



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO  
PRZEKRACZAMY GRANICE

### **Zamawiający:**

GMINA MIEJSKA KŁODZKO  
pl. Bolesława Chrobrego 1  
57-300 Kłodzko

### SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

## **PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO**

Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego powyżej 206 000 EURO zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223 poz. 1655 ze zm.)

Zatwierdzono

**Kłodzko, dnia 03.04.2009 r.**



Projekt „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza”  
jest współfinansowany przez UNIĘ EUROPEJSKĄ ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego  
w ramach POWT RCz-RP 2007-2013



## **SPIS TREŚCI:**

### **Rozdział A: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

- A.1. Nazwa i adres Zamawiającego.
- A.2. Tryb zamówienia.
- A.3. Opis przedmiotu zamówienia.
- A.4. Informacja w sprawie ofert częściowych lub wariantowych.
- A.5. Informacja o przewidywanym udzieleniu zamówień uzupełniających.
- A.6. Termin wykonania zamówienia.

### **Rozdział B: INSTRUKCJA DLA WYKONAWCÓW**

- B.1. Warunki udziału w postępowaniu.
- B.2. Sposób dokonywania oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu.
- B.3. Informacja o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć Wykonawcy.
- B.4. Opis sposobu udzielania wyjaśnień dotyczących Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i porozumiewania się z Zamawiającym.
- B.5. Nazwiska, stanowiska służbowe oraz sposób porozumiewania się z pracownikami Zamawiającego, uprawnionymi do bezpośredniego kontaktowania się z Wykonawcami.
- B.6. Wymagania dotyczące wadium.
- B.7. Termin, do którego Wykonawca będzie związany złożoną ofertą.
- B.8. Sposób przygotowywania oferty.
- B.9. Miejsce i termin składania i otwarcia ofert.
- B.10. Otwarcie ofert.
- B.11. Kryteria wyboru i ocena ofert.
- B.12. Formalności, jakie powinny zostać dopełnione po zakończeniu przetargu w celu zawarcia umowy. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy.
- B.13. Powiadomienie o wyniku postępowania przetargowego.
- B.14. Umowa ramowa.
- B.15. Informacje dotyczące walut obcych, w jakich dopuszcza się prowadzenie rozliczeń z Zamawiającym.
- B.16. Aukcja elektroniczna.
- B.17. Środki ochrony prawnej przysługujące Wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia.

### **Rozdział C: OPIS SPOSOBU OBLICZANIA CENY OFERTY**

### **Rozdział D: ISTOTNE POSTANOWIENIA DO UMOWY – UMOWA/PROJEKT**

### **Rozdział E: ZAŁĄCZNIKI**

1. **Załącznik 1: Formularz ofertowy i cena oferty**
2. **Załącznik 2: „Oświadczenia Wykonawcy”.**
3. **Załącznik 3: „Zakres zadań Wykonawcy”**
4. **Załącznik 4: „Opis koncepcji projektu”**
5. **Załącznik 5: „Wykaz wykonanych podobnych usług.”**
6. **Załącznik 6: „Wykaz niezbędnych do wykonania zamówienia narzędzi i urządzeń”**

## **Rozdział A. – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

**A1. Zamawiający:** Gmina Miejska Kłodzko,  
pl. Bolesława Chrobrego 1,  
57-300 Kłodzko  
tel. 074/ 8654600 faks 074/ 8674062  
www.bip.um.klodzko.pl,  
www.klodzko.pl

**A2. Tryb udzielenia zamówienia:** Zamówienie będzie udzielone w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Pzp.

**A3. Opis przedmiotu zamówienia:** 79340000 - kod wiodący

Opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie usługi polegającej na przygotowaniu, koordynacji i realizacji wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego w okresie od momentu podpisania umowy do 01 października 2010 r. złożonej z/ze :

- kampanii bilbordowej :  
zapewnienie miejsca na 9 wolnostojących nośnikach, dobudowanie do każdego z nośników nadstawki nawiązującej grafiką lub formą do poszczególnych partnerów projektu, plakat reklamowy do naklejania na nośnik w wersji polskiej i czeskiej, druk plakatów, dostarczenie i montaż bilbordów
- spotów reklamowych w polskiej i czeskiej TV oraz radiu, filmów promocyjnych :  
20 sekundowy spot telewizyjny z muzyką i głosem lektorskim (w wersji polskiej i czeskiej), zakup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych polskich i czeskich, 10 minutowy film reklamowy w wersji polskiej i czeskiej, wykonanie 4000 sztuk kopii filmu (2000 sztuk wersji polskiej i 2000 sztuk wersji czeskiej), spot radiowy z muzyką i głosem lektorskim (w wersji polskiej i czeskiej), zakup czasu antenowego w radiu,
- artykułów reklamowe w prasie polskiej i czeskiej:  
reklama prasowa (w wersji polskiej i w wersji czeskiej), zakup powierzchni reklamowej, projekt graficzny reklam (w wersji polskiej i w wersji czeskiej)
- reklam w języku polskim i czeskim na portalu internetowym:  
produkcja banerów reklamowych (5 w wersji polskiej i 4 w wersji czeskiej), zakup powierzchni reklamowej na portalach internetowych,
- gadżetów promocyjnych:  
wykonanie gadżetów promocyjnych (koszulki typu polo – damskie i męskie, t-shirt męski i damski, bluzy dla grupy roboczej, kurtki dla grupy roboczej, czapeczki dla grupy roboczej, smycze, baloniki, długopisy, gra typu memo, kubki), dostarczenie do partnerów do poszczególnych partnerów z zachowaniem odpowiednich terminów
- wydawnictw poligraficznych: wykonanie ulotki promocyjnej, wykonanie przewodnika z kalendarzem rekonstrukcji , wykonanie paszportów lojalnościowych, wykonanie pieczętki, dostarczenie do poszczególnych partnerów z zachowaniem odpowiednich terminów

na warunkach określonych w załączniku nr 3 do SIWZ oraz w załączniku nr 1 do umowy. Kampania promocyjna będzie obejmować swoim zasięgiem terytorium Polski oraz terytorium Republiki Czeskiej.

Lokalizacja i terminy: w załączniku nr 1 do umowy

„Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza” to projekt partnerski realizowany przez dziewięciu partnerów z Polski i Republiki Czeskiej. Partnerem wiodącym jest Gmina Miejska Kłodzko. „Rekonstrukcje historyczne...” mają na celu wspieranie współpracy transgranicznej w zakresie kontaktów międzyludzkich oraz inicjatyw społecznych. Zadaniem projektu jest budowa trwałej więzi między partnerami i pomoc we wspólnej organizacji imprez kulturalnych i rekreacyjno – edukacyjnych. Celem przedsięwzięcia jest również współpraca pomiędzy polskimi i czeskimi jednostkami administracji publicznej i organizacjami, które świadczą usługi publiczne. Przedsięwzięcie nakłada na partnerów obowiązek organizacji co najmniej raz w roku inscenizacji historycznej bitwy oraz utworzenie lub doposażenie w stroje oraz niezbędny sprzęt regimentów historycznych. Szczegółowe informacje na stronie [www.zeroborder.info](http://www.zeroborder.info) oraz [www.klodzko.pl](http://www.klodzko.pl).

Niniejsze zamówienie jest elementem realizacji w/w projektu pn. „**Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza**” współfinansowanego z Unii Europejskiej ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach POWT RCz – RP 2007 – 2013.

**A4.** Dodatkowe informacje:

1. Zamawiający nie wyraża zgody na składanie ofert wariantowych.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie przewiduje ustanowienia dynamicznego systemu zakupów.
4. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej i aukcji elektronicznej.
5. Zamawiający nie przewiduje zebrania Wykonawców.
6. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawców w ofercie części zamówienia, której wykonanie powierzy podwykonawcy

**A5.** Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust 1 pkt. 6 ustawy Prawo zamówień publicznych.

**A6.** Termin wykonania zamówienia [art. 36 ust. 1 pkt 4 ustawy]

Zamawiający ustala termin wykonania zamówienia, jako termin wymagany: **od dnia podpisania umowy do dnia 01.10.2010 r.** Szczegółowy harmonogram realizacji kampanii promocyjnej, lokalizacja i terminy rekonstrukcji znajdują się w załączniku nr.1 do umowy.

## **Rozdział B – INSTRUKCJA DLA WYKONAWCÓW**

### **B.1. Warunki udziału w postępowaniu**

1. O udzielenie zamówienia ubiegać się mogą Wykonawcy składający ważną i odpowiednią ofertę oraz:

- 1.1 posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
- 1.2 posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia lub przedstawią pisemne zobowiązanie innych podmiotów do udostępnienia potencjału technicznego i osób zdolnych do wykonania zamówienia.
- 1.3 znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
- 1.4 nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ust.1 i 2 ustawy Pzp.

2. W okresie ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie zrealizowali, co najmniej dwie usługi stanowiące przedmiot zamówienia – usługi związane

z przygotowaniem, koordynacją i realizacją wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego, z których co najmniej jedna miała wartość 50 000 euro / ok. 200 000 zł brutto z podaniem ich/jej wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców oraz załączenie dokumentów potwierdzających, że te usługi/usługa zostały wykonane należycie (np. referencje, protokół odbioru).

3. Posiadają (własny, **wynajęty lub użyzony**) sprawny technicznie, co najmniej podstawowy sprzęt, który zostanie użyty podczas realizacji zamówienia : kamera cyfrowa z wymienną optyką, ramię kamerowe, zestaw montażowy

4. Polisa na kwotę 50 000 E bądź 200 000 PLN brutto, a w przypadku jej braku innego dokumentu potwierdzającego, że wykonawca jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności.

## **B.2. Sposób dokonywania oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu**

Komisja przetargowa, powołana przez zamawiającego, dokona oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu, na podstawie dokumentów i oświadczeń złożonych w ofercie, potwierdzających spełnienie wymaganych warunków wg zasady spełnia/nie spełnia.

## **B.3. Informacja o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu.**

1. Wypełniony i podpisany formularz oferty i cenowy (załącznik nr 1 do SIWZ).

2. Oświadczenie o spełnieniu warunków określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych (załącznik nr 2 do SIWZ).

3. W celu potwierdzenia, że wykonawca posiada uprawnienie do wykonywania określonej działalności lub czynności oraz nie podlega wykluczeniu na podstawie art. 24 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych, zwanej dalej "ustawą", Zamawiający żąda następujących dokumentów:

a) aktualnego odpisu z właściwego rejestru albo aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

b) aktualnych zaświadczeń właściwego naczelnika urzędu skarbowego oraz właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzających odpowiednio, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, opłat oraz składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne, lub zaświadczeń, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawionych nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

c) aktualnej informacji z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt. 4-8 ustawy, wystawionej nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

d) aktualnej informacji z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt. 9 ustawy, wystawionej nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert.

4. W celu potwierdzenia opisanego przez zamawiającego warunku posiadania przez wykonawcę niezbędnej wiedzy i doświadczenia oraz dysponowania potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, zamawiający żąda następujących dokumentów:
  - a) wykazu wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, dostaw lub usług w okresie ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, odpowiadających swoim rodzajem i wartością dostawom lub usługom stanowiącym przedmiot zamówienia, z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców, oraz załączenia dokumentów potwierdzających, że te dostawy lub usługi zostały wykonane należycie (załącznik nr 5)
  - b) wykazu niezbędnych do wykonania zamówienia narzędzi i urządzeń, którymi dysponuje lub będzie dysponował wykonawca (załącznik nr 6)
  - c) pisemnego zobowiązania innych podmiotów do udostępnienia niezbędnych do wykonania zamówienia narzędzi i urządzeń, jeżeli w wykazie, o którym mowa w pkt b, wykonawca wskazał narzędzia i urządzenia, którymi będzie dysponował
  - d) informacji na temat przeciętnej liczby zatrudnionych pracowników lub liczebności personelu kierowniczego w okresie ostatnich trzech lat a w przypadku , gdy okres prowadzenia działalności jest krótszy w tym okresie
5. W celu potwierdzenia opisanego przez zamawiającego warunku znajdowania się przez wykonawcę w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia , zamawiający żąda następujących dokumentów 1) polisy na kwotę 50 000 E bądź 200 000 PLN brutto, a w przypadku jej braku innego dokumentu potwierdzającego, że wykonawca jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności. Minimalny poziom wymaganych standardów to polisa na kwotę 50 000 E bądź 200 000 PLN brutto, a w przypadku jej braku innego dokumentu potwierdzającego, że wykonawca jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności.
6. Zgodnie z art. 23 ust.1 Pzp Wykonawcy mogą ubiegać się wspólnie o udzielenie zamówienia. W w/w przypadku Wykonawcy ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Pełnomocnictwo winno być złożone w formie oryginału lub kopii poświadczonej notarialnie.  
Zasady składania ofert wspólnych przez przedsiębiorców :
  - 6.1 Wykonawcy, którzy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia publicznego ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu albo do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Pełnomocnictwo należy dołączyć do oferty. Umocowanie może wynikać z treści umowy konsorcjum – w przypadku złożenia oferty przez konsorcjum – w takiej sytuacji należy dołączyć do oferty umowę konsorcjum.
  - 6.2 W przypadku złożenia oferty wspólnej, w „formularzu oferty” pełnomocnik zaznacza w czym imieniu występuje .
  - 6.3 Wszystkie kserokopie dokumentów muszą poświadczone „za zgodność z oryginałem” przez pełnomocnika.
  - 6.4 Wszelka korespondencja oraz rozliczenia dokonywane będą wyłącznie z pełnomocnikiem.
7. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, składa dokumenty, o których mowa w Rozporządzeniu

Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 maja 2006 roku (Dz. U. z 2006 r. Nr 87 poz. 605 ) oraz zmiany wprowadzone rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 16 października 2008 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy, oraz form w jakich te dokumenty mogą być składane (Dz. U. nr 188, poz.1155).

8. Dokumenty przetargowe, które zostały otworzone w trakcie wykonywania procedury przetargowej zatrzymuje Zamawiający.
9. Załączniki powinny zostać wypełnione (bądź przepisane z zachowaniem formy i treści i wypełnione) przez Wykonawcę bez dokonywania jakichkolwiek zmian skutkujących zmianą ich sensu.
10. W przypadku dołączenia do oferty kopii dokumentu, powyższa kopia musi być potwierdzona „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub pełnomocnego przedstawiciela Wykonawcy. Wszelkie pełnomocnictwa uprawniające do reprezentacji winny być złożone w formie oryginału lub kopii poświadczonych notarialnie.
11. Jeżeli Wykonawca nie złoży wymaganych dokumentów i oświadczeń lub nie spełni jednego bądź więcej warunków, jego oferta zostanie odrzucona lub Wykonawca zostanie wykluczony z postępowania. Zgodnie z art. 24 ust. 4 ustawy ofertę Wykonawcy wykluczonego uznaje się za odrzuconą.

#### **B.4. Opis sposobu udzielenia wyjaśnień dotyczących Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i porozumiewania się z zamawiającym**

1. Wyjaśnienia udzielane będą w trybie art. 38 Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r – Prawo zamówień publicznych, co oznacza, że Zamawiający odpowie niezwłocznie na każde zapytanie dotyczące Specyfikacji, chyba że otrzyma je na mniej niż 6 dni przed terminem otwarcia ofert.
2. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może, przed upływem terminu składania ofert, zmodyfikować treść niniejszej SIWZ. Modyfikacja może wynikać z pytań zadanych przez Wykonawców, jak i z własnej inicjatywy Zamawiającego. Dokonane uzupełnienia zgodne z art. 38 Pzp są wiążące dla wszystkich Wykonawców.
3. W sytuacji opisanej w pkt 2 Zamawiający przedłuży termin składania ofert z uwzględnieniem czasu niezbędnego do wprowadzenia w ofertach zmian wynikających z modyfikacji treści SIWZ.
4. Treść zapytań i odpowiedzi, o których mowa w pkt 1 oraz treść dokonanych modyfikacji SIWZ, o których mowa w pkt 2, Zamawiający prześle niezwłocznie wykonawcom, którym przekazał specyfikację istotnych warunków zamówienia oraz udostępni na stronie internetowej [www.bip.um.klodzko.pl/](http://www.bip.um.klodzko.pl/) zamówienia publiczne.

#### **B.5. Nazwiska, stanowiska służbowe oraz sposób porozumiewania się z pracownikami zamawiającego, uprawnionymi do bezpośredniego kontaktowania się z Wykonawcami.**

1. Wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Zamawiający i Wykonawcy przekazują pisemnie. Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się faksem oraz pocztą internetową, przesłane tą drogą informacje należy potwierdzić pisemnie. Pytania muszą być skierowane na adres:

**Urząd Miasta w Kłodzku,  
pl. B. Chrobrego 1, 5  
7-300 Kłodzko,**

**tel/faks: 074 865 4600;**

**e-mail:d.sulikowska@um.klodzko.pl**

2. Osobą ze strony zamawiającego upoważnioną do kontaktowania się z wykonawcami jest – **Dagmara Sulikowska - Skaczyło** gł. specjalista ds. zamówień publicznych **tel. (074) 865-4693**,
3. Nie udziela się żadnych ustnych i telefonicznych informacji, wyjaśnień czy odpowiedzi na kierowane do zamawiającego zapytania w sprawach wymagających zachowania pisemności postępowania.
4. Zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje, przesłane za pomocą telefaksu, poczty internetowej uważa się za złożone w terminie, jeżeli ich treść dotarła do adresata przed upływem terminu i została niezwłocznie potwierdzona pisemnie.

#### **B.6. Wymagania dotyczące wadium.**

1. Zamawiający ustala wadium w wysokości **20.000 zł brutto (dwadzieścia tysięcy złotych brutto)**.
2. Wadium może być wniesione w formach przewidzianych w art. 45 ust 6 ustawy PZP. Wadium wniesione w pieniądzu Wykonawca wpłaca przelewem przed terminem składania ofert na rachunek Zamawiającego: Urząd Miasta w Kłodzku, Pl. B. Chrobrego 1, 57 – 300 Kłodzko, nr rachunku: **28 9588 0004 7100 1010 2000 0050**, z adnotacją „Wadium – przygotowanie, koordynacja i realizacja wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego”.
3. Wadium wniesione w innych przewidzianych ustawą formach zamawiający składa w siedzibie Zamawiającego w zamkniętej kopercie z napisem „Wadium – przygotowanie, koordynacja i realizacja wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego” oraz nazwą Wykonawcy w pokoju 101. Termin wniesienia wadium upływa wraz terminem składania ofert. Potwierdzenie/ Kserokopię wpłaty wadium należy dołączyć do oferty.
4. Zasady zwrotu oraz zatrzymania wadium przez Zamawiającego określa art. 46 ustawy Pzp.

#### **B.7. Termin, do którego wykonawca będzie związany złożoną ofertą.**

Termin, do którego Wykonawca będzie związany złożoną ofertą, wynosi **60 dni** od ostatecznego terminu składania ofert.

#### **B.8. Sposób przygotowywania oferty.**

1. Zaleca się aby oferta była sporządzona zgodnie z zasadami określonymi w ustawie z dnia 29 stycznia 2004r - Prawo zamówień publicznych oraz następującymi warunkami dodatkowymi:
  - 1.1 Oferta musi mieć formę pisemną i powinna być sporządzona w języku polskim w formie zapewniającej pełną czytelność jej treści. Oferty nieczytelne zostaną odrzucone.
  - 1.2 Oferta oraz pozostałe dokumenty, dla których Zamawiający określił wzory w niniejszej SIWZ, winny być sporządzone zgodnie z treścią wzorów.
2. Zaleca się, aby wszystkie strony oferty były podpisane lub parafowane przez Wykonawcę. Wszelkie zmiany w treści oferty (poprawki, przekreślenia, dopiski) powinny być podpisane lub parafowane przez Wykonawcę - w przeciwnym wypadku nie będą uwzględniane.
3. Odpowiedzi muszą być udzielane na wszystkie pytania zawarte w załącznikach. Jeżeli zabraknie miejsca należy dołączyć dodatkowe strony.



4. Jeżeli pytanie postawione w załączniku nie dotyczy wykonawcy, należy wpisać „nie dotyczy”.
5. Zaleca się aby ofertę pisać w jednym ciągu, nie pozostawiając miejsc niewypełnionych i zaopatrzyć na końcu własnoręcznym podpisem osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu wykonawcy.
6. Strony oferty winny być trwale ze sobą połączone i kolejno ponumerowane, z zastrzeżeniem sytuacji opisanej w pkt. 8. W treści oferty winna być umieszczona informacja o ilości stron.
7. W przypadku przedłożenia informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Wykonawca winien w sposób nie budzący wątpliwości zastrzec, które informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Informacje te winny być umieszczone w osobnym wewnętrznym opakowaniu, trwale ze sobą połączone i ponumerowane. Nie mogą stanowić tajemnicy przedsiębiorstwa informacje jawne na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych i innych przepisów.
8. Zaleca się aby ofertę wraz z oświadczeniami i dokumentami umieścić w dwóch zamkniętych opakowaniach, uniemożliwiających odczytanie jego zawartości bez uszkodzenia tego opakowania.
9. Opakowania wewnętrzne winny być oznaczone nazwą (firmą) i adresem Wykonawcy, zaadresowane do Zamawiającego na adres: **GMINA MIEJSKA KŁODZKO ; PL. B. CHROBREGO 1; 57-300 KŁODZKO**  
oraz opisane:

oferta na przetarg nieograniczony  
**PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ  
KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO**

Opakowania zewnętrzne winny być zaadresowane do Zamawiającego na adres:  
**Gmina Miejska Kłodzko ; pl. B. Chrobrego 1; 57-300 Kłodzko,  
pok. 101 – Biuro Obsługi Ludności.**  
oraz opisane:

oferta na przetarg nieograniczony  
**PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ  
KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO  
i „NIE OTWIERAĆ PRZED DNIEM 14.05.2009 r. do 10:30 ”**

10. Zaleca się - wymagania określone w pkt. 7 – 9 nie stanowią o treści oferty i ich niespełnienie nie będzie skutkowało odrzuceniem oferty; wszelkie negatywne konsekwencje mogące wyniknąć z niezachowania tych wymagań będą obciążały Wykonawcę.
12. Przed upływem terminu składania ofert, Wykonawca może zmienić lub wycofać złożoną przez siebie ofertę. Zmiany winny być doręczone Zamawiającemu na piśmie, pod rygorem nieważności, przed upływem terminu składania ofert. Każda modyfikacja lub pismo wycofujące ofertę powinno być opakowane, według zasad obowiązujących przy składaniu ofert, przy czym opakowanie zewnętrzne musi być opatrzone dodatkowym napisem: „ZMIANA” lub „WYCOFANIE”.

### **B.9. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert.**

1. Miejscem składania ofert jest siedziba Zamawiającego, to znaczy Gmina Miejska Kłodzko pl. Bolesława Chrobrego 1, 57-300 Kłodzko pok. 101 Biuro Obsługi Ludności w godzinach 7.30-15.30
2. Termin składania ofert upływa dnia **14/05/2009 r. godz.10:00**
3. Oferty złożone po terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

### **B.10. Otwarcie ofert.**

1. Otwarcie ofert nastąpi niezwłocznie po upływie ostatecznego terminu na ich składanie, określonego w pkt. B.9. tj. w siedzibie Zamawiającego – **Gmina Miejska Kłodzko pl. Bolesława Chrobrego 1, 57-300 Kłodzko pok. 128 dnia 14/05/2009 godz. 10:30**
2. Bezpośrednio przed otwarciem ofert zamawiający poda informację o wysokości kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
3. Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi bezpośrednio po odczytaniu w/w. informacji. Po otwarciu ofert przekazane zostaną następujące informacje: nazwa i siedziba wykonawcy, którego oferta jest otwierana oraz cena oferty.

### **B.11. Kryteria wyboru i ocena ofert.**

1. Przed dokonaniem oceny ofert, wszystkie zostaną sprawdzone w celu stwierdzenia, czy spełniają wymagania określone w dokumentach przetargowych.
2. Oferty, które nie spełniają warunków udziału w postępowaniu zostaną odrzucone. Zamawiający odrzuci ponadto oferty jeżeli: są niezgodne z Ustawą lub nieważne na podstawie odrębnych przepisów,
3. Oferty zostaną oceniane zgodnie z rozdz. B 11 na podstawie danych przedstawionych w załączniku do „Formularza Ofertowego”, według kryterium: cena – 60 %, w następujący sposób:

#### **a) Oferta o najkorzystniejszej cenie – 60 pkt.**

Cena brutto za realizację całego zamówienia. W kryterium „cena” ocena ofert zostanie dokonana w następujący sposób: wykonawca, który zaoferował najniższą cenę otrzyma od każdego oceniającego członka Komisji Przetargowej 60 punktów.

Oceny oferty wg. wzoru:

$$C = \frac{\text{najniższa cena spośród badanych ofert}}{\text{cena badanej oferty}} \times 100 \times 60 \%$$

**gdzie:**

C – wyrażona w euro

stosowana punktacja: 0 – 60 pkt.,

#### **b) Koncepcja projektu - waga 40%**

Koncepcję projektu należy dołączyć zgodnie z załącznikiem nr 4 do SIWZ

„Koncepcja projektu” będzie oceniana na podstawie poniższych podkryteriów, za które oferta uzyska następujące punkty (max 40) przyznane indywidualnie przez członków Komisji Przetargowej:

Sposób oceny oferty:

$$KP = \frac{\text{liczba punktów przyznanych badanej ofercie}}{\text{najwyższa liczba punktów spośród ofert nie odrzuconych}} \times 100 \times 40 \%$$

gdzie:

KP – ocena punktowa oferty w ramach kryterium stosowana punktacja: 0 – 40 pkt.,

LP.	PODKRYTERIA	MAKSYMALNA LICZBA PUNKTÓW W DANYM PODKRYTERIUM
I.	Dobór i uzasadnienie wyboru kanałów dotarcia do grup docelowych oraz proponowane narzędzia stosowane w kampanii promocyjnej	10
II.	Proponowane wykonanie materiałów promocyjnych (przykładowe gadżety)	10
III.	Koncepcja współpracy z mediami polskimi i czeskimi	10
IV.	Zastosowanie nowatorskich i niekonwencjonalnych rozwiązań w działaniach promocyjnych	10
	<b>Łącznie</b>	<b>40</b>

**PODKRYTERIUM I:** Zbieżność zaproponowanych kanałów dotarcia i narzędzi oraz działań promocyjnych z celami kampanii, w tym zaproponowanie nowych, nieprzewidzianych przez Zamawiającego narzędzi promocji. Sposób realizacji kampanii zgodnie z opisanymi narzędziami zawartymi w SIWZ.

PUNKTACJA: 0 - 10 pkt.

**PODKRYTERIUM II:** Skład oceniający wyznaczony przez Zamawiającego dokona oceny na podstawie załączonych egzemplarzy okazowych. Ocenie będzie podlegać ogólna estetyka i jakość przedmiotów, czytelność szaty graficznej, kolorystyka dopasowana do szaty graficznej, prosta czcionka, rozmiar czcionki do szaty graficznej, praktyczność, jakość materiałów użytych do wykonania gadżetów promocyjnych, czytelność hasła promocyjnego, wykonanie zgodne z opisem przedmiotu w SIWZ.

PUNKTACJA: 0 - 10 pkt.

**PODKRYTERIUM III:** Plan promocji produktu turystycznego w mediach oraz dobór mediów, liczba planowanych płatnych ogłoszeń prasowych i radiowych, Wykonawca,

który zaoferował największy odbiór i zasięg reklam prasowych, radiowych otrzyma od każdego od każdego oceniającego członka Komisji Przetargowej. Wykonawca, który zaoferował największy zasięg reklam prasowych i reklam radiowych otrzyma od każdego oceniającego 10 pkt.

PUNKTACJA: 0 - 10 pkt.

**PODKRYTERIUM IV:** Ocenie podlegać będzie nowatorskie i innowacyjne podejście Wykonawcy do realizacji tematu kampanii promocyjnej, oryginalność proponowanej strategii, pomysł, przekaz, wizualizacja i ciekawy projekt realizacji, najbardziej odpowiadający potrzebom kampanii oraz zgodny z przedstawioną specyfikacją w SIWZ.

PUNKTACJA: 0 - 10 pkt

W celu wyboru najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie posługiwał się następującym wzorem:

$$\text{Wskaźnik oceny oferty} = (C + KP) / n$$

gdzie:

(C + KP) – suma kryterium nr 1 i nr 2

n - liczba stanowiąca skład Komisji Przetargowej

Punkty przyznane danej ofercie przez członków komisji, w ramach kryterium „cena” i „konceptja projektu” zostaną zsumowane i uśrednione.

Najkorzystniejsza będzie ta oferta, która uzyska łącznie najwyższą liczbę punktów za w/w kryteria wyboru.

#### **B.12. Formalności, jakie powinny zostać dopełnione po zakończeniu przetargu w celu zawarcia umowy, zabezpieczenie należytego wykonania umowy.**

1. Umowę zawiera się w trybie zgodnym z art. 139-145 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r – Prawo zamówień publicznych.
2. W celu zawarcia umowy upoważniony przedstawiciel Wykonawcy, który wygrał przetarg powinien zgłosić się w siedzibie zamawiającego w terminie i miejscu określonym przez zamawiającego w zawiadomieniu o wyborze oferty.
3. Umowa zostanie zawarta zgodnie z art. 94 ustawy PZP.
4. Przed podpisaniem umowy należy wnieść Zabezpieczenie należytego wykonania umowy:
  - a) Wykonawca zobowiązany jest do wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy w wysokości **3% wartości nominalnej zobowiązania Zamawiającego wynikającego z umowy (w okresie jej obowiązywania).**
  - b) Zabezpieczenie należytego wykonania umowy może być wniesione w:
    - pieniądzu,
    - poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
    - gwarancjach bankowych,
    - gwarancjach ubezpieczeniowych,
5. W przypadku wnoszenia zabezpieczenia należytego wykonania umowy:
  - w pieniądzu odpowiednią kwotę należy wpłacić przelewem na konto podane przez Zamawiającego, najpóźniej w dacie podpisania umowy. Za termin ten uznaje się czas do podpisania umowy - wymogiem jest aby w dniu zawarcia umowy zabezpieczenie było na koncie Zamawiającego,
  - w przypadku wniesienia zabezpieczenia w pozostałych dopuszczalnych formach

określonych w pkt 2) od b) do d) dokument zabezpieczenia (oryginał) należy złożyć w depozycie, w kasie Wydziału Finansowo - Budżetowego Urzędu Miasta w Kłodzku codziennie w dni robocze w godzinach 8.00 do 14.00.

- pozostałe zasady wniesienia i zwrotu zabezpieczenia ujęto we wzorze umowy.

#### **B.13. Powiadomienie o wyniku postępowania przetargowego.**

Wynik postępowania zostanie ogłoszony zgodnie z wymogami ustawy prawo zamówień publicznych, w siedzibie zamawiającego i na stronie internetowej: [www.bip.um.klodzko.pl/zamowienia\\_publiczne](http://www.bip.um.klodzko.pl/zamowienia_publiczne)

#### **B.14. Umowa ramowa.**

Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.

#### **B.15. Informacje dotyczące walut obcych, w jakim dopuszcza się prowadzenie rozliczeń z Zamawiającym.**

Zamawiający dokonuje rozliczenia w walucie euro.

#### **B.16. Aukcja elektroniczna.**

Zamawiający nie przewiduje prowadzenia aukcji elektronicznej.

#### **B.17. Środki ochrony prawnej przysługujące wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia.**

1. Prawo do wniesienia Protestu w niniejszym postępowaniu przysługuje Wykonawcom, a także innym osobom, jeżeli ich interes prawny w uzyskaniu zamówienia doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, czynności podjętych przez Zamawiającego w toku postępowania oraz w przypadku zaniechania przez Zamawiającego czynności, do której jest obowiązany na podstawie ustawy, można wnieść protest do Zamawiającego.
3. Protest wskazujący na oprotestowaną czynność lub zaniechanie zamawiającego, zawierający żądanie, zwięzłe przytoczenie zarzutów oraz uzasadnienie wniesienia protestu (okoliczności faktyczne i prawne) może być wniesiony w ciągu 10 dni od dnia, w którym powzięto lub można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia.
4. Protest uważa się za wniesiony z chwilą, gdy dotarł on do zamawiającego w taki sposób, że mógł zapoznać się z jego treścią przed wymaganym terminem.
5. Pozostałe informacje dotyczące Protestów znajdują się w Dziale VI, Rozdział 2 Prawa zamówień publicznych „Protest”.
6. Od rozstrzygnięcia protestu przysługuje odwołanie. Odwołanie wnosi się do Prezesa Urzędu w terminie 10 dni od dnia doręczenia rozstrzygnięcia protestu lub upływu terminu na rozstrzygnięcie protestu, jednocześnie przekazując jego kopię Zamawiającemu. Złożenie odwołania w placówce pocztowej operatora publicznego jest równoznaczne z wniesieniem do Prezesa UZP (art 179-198 ustawy Pzp).

### **Rozdział C – OPIS SPOSOBU OBLICZANIA CENY OFERTY**

1. Cenę oferty należy podać wg., „FORMULARZA OFERTOWEGO”, będący załącznikiem do SIWZ. Wykonawca określi ceny na wszelkie elementy w nim wymienione. Wszystkie pozycje, na których realizację składa ofertę Wykonawca, wyszczególnione w formularzu cenowym, muszą być wycenione. Brak ceny którejkolwiek z pozycji w formularzu cenowym będzie skutkowało odrzuceniem oferty.
2. Ceny należy podawać w EURO.

3. Cena winna być wyrażona cyfrowo i słownie, zgodnie z formularzem oferty, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
4. Cenę oferty (brutto) należy wyliczyć zgodnie z ustawą z dnia 11 marca 2004 roku o podatku od towarów i usług.
5. Cena oferty obejmuje koszty wykonania usługi, zysk Wykonawcy, wymagania przepisami prawa obciążenia fiskalne oraz wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia. Cena oferty musi pokrywać całkowity koszt wykonania zamówienia i jest całkowitą należnością jaką Zamawiający zobowiązany jest zapłacić za wykonanie przedmiotu zamówienia.

## Rozdział D – UMOWA Projekt

### UMOWA/PROJEKT/ nr ..... 2009

Zawarta w dniu ..... 2009 r. w Kłodzku, pomiędzy **Gminą Miejską Kłodzko** z siedzibą w Kłodzku Pl. B. Chrobrego 1, NIP **883-167-90-27**, REGON **890717912** reprezentowaną przez **Bogusława Szpytmę – Burmistrza Miasta Kłodzka** w imieniu wszystkich partnerów projektu pn. „**Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza**”:

- 1) **Gminy Miejskiej Świdnica** , ul. Armii Krajowej 49, 58 – 100 Świdnica, NIP 884-00-24-797, REGON 890718314 reprezentowanej przez **Wojciecha Murdzka – Prezydenta Świdnicy**
- 2) **Gminy Kędzierzyn Koźle** , ul Piramowicza 32, 47 – 200 Kędzierzyn Koźle, NIP 749-00-15-170 , REGON 000524507 reprezentowanej przez **Wiesława Fąfarę – Prezydenta Miasta Kędzierzyna Koźła**
- 3) **Gminy Stoszowice**, Stoszowice 97 reprezentowanej przez **Marka Janikowskiego – Wójta Gminy Stoszowice**
- 4) **Gminy Nysa** , ul Kolejowa 15, Nysa reprezentowanej przez **Aleksandra Juszczyka – Z-cę Burmistrza Miasta Nysy**
- 5) **Stowarzyszenia Komitet pro udržovani pamatek z valky 1866**, Eliscino nabzezi 465, 500 01 Hradec Kralove, ICO 00486345 reprezentowanego przez **Jozefa Komarka – Prezesa Stowarzyszeniana**
- 6) **Miasta Zlate Hory**, namesti Svobody 80, 793 76 Zlate Hory reprezentowanej przez **Ing.Milana Raca – Burmistrza Miasta Zlate Hory**
- 7) **Miasta Kraliky**, Velke namesti 5, 561 69 Kraliky reprezentowanego przez **Cestmira Doubrava – Zastępcę Burmistrza Miasta Kraliky**
- 8) **Miasta Jaromer**, namesti Ceskoslovenske Armady 16 , 555 01 Jaromer reprezentowanego przez **Jiri Klepsa – Burmistrza Miasta Jaromer**

na podstawie ..... zwanym w treści umowy  
**Zamawiającym**.....z siedzibą.....NIP  
....., REGON .....  
wpisaną do.....  
reprezentowaną przez.....zwanego  
dalej Wykonawcą.

Strony Umowy oświadczają, że Umowa została zawarta w wyniku udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655) w ramach realizacji projektu pn. „**Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko - czeskiego pogranicza**” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach POWT RCz - RP 2007 -2013.

## § 1

1. Przedmiotem umowy jest przygotowanie, realizacja i koordynacja wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego w ramach projektu „**Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza**” w 2009 i 2010 roku, zwanej dalej "Zadaniem".
2. Zadanie realizowane będzie zgodnie z SIWZ oraz harmonogramem realizacji kampanii promocyjnej, stanowiącym załącznik nr 1 do Umowy i będący jej integralną częścią.
3. W ramach realizacji Zadania Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu niniejszej umowy, zgodnie ze szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia.

## § 2

1. Realizacja projektu będzie trwać od dnia podpisania umowy do dnia podpisania umowy do dnia 01.10.2010 r. i będzie oparta na harmonogramie realizacji kampanii promocyjnej, stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy.
2. W trakcie realizacji Zadania Wykonawca zobowiązuje się do usuwania stwierdzonych usterek nośników w terminie do 48 godzin od chwili poinformowania go przez Zamawiającego lub od chwili wykrycia ich przez Wykonawcę.
3. W przypadku niemożności usunięcia usterki w terminie 48 godzin, Wykonawca poinformuje na piśmie Zamawiającego o zaistnieniu tych okoliczności, przedstawiając jednocześnie adresy zastępczych lokalizacji nośników.

## § 3

1. Zamawiający przekaze Wykonawcy scenariusz spotu radiowego, projekty graficzne reklam oraz gadżetów i wydawnictw promocyjnych w terminie do 7 dni od daty podpisania umowy. W razie potrzeby, Wykonawca we własnym zakresie przystosuje otrzymane projekty do potrzeb danego nośnika.
2. Zamawiający przekaze Wykonawcy scenariusz filmu promocyjnego w terminie do 1 listopada 2009 r.
3. Z chwilą wykonania przedmiotu umowy Wykonawca przenosi nieodpłatnie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do scenariusza spotu radiowego, projektów graficznych reklam oraz gadżetów i wydawnictw promocyjnych, które zostaną wyeksponowane w ramach Umowy. Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do wszelkich, powstałych w trakcie realizacji umowy, projektów graficznych, produktów audiowizualnych, fotografii,
4. Wykonawca przenosi nieodpłatnie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe bez ograniczeń co do terytorium, czasu, ilości egzemplarzy na następujących polach eksploatacji:
  - a) utrwalania i zwielokrotnienia wszelkimi znanymi technikami, w tym technikami cyfrowymi, elektronicznymi, wszelkimi technikami poligraficznymi.
  - b) wprowadzenia do pamięci komputera i wykorzystania w Internecie.
  - c) publicznej prezentacji.
5. Zamawiający oświadcza, że przysługują mu majątkowe prawa autorskie publikacji i wydawnictw oraz do materiałów zamieszczonych w Internecie, na polach eksploatacyjnych obejmujących:
  - a) utrwalanie (sporządzanie egzemplarza, który mógłby służyć publikacji utworu);
  - b) digitalizację;



- c) wprowadzenie do pamięci komputera;
  - d) sporządzenie wydruku komputerowego;
  - e) zwielokrotnienie poprzez druk lub nagranie na nośniku magnetycznym w postaci elektronicznej;
  - f) wprowadzenie do odbioru;
  - g) nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy;
  - h) wprowadzenie w całości lub w części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika łącznie z utrwalaniem materiałów w pamięci RAM wraz z prawem do dokonywania opracowań i zmian, na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz poza jej granicami, a także zezwala Zamawiającemu na wykonywanie zależnego prawa autorskiego.
6. Z chwilą przejścia elementów, o których mowa w ust.3, Zamawiający nabywa własność wszystkich egzemplarzy, na których je utrwalono.
  7. Do dnia przeniesienia autorskich praw majątkowych Wykonawca będzie wykonywał te prawa wyłącznie dla celów projektu.
  8. Wykonawca zobowiązuje się do współpracy z Zamawiającym przez cały czas realizacji Zadania.

#### § 4

1. Wykonawca zobowiązuje się wykonać Zadanie na profesjonalnym poziomie, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i postanowieniami umowy.
2. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za ogólną i techniczną kontrolę nad wykonaniem projektu.
3. Wykonawca zobowiązuje się do niezwłocznego informowania Zamawiającego o trudnościach w realizacji projektu, w szczególności o zamiarze zaprzestania jego realizacji.
4. Wykonawca może powierzyć w części wykonanie Zadania podmiotom trzecim zastrzeżeniem, iż za ich działania lub zaniechania ponosi odpowiedzialność jak za swoje własne.
5. Wykonawca oświadcza, że liczba i kwalifikacje zawodowe osób, którymi będzie się posługiwał przy realizacji Zadania będą odpowiadały ogólnym standardom przyjętym w tego rodzaju przedsięwzięciach.
6. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania dwóch raportów z realizacji kampanii, najpóźniej w terminie do 7 dni od daty zakończenia ostatniej rekonstrukcji historycznej w 2009 r. i 2010 r., zgodnie z wytycznymi określonymi w załączniku nr 1 do Umowy.

#### § 5

Wykonawca na wszystkich materiałach promocyjnych zastosuje zasady promocji zgodnie z Rozporządzeniem Rady WE nr 1083/2006, Rozporządzeniem Komisji WE nr 1828/2006 oraz Narodowymi Strategicznymi Ramami Odniesienia (NSRO) RCz i analogicznie NSRO RP.

§ 6

1. Zamawiający przekazuje Wykonawcy wszystkie informacje i dokumenty będące w jego posiadaniu, niezbędne do prawidłowej realizacji projektu.
2. Zamawiający będzie, na ile jest to możliwe, współpracować z Wykonawcą przy dostarczaniu informacji, których Wykonawca może zażądać w celu prawidłowej realizacji projektu.
3. Za realizację całości Zadania, o którym mowa w § 1, ust. 1 niniejszej umowy  
Wykonawcy  
przysługuje wynagrodzenie w wysokości .....zł  
brutto słownie  
.....  
w tym.....netto  
słownie  
.....  
wartość w  
euro.....
4. Płatności dokonuje się w walucie euro.

§ 7

1. Strony ustalają następujący sposób rozliczenia finansowego: należność, o której mowa w §6 ust. 3 niniejszej umowy zostanie uregulowana przez wszystkich partnerów w/w projektu, zgodnie z wkładem własnym każdego partnera przeznaczonym na kampanię promocyjną i szczegółowo określonym we wniosku o dofinansowanie. Należność będzie uregulowana na podstawie 2 faktur wystawionych każdemu partnerowi przez Wykonawcę za kampanię promocyjną w roku 2009 i 2010 (transze zapłaty w latach 2009 i 2010 zostaną ustalone po podpisaniu umowy) ..... w banku:  
.....w ciągu 14 dni od daty

Podstawą wystawienia faktury VAT jest podpisanie przez Zamawiającego protokołu odbioru bez zastrzeżeń.

Dane do faktur:

**Gmina Miejska Kłodzko**, Pl. B. Chrobrego 1, 57 – 300 Kłodzko

REGON 890717912, NIP 8831679027

**Osoba do kontaktu: Ewelina Supel 074 865 46 94**

**Gmina Miejska Świdnica**, ul. Armii Krajowej 49, 58-100 Świdnica,

REGON 890718314,

**Osoba do kontaktu: Sylwia Brzęczek 074 856 29 17**

**Gmina Miejska Kędzierzyn – Koźle**, ul. Piramowicza 32, 47-200 Kędzierzyn Koźle,

REGON 000524507, NIP 7490015170

**Osoba do kontaktu: Jarosław Myśliwiec 077 405 03 63**

**Gmina Stoszowice**, Stoszowice 97, 57-213 Stoszowice,

REGON 890718455, NIP 8871635220

**Osoba do kontaktu: Małgorzata Chmiel 074 816 45 38**

**Gmina Nysa**, ul. Kolejowa 15, 48-300 Nysa,

REGON 000517364,

**Osoba do kontaktu: Joanna Olejnik 077 408 05 51**

**Komitet pro udrzovani pamatek z valky 1866,**

Eliscino nabrezi 465, 500 01 Hradec Kralove,

ICO 00 48 63 45, DIC CZ00486345

**Osoba do kontaktu: Radek Teichman 420 605 20 53 31**

**MESTO Zlate Hory, namesti Svobody 80, 793 76 Zlate Hory**

**Osoba do kontaktu: Gabriela Kotasova 420 725 13 27 13**

**MESTO Kraliky, namesti Velke 5, 56169 Kraliky**

**Osoba do kontaktu: Cestmir Doubrava 420 465 67 07 03**

**MESTO Jaromer, namesti Ceskoslovenske Armady 16, 551 33 Jaromer**

ICO272728 DIC CZ0272728

**Osoba do kontaktu: Kveta Simonova 420 491 84 71 60**

2. Za datę zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
3. Gmina Miejska Kłodzka jest płatnikiem VAT.
4. Za każdy dzień opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia, o którym mowa w § 6 umowy, Wykonawca może żądać od Zamawiającego odsetek ustawowych.

#### § 8

1. Osobą odpowiedzialną ze strony Zamawiającego za realizację niniejszej umowy jest **Wojciech Zimoch, kierownik Wydziału Rozwoju i Promocji Miasta Urzędu Miejskiego w Kłodzku.**
2. Osobą odpowiedzialną za realizację niniejszej umowy ze strony Wykonawcy jest.....
3. Osobami upoważnionymi do kontaktów w imieniu Zamawiającego jest:  
**Ewelina Supel**  
**Podinspektor - koordynator projektu „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza”**  
**074 865 46 94**  
**e.supel@um.klodzko.pl**

#### § 9

1. Strony ustalają za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Zadania kary umowne w następujących przypadkach i wysokościach:
  - a) za nieterminowe wykonanie każdej części Zadania w terminach określonych w § 2 ust 1 - w wysokości 0,5 % wynagrodzenia wymienionego w § 5 umowy za każdy dzień zwłoki,
  - b) z tytułu odstąpienia od realizacji umowy z przyczyn zależnych od Wykonawcy w wysokości 20% wartości wynagrodzenia wymienionego w § 5 umowy.
  - c) Z tytułu nienależytego wykonania Zadania Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 10% wynagrodzenia określonego w § 5. Przez nienależyte wykonanie uznaje się realizację Zadania niezgodnie z postanowieniami umowy lub ograniczenie zakresu rzeczowego Zadania.

2. W razie zaistnienia 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 tych okolicznościach. W takim przypadku Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części umowy.
3. Naliczone kary umowne, o których mowa w ust. 1 lit a) i c) podlegają potrąceniu z kwoty faktury VAT przedstawionej do zapłaty.
4. Zapłata kary umownej, o której mowa w ust. 1 lit b) nastąpi w terminie 14 dni od daty otrzymania pisemnej informacji o odstąpieniu od umowy.
5. Zamawiający może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowań przewyższających zastrzeżone na jego rzecz kary umowne.

#### §10

1. Wykonawca zobowiązany jest do bezwzględnego zachowania w poufności wszelkich informacji uzyskanych w związku z wykonywaniem umowy, także po jej realizacji.
2. W przypadku naruszenia zapisów ust. 1 Zamawiający zastrzega sobie możliwość wypowiedzenia niniejszej umowy ze skutkiem natychmiastowym. Wykonawca zapewni Zamawiającemu oraz innym uprawnionym podmiotom pełny wgląd we wszystkie dokumenty związane bezpośrednio lub pośrednio z realizacją projektu.
3. Wykonawca zobowiązuje się poddać kontroli dokonywanej przez Zamawiającego oraz inne uprawnione podmioty w zakresie prawidłowości realizacji Projektu.
4. W przypadku kontroli, o której mowa w ust. 2, Wykonawca udostępnia kontrolującym dokumenty, w tym dokumenty finansowe oraz dokumenty elektroniczne związane z realizacją Projektu.

#### § 11

Wszelkie zmiany i uzupełnienia treści niniejszej umowy wymagają aneksu w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Zmiany nie mogą wykraczać poza postanowienia art. 144 ustawy Prawo zamówień publicznych.

#### § 12

1. W przypadku sporów powstałych pomiędzy stronami w związku z niniejszą umową strony podejmą wszelkie starania w celu osiągnięcia porozumienia w kwestii spornej.
2. W przypadku nie osiągnięcia takiego porozumienia spory mogące wyniknąć przy realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez Sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.

#### § 13

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego i ustawy Prawo zamówień publicznych.

§ 14

Umowa została sporządzona w dwunastu jednobrzmiących egzemplarzach, z których jedenąście otrzymuje Zamawiający (1 egzemplarz dla każdego partnera + 3 egzemplarze dla Partnera Wiodącego), a jeden Wykonawca.

Zamawiający

Wykonawca



Projekt „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza”  
jest współfinansowany przez UNIĘ EUROPEJSKĄ ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego  
w ramach POWT RCz-RP 2007-2013

**Załącznik nr 1.**
**SZCZEGÓŁOWY HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU**

<b>Działanie</b>	<b>jednostka</b>	<b>ilość jednostek</b>	<b>plan na 2009 rok (ilość)</b>	<b>plan na 2010 rok (ilość)</b>
<b>kampania bilbordowa</b>				
bilbordy przy wjeździe do miasta	szt.	9	9	9
<b>reklama w prasie</b>				
reklama w prasie polskiej	szt.	10	5	5
reklama w prasie czeskiej	szt.	8	4	4
<b>spoty reklamowe w TV</b>				
emisja spotów reklamowych - Polska	kampania	2	1	1
emisja spotów reklamowych - Czechy	kampania	2	1	1
<b>film promocyjny</b>				
montaż filmu	szt.	1	-	1
kopie filmu	szt.	4000	-	4000
<b>spoty reklamowe w radiu</b>				
emisja spotów reklamowych - Polska	kampania	2	1	1
emisja spotów reklamowych - Czechy	kampania	2	1	1
<b>reklama na portalu internetowym</b>				
reklama - Polska	kampania	2	1	1
reklama - Czechy	kampania	2	1	1
<b>wydawnictwa poligraficzne</b>				
przewodnik	szt.	4500	2500	2000
ulotka	szt.	9000	4500	4500
paszport	szt.	18 000	9000	9000
pieczętka	szt.	18	18	-
<b>Działanie</b>	<b>jednostka</b>	<b>ilość jednostek</b>	<b>plan na 2009 rok (ilość)</b>	<b>plan na 2010 rok (ilość)</b>
<b>gadżety promocyjne</b>				
koszulki T-shirt	szt.	3400	1700	1700
koszulki polo	szt.	100	100	-
bluzy dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
kurtki dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
czapeczki dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
smycze	szt.	8000	4000	4000

baloniki	szt.	8000	4000	4000
długopisy	szt.	8000	4000	4000
gra typu memo	szt.	8000	4000	4000
kubki	szt.	4000	2000	2000

Terminy rekonstrukcji historycznych  
w ramach projektu „**Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem  
turystycznym polsko – czeskiego pogranicza**”

<b>1. Komitet pro udrzowaani pamatek z valky roku 1866:</b>	<b>23. 05.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>29. 05.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>03 – 04. 07.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>05. 09.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>22 - 23.05.</b>	<b>2010 r.</b>
	<b>28.05.</b>	<b>2010 r.</b>
	<b>02 - 03. 07.</b>	<b>2010 r.</b>

Montaż bilbordów ok. 20.05.2009 r. i ok. 15.05.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min. 7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min. 7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

<b>2. Świdnica</b>	<b>06 – 07. 06.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>05 - 06 .06.</b>	<b>2010 r.</b>

Montaż bilbordów ok. 31.05.2009 r. i ok. 30.05.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min. 7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min. 7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną.

### **3. Stoszowice**

**19 - 21 . 06. 2009 r.**  
**17 - 19 . 06. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 13.06.2009 r. i ok.12.06.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

### **4. Jaromer**

**17 – 19. 07. 2009 r.**  
**16 - 18. 07. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 10.07.2009 r. i ok.09.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

### **5. Nysa**

**31.07.2009 r. – 02.08.2009 r.**  
**30.07.2010 r. – 01.08.2010 r.**

Montaż billboardów ok. 24.07.2009 r. i ok.23.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.



## **6. Złate Hory**

**07 – 09.08. 2009 r.**

**06 – 08.08. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 01.08.2009 r. i ok. 31.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

## **7. Kłodzko**

**14 - 16.08. 2009 r.**

**13 – 15.08. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 07.08.2009 r. i ok. 06.08.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

## **8. Kraliky**

**21 – 23.08. 2009 r.**

**20 – 22.08. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 14.08.2009 r. i ok. 13. 08.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w

odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.

## **9. Kędzierzyn Koźle**

**18 - 20.09. 2009 r.**

**17 - 19.09. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 11.09.2009 r. i ok. 10.09.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną.



Projekt „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza”  
jest współfinansowany przez UNIĘ EUROPEJSKĄ ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego  
w ramach POWT RCz-RP 2007-2013



## **ROZDZIAŁ E - ZAŁĄCZNIKI DO SIWZ**

### **Formularz oferty – ZAŁĄCZNIK NR 1**

<p>(pieczęć Wykonawcy/Wykonawców)</p>	<b>OFERTA</b>
---------------------------------------	---------------

Nawiązując do ogłoszenia o przetargu nieograniczonym, na zadanie w zakresie:  
**PRZYGOTOWANIA, KOORDYNACJI I REALIZACJI WSPÓLNEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ  
PRODUKTU TURYSTYCZNEGO**

działając w imieniu i na rzecz:

.....  
(nazwa (firma) i dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców)  
(w przypadku składania oferty przez podmioty występujące wspólnie podać nazwy(firmy) i dokładne adresy  
wszystkich wspólników spółki cywilnej lub członków konsorcjum)

Numer telefonu/faksu/ e-mail.....

numer konta bankowego: .....

1. **SKŁADAM/Y OFERTĘ** na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

2. **OŚWIADCZAM/Y**, że sposób reprezentacji spółki / konsorcjum\* dla potrzeb niniejszego zamówienia jest następujący:

.....  
(Wypełniają jedynie przedsiębiorcy składający wspólną ofertę - spółki cywilne lub konsorcja)

3. **OŚWIADCZAM/Y**, iż z wyjątkiem informacji i dokumentów zawartych w ofercie na stronach nr od \_\_\_\_ do \_\_\_\_ - niniejsza oferta oraz wszelkie załączniki do niej są jawne i nie zawierają informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

4. **OFERTE** niniejszą wraz załącznikami stanowiącymi jej integralną część, składam/y na \_\_\_ kolejno ponumerowanych stronach.

5. **WSZELKĄ KORESPONDENCJĘ** w sprawie niniejszego postępowania należy kierować na poniższy adres: .....

Upoważniony przedstawiciel  
Przedsiębiorstwa

.....  
( podpis i pieczęć )

Data : .....

**„CENA OFERTY”**

Na podstawie warunków udzielenia zamówienia oraz zapoznaniu się z przedmiotem zamówienia podejmujemy się wykonania zakresu prac zgodnie z wiedzą techniczną, obowiązującymi przepisami oraz normami i należyłą starannością, będących przedmiotem postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na:

**PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJĘ I REALIZACJĘ WSPÓLNEJ KAMPANII  
PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO**

Za cenę ryczałtową

**w kwocie brutto euro:** .....

**(słownie:** .....

**w kwocie netto euro:** .....

**(słownie:** .....

**w tym podatek VAT w wysokości ..... %, to jest w kwocie:** .....

Powyższa cena obejmuje pełen zakres zamówienia określony w specyfikacji istotnych warunków zamówienia oraz zawiera wszystkie inne koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia.

Upoważniony przedstawiciel  
Przedsiębiorstwa

.....

( podpis i pieczęć )



## ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY

### PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

**Ad.1.** Przedmiotem zamówienia jest wykonanie usługi polegającej na przygotowaniu, koordynacji i realizacji wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego w okresie od dnia podpisania umowy do 01 października.2010 r. **złożonej z/ze :**

- **kampanii bilbordowej,**  
zapewnienie miejsca na 9 wolnostojących nośnikach, dobudowanie do każdego z nośników nadstawki nawiązującej grafiką lub formą do poszczególnych partnerów projektu, plakat reklamowy do naklejania na nośnik w wersji polskiej i czeskiej, druk plakatów, dostarczenie i montaż bilbordów
- **spotów reklamowych w polskiej i czeskiej TV oraz radiu, filmów promocyjnych**  
20 sekundowy spot telewizyjny z muzyką i głosem lektorskim (w wersji polskiej i czeskiej), zakup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych polskich i czeskich, 10 minutowy film reklamowy w wersji polskiej i czeskiej, wykonanie 4000 sztuk kopii filmu (2000 sztuk wersji polskiej i 2000 sztuk wersji czeskiej), spot radiowy z muzyką i głosem lektorskim ( w wersji polskiej i czeskiej), zakup czasu antenowego w radiu,
- **artykułów promocyjnych w prasie polskiej i czeskiej,**  
reklama prasowa (w wersji polskiej i w wersji czeskiej), zakup powierzchni reklamowej, projekt graficzny reklam (w wersji polskiej i w wersji czeskiej)
- **reklam w języku polskim i czeskim na portalu internetowym,**  
produkcja banerów reklamowych (5 w wersji polskiej i 4 w wersji czeskiej), zakup powierzchni reklamowej na portalach internetowych,
- **gadżetów promocyjnych,**  
wykonanie gadżetów promocyjnych (koszulki typu polo – damskie i męskie, t-shirt męski i damski, bluzy dla grupy roboczej, kurtki dla grupy roboczej, czapeczki dla grupy roboczej, smycze, baloniki, długopisy, gra typu memo, kubki), dostarczenie do partnerów do poszczególnych partnerów z zachowaniem odpowiednich terminów
- **wydawnictw poligraficznych,**  
wykonanie ulotki promocyjnej, wykonanie przewodnika z kalendarzem rekonstrukcji, wykonanie paszportów lojalnościowych, wykonanie pieczętkiej, dostarczenie do poszczególnych partnerów z zachowaniem odpowiednich terminów

na warunkach określonych w SIWZ i w załączniku nr 1 do umowy. Kampania promocyjna będzie obejmować swoim zasięgiem terytorium Polski oraz terytorium Republiki Czeskiej.

Kampania promocyjna obejmować będzie:

### **Reklamę w TV i film**

1. Wykonawca zobowiązany będzie do nagrania spotu w technice wysokiej rozdzielczości w standardzie 1080 50 i rejestrowanej taśmowo w systemie HDV.
2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za produkcję spotu reklamowego zgodnie z ustalonym scenariuszem po akceptacji scenariusza, muzyki oraz głosów lektorskich przez Zamawiającego.
3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za postprodukcję spotu reklamowego.
4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji spotu.
5. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu spotu na nośniku DVD i taśmie BETA (umożliwiającej emisję materiału poprzez stacje telewizyjne), z zapisanym w formie elektronicznej materiałem filmowym. Zarejestrowane zdjęcia (obrazy cyfrowe) zostaną przekazane Zamawiającemu w formie płyt CD/DVD w formacie i wielkości odpowiedniej dla ich modyfikacji oraz wykorzystania w profesjonalnym wydruku. Wykonawca zobowiązany będzie również do przekazania spotu w formacie umożliwiającym jego niezakłóconą technicznie prezentację w sieci Internet.
6. Wykonawca odpowiedzialny będzie za zakup czasu antenowego w wybranych stacjach telewizyjnych po ich akceptacji przez Zamawiającego oraz odpowiedzialny będzie za przygotowanie spotów reklamowych do emisji zgodnie z wymaganiami technicznymi poszczególnych nadawców.
7. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie spotów reklamowych w wymaganym przez nadawców terminie.
8. Miejsce emisji w Polsce: w paśmie regionalnym telewizji ogólnopolskiej lub w telewizji ogólnopolskiej. Termin emisji: II i III kwartał 2009 r. i 2010 r.
- Miejsce emisji w Czechach: w paśmie regionalnym telewizji ogólnoczeskiej lub w telewizji ogólnoczeskiej. Termin emisji: II i III kwartał 2009 r. i 2010 r.
9. Wykonawca odpowiedzialny będzie dodatkowo za produkcję 10 minutowego filmu reklamowego w wersji polskiej i czeskiej zgodnie z ustalonym scenariuszem po akceptacji scenariusza, muzyki oraz głosów lektorskich przez Zamawiającego.
10. Wykonawca zobowiązany będzie do produkcji 4000 sztuk kopii filmu (2000 sztuk wersji polskiej i 2000 sztuk wersji czeskiej) na nośniku DVD i dostarczenia ich do siedziby Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany będzie również do przekazania filmu w formacie umożliwiającym jego niezakłóconą technicznie prezentację w sieci Internet.

### **Reklamę radiową**

1. Wykonawca odpowiedzialny będzie za produkcję spotu zgodnie z ustalonym scenariuszem po akceptacji scenariusza, muzyki oraz głosów lektorskich przez Zamawiającego.
2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za postprodukcję – montaż i udźwiękowanie spotu radiowego.
3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji spotu.
4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu spotu na nośniku CD.
5. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przygotowanie mediaplanu kampanii i zakup czasu antenowego w wybranych stacjach radiowych po ich akceptacji przez Zamawiającego.

6. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przygotowanie spotów reklamowych do emisji zgodnie z wymaganiami technicznymi poszczególnych nadawców.

7. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie spotów reklamowych w wymaganym przez nadawców terminie.

8. Miejsca emisji w Polsce: w rozgłośni regionalnej, charakteryzującej się wysoką słuchalnością. Termin emisji: II i III kwartał 2009 r. i 2010 r.. Miejsca emisji w Czechach: rozgłośni regionalnej, charakteryzującej się wysoką słuchalnością. Termin emisji: II i III kwartał 2009r. i 2010 r.

### **Kampanię prasową**

1. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji reklamy prasowej.

2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu reklamy prasowej na nośniku CD.

3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za zakup powierzchni reklamowej w zaproponowanych tytułach po ich uprzedniej akceptacji przez Zamawiającego.

4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie projektów graficznych reklam prasowych, zaakceptowanych przez Zamawiającego, do wydawców poszczególnych tytułów prasowych. Projekty muszą być przygotowane do druku zgodnie z warunkami technicznymi wymaganymi przez wydawców poszczególny tytułów oraz dostarczone w wymaganym terminach.

5. Termin emisji reklam prasowych maj – wrzesień 2009 r. i maj – wrzesień 2010 r., na co najmniej 7 – 10 dni przez planowaną rekonstrukcją.

### **Kampanię internetową**

1. Wykonawca zobowiązany będzie do produkcji 9 banerów reklamowych: 5 w wersji polskiej i 4 w wersji czeskiej (po jednym dla każdego z partnerów projektu „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza ”) po akceptacji projektu graficznego i opisu animacji przez Zamawiającego.

2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji banera internetowego.

3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu banera internetowego na nośniku CD.

4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przygotowanie media planu kampanii i zakup powierzchni reklamowej na wybranych portalach internetowych po ich akceptacji przez Zamawiającego.

5. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przygotowanie banerów internetowych do emisji zgodnie z wymaganiami technicznymi poszczególnych portali oraz 18 portali wskazanych przez Zamawiającego.

6. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie banerów internetowych w wymaganym przez poszczególne portale terminie.

7. Termin emisji reklam prasowych maj – wrzesień 2009 r. i maj – wrzesień 2010 r. na co najmniej 7 – 10 dni przez planowaną rekonstrukcją.

### **Kampanię outdoorowa**

1. Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienie, przez okres trwania kampanii tj. maj – wrzesień 2009 i maj – wrzesień 2010, miejsca na 9 wolnostojących nośnikach (tablicach) formatu 504 x 238 cm (po jednym nośniku dla każdego z partnerów programu Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza) po akceptacji nośników i ich lokalizacji przez Zamawiającego. Lokalizacje



tablic reklamowych powinny znajdować się przed wjazdami do miast każdego z partnerów projektu „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko – czeskiego pogranicza”. Wykonawca zobowiązany będzie do dobudowania na zaproponowanych nośnikach nadstawki nawiązującej grafiką lub formą do poszczególnych partnerów programu po akceptacji projektu nadstawki oraz jej rozwiązań technicznych przez Zamawiającego. W związku z tym oferent zobowiązany jest do przedstawienia projektu nadstawki oraz jej rozwiązań technicznych.

2. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowanie projektu graficznego plakatu reklamowego do naklejenia na tablicę reklamową (format plakatu 504 x 238 cm). Wykonawca zobowiązany jest przedstawić jedną propozycję rozwiązania graficznego w wersji polskiej i jednego w wersji czeskiej i jej 10 mutacji w wersji polskiej oraz 8 w wersji czeskiej uwzględniających zmianę nazwy partnera oraz datę rekonstrukcji.

3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji projektu graficznego.

4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu projektu graficznego plakatu reklamowego na nośniku CD.

5. Wykonawca zobowiązany będzie do druku plakatów (łącznie 84 sztuki przez okres trwania kampanii) po akceptacji projektu graficznego przez Zamawiającego.

6. Wykonawca zobowiązany będzie wydrukować plakaty na papierze bilbordowym typu greyback, bądź blueback w formacie odpowiadającym formatowi billboardu i gramaturze nie niższej niż 115 i nie wyższej niż 130 g / m<sup>2</sup>.

7. Wykonawca zobowiązany będzie do wyklejania plakatów (9 „przeklejek” na każdej z tablic w ciągu każdego roku trwania kampanii). Szczegółowy terminarz wyklejania tablic dostarczy Zamawiający.

#### **Przygotowanie oraz produkcja wydawnictw poligraficznych**

##### *Ulotka promocyjna*

**Termin wykonania materiałów:** na 7 dni przed planowaną rekonstrukcją u każdego z partnerów

1. Wykonawca zobowiązany będzie do druku **ulotki promocyjnej** po akceptacji projektu graficznego przez Zamawiającego.

2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji projektu graficznego ulotki.

3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu projektu ulotki na nośniku CD.

4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie ulotek do siedzib wszystkich partnerów projektu w ilości 1000 sztuk dla każdego z partnerów.

##### *Przewodnik z kalendarzem rekonstrukcji*

1. Wykonawca zobowiązany będzie do druku kalendarza rekonstrukcji po akceptacji projektu graficznego przez Zamawiającego.

2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji projektu kalendarza rekonstrukcji.

3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu projektu kalendarza rekonstrukcji na nośniku CD.

4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie kalendarza rekonstrukcji do siedziby Zamawiającego.

### **„Paszporty lojalnościowe”**

1. Wykonawca zobowiązany będzie do druku „paszportów lojalnościowych” po akceptacji projektu graficznego przez Zamawiającego.
2. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji projektu „paszportów lojalnościowych”.
3. Wykonawca odpowiedzialny będzie za przekazanie Zamawiającemu projektu „paszportów lojalnościowych” na nośniku CD.
4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie „paszportów lojalnościowych” do siedziby Zamawiającego.

### **Pieczętka promocyjna**

1. Wykonawca zobowiązany będzie do wykonania pieczętki promocyjnej po akceptacji projektu graficznego przez Zamawiającego.
2. Oferent odpowiedzialny będzie za dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji projektu pieczętki promocyjnej.
3. Oferent odpowiedzialny będzie za dostarczenie pieczętki promocyjnej do siedziby Zamawiającego.

**Termin realizacji:** Szczegółowy termin realizacji zostanie ustalony z wybranym oferentem, jednak nie będzie dłuższy niż 7 dni przed planowaną rekonstrukcją każdego z partnerów.

### **Ad.3.SZCZEGÓŁOWY HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU**

<b>Działanie</b>	<b>jednostka</b>	<b>ilość jednostek</b>	<b>plan na 2009 rok (ilość)</b>	<b>plan na 2010 rok (ilość)</b>
<b>kampania bilbordowa</b>				
bilbordy przy wjeździe do miasta	szt.	9	9	9
<b>reklama w prasie</b>				
reklama w prasie polskiej	szt.	10	5	5
reklama w prasie czeskiej	szt.	8	4	4
<b>spoty reklamowe w TV</b>				
emisja spotów reklamowych - Polska	kampania	2	1	1
emisja spotów reklamowych - Czechy	kampania	2	1	1
<b>film promocyjny</b>				
montaż filmu	szt.	1	-	1
kopie filmu	szt.	4000	-	4000
<b>spoty reklamowe w radiu</b>				
emisja spotów reklamowych - Polska	kampania	2	1	1
emisja spotów reklamowych - Czechy	kampania	2	1	1
<b>reklama na portalu internetowym</b>				
reklama - Polska	kampania	2	1	1
reklama - Czechy	kampania	2	1	1

<b>wydawnictwa poligraficzne</b>				
przewodnik	szt.	4500	2500	2000
ulotka	szt.	9000	4500	4500
paszport	szt.	18 000	9000	9000
pieczętka	szt.	18	18	-
<b>gadżety promocyjne</b>				
koszulki T-shirt	szt.	3400	1700	1700
koszulki polo	szt.	100	100	-
bluzy dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
kurtki dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
czapeczki dla grupy roboczej	szt.	100	100	-
smycze	szt.	8000	4000	4000
baloniki	szt.	8000	4000	4000
długopisy	szt.	8000	4000	4000
gra typu memo	szt.	8000	4000	4000
kubki	szt.	4000	2000	2000

**Elementy kampanii promocyjnej wykonane jednorazowo**

banery	szt.	3	3	-
namiot	szt.	2	2	-
wspólne logo rekonstrukcji	szt.	1	1	-

**Ad.4.**

<b>1.Komitet pro udrzovaani pamatek z valky roku 1866:</b>	<b>23. 05.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>29. 05.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>03 – 04. 07.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>05. 09.</b>	<b>2009 r.</b>
	<b>22 - 23.05.</b>	<b>2010 r.</b>
	<b>28.05.</b>	<b>2010 r.</b>
	<b>02 - 03. 07.</b>	<b>2010 r.</b>

Montaż bilbordów ok. 20.05.2009 r. i ok. 15.05.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min. 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **2. Świdnica**

**06 – 07.06. 2009 r.**  
**05 - 06 .06. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 31.05.2009 r. i ok.30.05.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **3. Stoszowice**

**19 - 21 .06. 2009 r.**  
**17 - 19 .06. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 13.06.2009 r. i ok.12.06.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **4. Jaromer**

**17 – 19.07. 2009 r.**  
**16 - 18.07. 2010 r.**

Montaż bilbordów ok. 10.07.2009 r. i ok.09.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **5. Nysa**

**31.07.2009 r. – 02.08.2009 r.**

**30.07.2010 r. – 01.08.2010 r.**

Montaż billboardów ok. 24.07.2009 r. i ok.23.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **6. Złate Hory**

**07 – 09.08. 2009 r.**

**06 – 08.08. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 01.08.2009 r. i ok. 31.07.2010 r.

Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.

Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.

Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.

Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **7. Kłodzko**

**14 - 16.08. 2009 r.**

**13 – 15.08. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 07.08.2009 r. i ok. 06.08.2010 r.  
Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.  
Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.  
Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **8. Kraliky**

**21 – 23.08. 2009 r.**  
**20 – 22.08. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 14.08.2009 r. i ok. 13. 08.2010 r.  
Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.  
Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Reklama na portalu internetowym na 7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.  
Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

## **9. Kędzierzyn Koźle**

**18 - 20.09. 2009 r.**  
**17 – 19.09. 2010 r.**

Montaż billboardów ok. 11.09.2009 r. i ok. 10.09.2010 r.  
Spoty reklamowe w radiu na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Spoty w telewizji na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Film promocyjny utworzony w 2010 r. na podstawie materiału filmowego z rekonstrukcji z 2009 r.  
Reklama w prasie na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Reklama na portalu internetowym na min.7 dni przed planowaną rekonstrukcją.  
Wydawnictwa poligraficzne dostarczone do każdego partnera na min.7 dni przed terminem rekonstrukcji.  
Gadżety promocyjne – ich liczba sztuk podzielona po równo na 2 lata trwania rekonstrukcji, dostarczane do każdego z partnerów na min.7 dni przed rekonstrukcją w

odpowiedniej ilości, określonej na podstawie wkładu finansowego partnera we wspólną kampanię promocyjną. Elementy kampanii promocyjnej (wspólne - wykonane jeden raz) to banery i namioty oraz logo, które będą towarzyszyć rekonstrukcjom u każdego partnerów projektu przez cały okres trwania kampanii.

#### **Ad.5.**

**1.** Wykonawca zobowiązany jest do przestrzegania zasad wizualizacji

Działania promocyjno – informacyjne w ramach kampanii promocyjnej realizowane będą zgodnie z:

- Rozporządzeniem Rady (WE) nr 1083/2006,
- Rozporządzeniem Komisji (WE) nr 1828/2006,
- Narodowymi Strategicznymi Ramami Odniesienia (NSRO) RCz i analogicznie NSRO RP.

2. Projektowane i realizowane działania promocyjne będą w pełni uwzględniać wymogi dotyczące umieszczania logo UE, POWT RCz – RP oraz informacji na temat współfinansowania projektu ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

3. Wykonawca przygotowuje 2 sprawozdania z realizacji kampanii promocyjnej, pierwsze Wykonawca musi przedstawić do listopada 2009 a drugie do listopada 2010 r. Raporty podsumowujące kampanię promocyjną, które mają zawierać informację na temat zakresu przeprowadzonych działań, terminów działań, grup docelowych, zasięgu działań oraz rezultatów przeprowadzonej kampanii.

#### **Ad.6** Prawa autorskie i prawa majątkowe

Z dniem przyjęcia prac przez Zamawiającego, Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe oraz prawa pokrewne do wyników prac (do wszystkich tekstów zatwierdzonych przez Zamawiającego oraz elementów graficznych tj. zdjęcia, rysunki, grafiki), w zakresie rozporządzania i korzystania z nich przez czas nieoznaczony, na następujących polach eksploatacji:

- 1) utrwalenie,
- 2) digitalizacja,
- 3) wprowadzenie do pamięci komputera,
- 4) sporządzenie wydruku komputerowego,
- 5) zwielokrotnienie poprzez druk, nagranie na płycie CD,
- 6) wprowadzenie do obrotu,
- 7) nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy,
- 8) wprowadzanie w całości lub w części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika,
- 9) publikację i rozpowszechnianie w całości lub w części, w sieci Internet, łącznie z utrwalaniem w pamięci RAM,

- w oryginalnej (polskiej) wersji językowej i tłumaczeniu na języki obce, wraz z prawem do dokonywania opracowań, przemontowań i zmian układu, na terytorium Polski oraz poza jej granicami, a także zezwala Zamawiającemu na wykonywanie zależnego prawa autorskiego.





## Załącznik Nr 2

### OŚWIADCZENIA WYKONAWCY

z art. 22 ust.1 Prawa zamówień publicznych z dnia 29.01.2004 r.  
(tekst jednolity Dz. U. z 2007r. Nr 223, poz. 1655 ze zm)

Nazwa Wykonawcy: .....

Nazwa zadania:

#### **PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO**

1. Oświadczamy, że posiadamy uprawnienia do wykonywania działalności lub czynności określonych w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
2. Oświadczamy, że posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponujemy potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia określonego Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia lub przedstawiamy pisemne zobowiązanie innych podmiotów do udostępnienia potencjału technicznego i osób zdolnych do wykonania zamówienia.
3. Oświadczamy, że znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia określonego w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
4. Oświadczamy, że nie podlegamy wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ustawy PZP.

....., dnia .....

.....  
pieczęć i podpis Wykonawcy





## Załącznik nr 4

### Opis koncepcji w szczególności powinien zawierać:

#### Reklama w TV i film

1. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia propozycji scenariusza 20 sekundowego spotu telewizyjnego (w wersji polskiej i czeskiej) oraz zobowiązany jest do przedstawienia propozycji muzyki i głosu (głosów) lektorskich do spotu reklamowego wraz z uzasadnieniem wyboru.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia informacji dotyczącej doboru stacji telewizyjnych polskich i czeskich oraz określenia ilości emisji w poszczególnych stacjach. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia propozycji scenariusza 10 minutowego filmu reklamowego w wersji polskiej i czeskiej, zaproponowania zdjęć oraz muzyki do filmu wraz z uzasadnieniem wyboru.
3. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia propozycji wykonania 4000 sztuk kopii filmu (2000 sztuk wersji polskiej i 2000 sztuk wersji czeskiej) na nośniku DVD.

#### Reklama radiowa

1. Prezentacja szczegółowego scenariusza 9-ciu 30 sekundowych spotów radiowych: 5 spotów radiowych w wersji polskiej i 4 w wersji czeskiej w każdym roku trwania kampanii (lata 2009 i 2010), łącznie po dwa spoty dla każdego z partnerów projektu „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym pogranicza polsko – czeskiego”.
2. Wykonawca zobowiązany jest do zaprezentowania propozycji muzyki oraz głosu (głosów lektorskich) wraz z uzasadnieniem wyboru oraz zobowiązany jest zaprezentować dobór stacji radiowych polskich i czeskich oraz określić ilości emisji. Przygotowane spoty muszą spełniać warunki techniczne dla emisji w zaproponowanych stacjach radiowych.

#### Kampania prasowa

1. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania media planu kampanii prasowej tj. dobór tytułów prasowych polskich i czeskich oraz określenie formatu (ów) i ilości emisji w wybranych tytułach.
2. Przygotowanie projektu graficznego reklamy prasowej. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić jedną propozycję rozwiązania graficznego w wersji polskiej i jednego w wersji czeskiej i jej 10 mutacji w wersji polskiej oraz 8 w wersji czeskiej uwzględniających zmianę nazwy partnera oraz datę rekonstrukcji.

#### Kampania internetowa

1. Wykonawca zobowiązany jest do doboru portali internetowych polskich i czeskich oraz określenia ilości emisji reklam w zaproponowanych portalach. Wykonawca powinien dobrać portale w taki sposób, aby co najmniej jeden z nich był w grupie 3 portali mających najwyższe % dotarcia do ogółu internautów na terenie Polski i analogicznie na terenie Republiki Czeskiej.
2. Wykonawca zobowiązany jest dodatkowo do przedstawienia propozycji projektu graficznego banerów reklamowych wraz z opisem ich animacji (w wersji polskiej i czeskiej) oraz ich parametrów technicznych.

## **Kampania outdoorowa**

1. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania media planu kampanii outdoorowej.

## **Przygotowanie oraz produkcja wydawnictw poligraficznych**

### ***Ulotka promocyjna***

Parametry techniczne:

Format: A4 składane do ½ (bigowanie)

Papier: kreda błysk 135 g

Kolor: 4+4

Nakład: 9000 sztuk

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia projektu graficznego ulotki wraz z próbką tekstu promocyjno – informacyjnego w wersji polskiej i czeskiej (około 1000 znaków dla każdej z wersji) i próbką materiału zdjęciowego (około 8 fotografii). Wersje językowe zawarte są w obrębie jednego projektu.

### ***Przewodnik z kalendarzem rekonstrukcji***

Parametry techniczne:

Format: A5

Ilość stron: 12 + 4 okładki

Papier: okładka kreda błysk 250 g, środki kreda błysk 130 g

Uszlachetnienie papieru: folia na okładkę jednostronnie, lakier UV wybiórczo

Kolor: 4 + 4

Oprawa introligatorska: szycie zeszytowe

Nakład: 4500 sztuk

Parametry merytoryczne:

Kalendarz powinien zawierać daty rekonstrukcji u wszystkich partnerów projektu pn. „Rekonstrukcje historyczne wspólnym produktem turystycznym polsko - czeskiego pogranicza” wraz z informacjami o twierdzach znajdujących się u każdego z partnerów.

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia projektu kalendarza wraz z próbką tekstu promocyjno – informacyjnego w wersji polskiej i czeskiej (około 1000 znaków dla każdej z wersji) i próbką materiału zdjęciowego (około 8 fotografii). Wersje językowe zawarte są w obrębie jednego projektu.

### ***„Paszporty lojalnościowe”***

Parametry techniczne

Format: 170 x 110 mm (składane do ½ bigowanie)

Papier: Arctica 300 g

Uszlachetnienie papieru: folia jednostronnie

Kolor: 4 + 1

Nakład: 18 000 sztuk

Parametry merytoryczne:

Paszport na stronach wewnętrznych powinien zawierać 18 miejsc na opieczetowanie.

Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia projektu „paszportów lojalnościowych” w wersji polsko-czeskiej. Wersje językowe zawarte są w obrębie jednego projektu.

### ***Pieczętka promocyjna***

Format:

wysokość około 15 – 20 cm, średnica dostosowana do obszaru wyznaczonego na „pieczętkowanie” w paszporcie lojalnościowym

Rękojeść: drewniana

Ilość sztuk: 18

Oferent zobowiązany jest do przedstawienia projektu **pieczętki promocyjnej**

### **Przygotowanie oraz wykonanie artykułów promocyjnych i gadżetów promocyjnych**

Przygotowanie projektu **koszulek promocyjnych typu polo i typu t - shirt** damskich i męskich, zróżnicowanych rozmiarowo oraz wykonanie koszulek zaakceptowanych przez Zamawiającego.

Koszulka promocyjna typu polo damska i męska, z nadrukiem logo rekonstrukcji w kolorze, naniesione techniką haftu, z przodu po lewej stronie, z tyłu daty wszystkich rekonstrukcji

Koszulka polo męska z kontrastującymi paskami na kołnierzu i ściągaczach rękawów, boczne rozcięcia, taśma wzdłuż karku, suwak pod szyją, z tyłu daty wszystkich rekonstrukcji

Koszulka polo damska z kontrastującymi paskami na kołnierzu i ściągaczach rękawów, boczne rozcięcia, taśma wzdłuż karku, guziki pod szyją, z tyłu daty wszystkich rekonstrukcji

T - shirt damski 165 g, z nadrukiem logo rekonstrukcji w kolorze, naniesione techniką haftu, z przodu po lewej stronie, z tyłu daty wszystkich rekonstrukcji

T - shirt męski 165 g, z nadrukiem logo rekonstrukcji w kolorze, naniesione techniką haftu z przodu po lewej stronie, z tyłu daty wszystkich rekonstrukcji

Kolorystyka koszulek promocyjnych typu polo i t - shirt zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

Przygotowanie projektu oraz wykonanie **bluz dla grupy roboczej** (grupa robocza to koordynatorzy projektu oraz personel pracujący przy realizacji projektu u każdego z partnerów), zróżnicowanych rozmiarowo zaakceptowanych przez Zamawiającego.

Bluzy damskie zapinane na zamek, z kapturem, sznurek do ściągania, kieszeń typu kangur, wewnętrzna kieszeń na telefon komórkowy, 360 g/m<sup>2</sup>, logo naniesione techniką haftu z przodu po lewej stronie

Bluzy męskie zapinane na zamek, z kapturem, sznurek do ściągania, kieszeń typu kangur, wewnętrzna kieszeń na telefon komórkowy, 360 g/m<sup>2</sup>, logo naniesione techniką haftu z przodu po lewej stronie

Kolorystyka bluz dla grupy roboczej zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

Przygotowanie projektu oraz wykonanie **kurtek dla grupy roboczej**, zróżnicowanych rozmiarowo zaakceptowanych przez Zamawiającego.

Kurtka męska z nylonu, przy najważniejszych szwach taśma wodoodporna, podszewka przedniej i tylnej części z szarego jerseyu, podszewka rękawów nylonowa, kurtka zapinana na zamek błyskawiczny, zakrywany plisą na zatrzaski, przy rękawach regulowane zapięcia na rzepy, kieszeń wewnętrzna na dokumenty, kieszeń wewnętrzna na telefon komórkowy, kaptur ściągany sznurkiem, schowany w kołnierzu, logo rekonstrukcji naniesione techniką haftu z przodu po lewej stronie

Kurtka damska z nylonu, przy najważniejszych szwach taśma wodoodporna, podszewka przedniej i tylnej części z szarego jerseyu, podszewka rękawów nylonowa, kurtka zapinana na zamek błyskawiczny, zakrywany plisą na zatrzaski, przy rękawach

regulowane zapięcia na rzepy, kieszeń wewnętrzna na dokumenty, kieszeń wewnętrzna na telefon komórkowy, kaptur ściągany sznurkiem, schowany w kołnierzu, logo rekonstrukcji naniesione techniką haftu z przodu po lewej stronie

Kolorystyka kurtek dla grupy roboczej zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

Przygotowanie projektu oraz wykonanie **czapeczek dla grupy roboczej**, zróżnicowanych rozmiarowo zaakceptowanych przez Zamawiającego.

Czapka z grubej bawełny, typu baseballówka, 6 panelowa z daszkiem typu „sandwicz”, z regulacją metalową z tyłu, z logo rekonstrukcji naniesione na przedni panel czapki techniką haftu

Przygotowanie projektu i wykonanie **smyczy**,

Smycz zakończona metalowym karabinkiem i sznurkową zawieszka, wykonana techniką sublimacyjną, szerokość: 10 mm (+/- 2 mm).

Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

**Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

Przygotowanie projektu i wykonanie **baloników**,

Baloniki 12” z 1 x 1 kolor nadruku jednostronnie + patyczek

Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

**Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

Przygotowanie projektu i wykonanie **banerów reklamowych**

Baner o wymiarach 350cm \* 100cm, baner reklamowy wraz z projektem graficznym i wykonaniem, baner powlekany płótnem

Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

**Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

Przygotowanie projektu i wykonanie **kubków**

Estetyczny kubek porcelanowy (materiał: porcelit). Rączka kubka zajmuje ok. 2/3 wysokości kubka, otwór rączki co najmniej 4 cm, pojemność 300 – 330 ml., kolor 1 x 1.

Nadruk graficzny powinien być zaprojektowany i wykonany przez Wykonawcę i zaakceptowany przez Zamawiającego. Technika zdobienia sitodruk. Kubek pakowany w białe kartonowe pudełko.

Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

**Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

Przygotowanie projektu i wykonanie **namiotów promocyjnych**.

Namiot o wymiarach nie mniejszych niż. 2,5 x 4 m, płótno impregnowane, Namiot z logo rekonstrukcji, nazwami i herbami miast partnerskich

Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach.

Przygotowanie projektu i wykonanie **długopisów**

Długopis automatyczny (wciskany i wyciskany) o wymiarach: 12 – 15 cm, średnica max.1,5cm z plastikowy korpusem, metalowym klipsem, żłobiony uchwyt redukujący ślizganie dłoni, z wymiennym niebieskim wkładem, mechanizm teleskopowy. Nadruk wzdłuż korpusu lub na zewnętrznej stronie klipsu. Logo naniesione techniką tampondruku. Kolorystyka zostanie ustalona na podstawie projektów przedstawionych w ofertach. **Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

Przygotowanie projektu i wykonanie **gry typu memo**.

Gra pamięciowa, polegająca na jak najszybszym odsłonięciu 12 par identycznych obrazków. Tradycyjna gra w pary, ćwiczy pamięć i spostrzegawczość. Gra zawiera ilustrowane kartoniki z motywem nawiązującym do rekonstrukcji. Zapakowane w

zgrabne, niewielkie pudełeczko. **Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć z ofertą po 1 egzemplarzu okazowym .**

#### **Specyfikacja ilościowa:**

koszulek:	3500	szt.
bluza dla grupy roboczej:	100	szt.
kurtka dla grupy roboczej:	100	szt.
czapeczka dla grupy roboczej:	100	szt.
smyczy:	8000	szt.
baloników:	8000	szt.
długopisów:	8000	szt.
banerów reklamowych:	3	szt.
namiotów:	2	szt.
kubków:	4000	szt.
gra typu memo	8000	szt.

W przypadku niedostarczenia egzemplarza okazowego danego artykułu, odpowiadającego rodzajowi artykułu i specyfice oznaczenia lub dostarczenia więcej niż 1 egzemplarza danego artykułu, oferta zostanie odrzucona. Wykonawca zobowiązany jest umieścić wszystkie egzemplarze okazowe w oddzielnym od oferty opakowaniu (kopercie) w sposób uniemożliwiający jego przypadkowe otwarcie oraz zapoznanie się z zawartością bez uszkodzenia opakowania.

#### **Raport z realizacji kampanii:**

Termin złożenia raportu:

1. wrzesień - październik **2009 roku**
2. wrzesień - październik **2010 roku**

#### **Zakres raportowania:**

Udokumentowanie wszystkich przeprowadzonych działań promocyjno – reklamowych. Archiwum ma zawierać zbiory w postaci materiałów audiowizualnych (dokumentacja fotograficzna, filmowa, dźwiękowa, drukowana).



**Załącznik nr 5**

**Załącznik nr 4** Formularz wykazu wykonanych usług w ciągu ostatnich 3 lat wraz z dokumentem potwierdzającym, że wykazane usługi zostały wykonane należycie.

**WYKAZ WYKONANYCH USŁUG W CIĄGU OSTATNICH 3 LAT**

Lp.	Nazwa zadania Opis zamówienia	Zamawiający	Wartość prac	Daty wykonania		Uwagi
				początek	koniec	
1						
2						
3						
4						
5						

**UWAGA**

Zgodnie z § 1. ust. 2 pkt 2) Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 maja 2006 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane (Dz. U. Nr 87, poz. 605 ze zm).

.....  
(podpis osoby upoważnionej)





**Załącznik nr 6**

**„WYKAZ PODSTAWOWEGO SPRZĘTU”**

<b>Opis (rodzaj, nazwa producenta, marka)</b>	<b>Rok produkcji</b>	<b>Charakterystyka, wielkość</b>	<b>Data ostatniego i kolejnego przeglądu</b>

.....

(podpis osoby upoważnionej)







