuje się do starannego i profesjonalnego przestrzegania zapisów wyznaczających kierunki działań promocyjnych Galerii Arsenał i uwzględniania wskazówek przekazywanych przez Zamawiającego.
4. Wykonawca, wykonując prace określone w niniejszej Umowie, zobowiązuje się do starannego i profesjonalnego działania, do przestrzegania obowiązującego prawa oraz do dbałości o interesy Zamawiającego.
5. Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że wykonane przez niego dzieła będą oryginalne i w żadnym wypadku nie będą naruszać praw osób trzecich. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za naruszenia praw osób trzecich. W przypadku wystąpienia przez osobę trzecią z roszczeniami wynikającymi z tytułów określonych powyżej, Zamawiający zobowiązany jest zawiadomić o tym niezwłocznie Wykonawcę, który zwołni Zamawiającego z jakiejkolwiek odpowiedzialności w stosunku do osoby trzeciej. Zamawiający ma prawo brać udział w rozmowach dotyczących rozwiązań polubownych, jak i uczestniczyć w ewentualnych procesach na zasadzie interwencji ubocznej.
6. Wykonawca zobowiązuje się do pozyskania wszelkich niezbędnych pozwoleń wynikających z przyjętej koncepcji kampanii promocyjnej, potrzebnych do jej realizacji. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie warunków formalnych przez Wykonawcę.
7. W ramach nadzoru kampanii promocyjnej Wykonawca do dnia 30 października 2011 przedstawi do akceptacji Zamawiającemu pełny raport podsumowujący kampanię.
8. Zamawiającemu przysługuje prawo zgłoszenia pisemnych zastrzeżeń do przekazanego raportu w terminie 5 dni roboczych od dnia jego otrzymania przez Zamawiającego.

9. W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez Zamawiającego w terminie określonym w paragrafie 4 w punkcie 8, Wykonawca zobowiązuje się do dokonania odpowiednich modyfikacji raportu, nie później niż w terminie 10 dni od momentu zgłoszenia zastrzeżeń przez Zamawiającego.

§ 5

Obowiązki Zamawiającego.

1. Zamawiający zobowiązuje się do aktywnej współpracy z Wykonawcą w zakresie wykonywania niniejszej Umowy, a w szczególności do:
 - dostarczania na bieżąco materiałów i informacji, niezbędnych Wykonawcy do świadczenia usług i wykonania prac objętych przedmiotem Umowy,
 - wyposażenia Wykonawcy – w zależności do bieżących potrzeb i po uprzedniej notyfikacji – w stosowne dokumenty, pełnomocnictwa i upoważnienia do działania na rzecz lub w imieniu Zamawiającego.
2. Zamawiający zobowiązuje się do terminowego dokonywania płatności z tytułu należnego Wykonawcy i zaakceptowanego wynagrodzenia.

§ 6

Wynagrodzenie Agencji.

1. Za wykonanie umowy Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w wysokości
..... zł brutto (słownie:
2. Wynagrodzenie będzie płatne po realizacji umowy zgodnie z treścią paragrafów 2 - 4 niniejszej umowy, na podstawie przedstawionej i zaakceptowanej przez Zamawiającego faktury zawierającej rozliczenie wykonanych czynności oraz po dostarczeniu raportu finalnego dotyczącego wykonania zlecenia.
3. Zamawiający dopuszcza możliwość rozliczeń cząstkowych, uzgodnionych w drodze porozumienia pomiędzy stronami niniejszej umowy.

§ 7

Zasady płatności wynagrodzenia.

1. Zamawiający jest zobowiązany dokonać płatności przewidzianego Umową wynagrodzenia Wykonawcy w terminie 14 dni od daty otrzymania prawidłowo wystawionej przez Wykonawcę faktury.
2. Zamawiający upoważnia Wykonawcę do wystawiania faktur VAT bez jego podpisu jako nabywcy w rozumieniu odpowiednich przepisów ustawy o podatku od towarów i usług oraz o podatku akcyzowym.

§ 8

Kary umowne.

1. Wykonawca zobowiązany będzie do zapłaty Zamawiającemu kary umownej za odstąpienie od umowy z przyczyn, za które odpowiada Wykonawca – w wysokości 15 % ustalonego wynagrodzenia, o którym mowa w paragrafie 6 punkt 1 niniejszej umowy.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo potrącenia należnych i wymagalnych kar umownych z należności przysługującej Wykonawcy.
3. Strony zastrzegają sobie prawo dochodzenia na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego kary umowne.

§ 9

Postanowienia końcowe.

1. W razie wystąpienia istotnej zmiany 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 30 dni od powzięcia wiadomości o powyższych okolicznościach.
2. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, Wykonawca może żądać jedynie wynagrodzenia należnego mu z tytułu wykonania części umowy.

§ 10

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy prawa polskiego, w tym w szczególności ustawa z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami) oraz przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. - Kodeks Cywilny (Dz.U. 16, poz. 93, z późniejszymi zmianami.).
2. W przypadku sporu powstałego z wykonywaniem umowy strony poddają go pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego w Białymstoku, właściwego dla Zamawiającego.

§ 11

Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej umowy mogą być dokonywane za zgodą obu stron wyrażoną w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 12

Umowę sporządza się w trzech jednobrzmiących egzemplarzach: 2 egzemplarze dla Zamawiającego i 1 egzemplarz dla Wykonawcy.

Wykonawca

Zamawiający