

**Numer sprawy: GDDKiA-BGD-sks-em-284-4/10**

**GENERALNA DYREKCJA DRÓG KRAJOWYCH I AUTOSTRAD**

ul. Żelazna 59

00-848 Warszawa

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA  
DO PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO O WARTOŚCI PONIŻEJ 125.000 EURO  
NA OPRACOWANIE CAŁOŚCIOWEJ KONCEPCJI I LINII KREATYWNEJ KAMPANII  
INFORMACYJNO-EDUKACYJNEJ DLA PROGRAMU „DROGI ZAUFANIA”**

**Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia zawiera:**

Rozdział I	Instrukcja dla Wykonawców
Rozdział II	Opis przedmiotu zamówienia
Rozdział III	Istotne dla stron postanowienia umowy
Rozdział IV	Formularz Oferty i Formularze załączników do Oferty:
Załącznik nr 1	Oświadczenie Wykonawcy o spełnianiu warunków określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych
Załącznik nr 2	Oświadczenie Wykonawcy o braku podstaw do wykluczenia z powodu niespełnienia warunków określonych w art. 24 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych
Załącznik nr 3	Doświadczenie

**ZATWIERDZAM**

.....  
Warszawa, 02 czerwca 2010 r.

## Rozdział I

### Instrukcja dla Wykonawców

#### 1. ZAMAWIAJĄCY

Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad  
00-848 Warszawa, ul. Żelazna 59  
tel.: 0-22 375 86 54, faks 0-22 375 88 30

#### 2. OZNACZENIE POSTĘPOWANIA

Postępowanie, którego dotyczy niniejszy dokument oznaczone jest znakiem:  
**GDDKiA-BGD-sks-em-284-4/10**

Wykonawcy winni we wszelkich kontaktach z Zamawiającym powoływać się na wyżej podane oznaczenie.

#### 3. TRYB POSTĘPOWANIA

Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie **przetargu nieograniczonego** na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp”.

#### 4. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

- 4.1 Przedmiotem zamówienia jest opracowanie całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu ratowania życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych „Drogi zaufania” na rok 2010. W zakres zamówienia wchodzi opracowanie poszczególnych kreacji, napisanie treści i produkcja wskazanych w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia elementów kampanii (kod CPV:79341400-0 - usługi prowadzenia kampanii reklamowych, 92111210-7 - produkcja filmów reklamowych, 79342200 – usługi w zakresie promocji).
- 4.2 Całość przedmiotu musi uwzględniać charakter programu przedstawiony w opisie PROGRAM RATOWANIA ŻYCIA I ZDROWIA LUDZI NA DROGACH KRAJOWYCH I AUTOSTRADACH „DROGI ZAUFIANIA”.
- 4.3 Podstawowym celem kampanii informacyjno – edukacyjnej jest podniesienie poziomu świadomości i wiedzy wśród użytkowników dróg krajowych na temat bezpieczeństwa ruchu drogowego, a w konsekwencji do trwałych zmian postaw.
- 4.4 Kampania skierowana jest do szerokiej grupy celowej - wszyscy.
- 4.5 Wybrane elementy kampanii powinny być skierowane do grupy najwyższego ryzyka t.j. do grupy młodych w wieku 15-30 lat.
- 4.6 Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawarty jest w Rozdziale II niniejszej SIWZ.
- 4.7 Zamówienie jest przewidziane do współfinansowania ze środków pochodzących z UE – Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko (PRIORYTET: VIII Bezpieczeństwo transportu i krajowe sieci transportowe DZIAŁANIE: 8.1 „Bezpieczeństwo ruchu drogowego”, projekt „Drogi zaufania” - program ochrony życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych) oraz ze środków będących w dyspozycji Generalnego Dyrektora Dróg Krajowych i Autostrad.
- 4.8 Zamawiający dopuszcza wykonanie przedmiotu zamówienia przy udziale podwykonawców. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie (w Formularzu Oferty) zakresu zamówienia (usług), których wykonanie Wykonawca powierzy podwykonawcom.
- 4.9 Zamawiający nie przewiduje udzielania zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp.

## **5. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA**

Przedmiot zamówienia będzie realizowany sukcesywnie w okresie od dnia zawarcia umowy do 20.12.2010 r.

## **6. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW**

**6.1 W postępowaniu mogą brać udział Wykonawcy niepodlegający wykluczeniu z powodu niespełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust 1 ustawy Pzp oraz spełniający warunki o których mowa w art. 22 ust 1 ustawy Pzp i określone w pkt 6.2.**

**6.2. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące:**

**1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania:**

Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

**2) posiadania wiedzy i doświadczenia:**

### **Doświadczenie**

Wykonawca musi wykazać, iż w okresie ostatnich trzech lat, przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał z należytą starannością co najmniej 2 usługi polegające na opracowaniu linii kreatywnej kampanii zawierającej kreację spotów telewizyjnych i radiowych o wartości każdej z usług co najmniej 80.000,00 zł brutto.

**3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia:**

Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

**4) sytuacji ekonomicznej i finansowej:**

Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

**6.3.** Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu na podstawie oświadczeń i dokumentów o których mowa w pkt 7, na zasadzie spełnia – nie spełnia.

**6.4. Informacja dla Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (spółki cywilne/ konsorcja).**

W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, żaden z nich nie może podlegać wykluczeniu z powodu niespełnienia warunków o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp, natomiast warunki określone w pkt 6.2 muszą spełniać łącznie.

## **7. OŚWIADCZENIA I DOKUMENTY WYMAGANE DLA POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA PRZEZ WYKONAWCÓW WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU**

**7.1.** W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia wykonawcy w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust 1 ustawy Pzp, należy do oferty załączyć następujące dokumenty:

**7.1.1.** Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania.

**7.1.2.** Aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem

terminu składania ofert, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenie w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

- 7.2. Na potwierdzenie spełniania warunków określonych w pkt 6.2 należy do oferty załączyć następujące oświadczenia i dokumenty:

7.2.1. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu.

7.2.2. Wykaz wykonanych usług w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców, na formularzu zgodnym z treścią załącznika nr 3 do formularza „Oferta” („Doświadczenie”). Wykaz musi potwierdzać spełnienie warunku, o którym mowa w pkt 6.2.2). Do wykazu należy załączyć dokumenty potwierdzające, że wskazane w wykazie usługi zostały wykonane należycie.

7.3. Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do zrealizowania części zamówienia, zawierające zakres czynności które te podmioty zobowiązują się wykonać – w przypadku gdy Wykonawca wykazując spełnianie warunków udziału w postępowaniu polega na wiedzy i doświadczeniu innych podmiotów.

7.4. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu, o którym mowa w pkt 7.1.2. składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości.

7.5. Jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt 7.4., zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania.

7.6. Dokumenty, o których mowa w pkt 7.4 lub zastępujący je dokument, o którym mowa w pkt 7.5, powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

7.7. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę mającego siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania z wnioskiem o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących przedłożonego dokumentu.

7.8. Dokumenty i oświadczenia wymagane dla potwierdzenia spełnienia przez Wykonawców warunków udziału w postępowaniu (za wyjątkiem oświadczenia wymienionego w pkt 7.2.1., które musi zostać złożone w formie oryginału), należy złożyć w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę.

W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku podmiotów, o których mowa w pkt 7.3, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio Wykonawcy lub tych podmiotów są poświadczane za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę lub te podmioty.

Poświadczenie za zgodność z oryginałem powinno być sporządzone w sposób umożliwiający identyfikację podpisu (np. wraz z imienną pieczętką osoby poświadczającej kopię dokumentu za zgodność z oryginałem).

Zamawiający zażąda przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii

dokumentu wyłącznie wtedy, gdy złożona kopia dokumentu będzie nieczytelna lub będzie budziła wątpliwości co do jej prawdziwości.

- 7.9. Dokumenty sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski.
- 7.10. W celu potwierdzenia spełnienia warunków wymaganych od Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia:
- a) oświadczenie wymienione w pkt 7.1.1. oraz dokument wymieniony w pkt 7.1.2. – albo odpowiadające mu określone w pkt 7.4 i 7.5, powinny być złożone przez każdego Wykonawcę;
  - b) oświadczenie wymienione w pkt 7.2.1. powinno być złożone w imieniu wszystkich Wykonawców;
  - c) dokument wymieniony w pkt 7.2.2. powinien złożyć dowolny/dowolni Wykonawca/y spośród Wykonawców składających wspólną ofertę.

## **8. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT**

- 8.1. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
- 8.2. Zamawiający nie dopuszcza złożenia ofert częściowych.
- 8.3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
- 8.4. Ofertę stanowi formularz „Oferta”.
- 8.5. Wraz z ofertą powinny być złożone:
- 8.5.1. Oświadczenia i dokumenty wymagane postanowieniami pkt 7.
  - 8.5.2. Pełnomocnictwo do reprezentowania wszystkich Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, ewentualnie umowa o współdziałaniu, z której wynikać będzie przedmiotowe pełnomocnictwo. Pełnomocnik może być ustanowiony do reprezentowania Wykonawców w postępowaniu albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy. Pełnomocnictwo winno być złożone w oryginale lub notarialnie poświadczonej kopii.
  - 8.5.3. Pełnomocnictwo do podpisania oferty (oryginał lub notarialnie potwierdzona kopia) względnie do podpisania innych dokumentów składanych wraz z ofertą, o ile prawo do ich podpisania nie wynika z innych dokumentów złożonych wraz z ofertą.
  - 8.5.4. **Koncepcja kreacji** obejmująca całościową, spójną koncepcję działań i realizacji w ramach programu Drogi Zaufania w roku 2010 (zgodnie z wymogami opisanymi Rozdziale II niniejszej SIWZ).
  - 8.5.5. Przykłady / propozycje: plakatu, billboardu, ulotek, edytoriali, przykładowe scenariusze spotów radiowych i telewizyjnych 30-sek. i 60-sek. w tym spot TV w postaci story boardu, przykładowe formy promocyjne przeznaczone na strony WWW i do portali internetowych, przykładowy scenariusz filmu 2 minutowego, przykładowy scenariusz audycji radiowej – 3 minutowej, przykładowe koncepcje dwóch kampanii składowych, o których mowa w pkt 1 Opisu przedmiotu zamówienia, przykładowy layout reklamy w dzienniku opinii.
- 8.6. Oferta powinna być podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy, zgodnie z formą reprezentacji Wykonawcy określoną w rejestrze lub innym dokumencie, właściwym dla danej formy organizacyjnej Wykonawcy albo przez upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy
- 8.7. Oferta oraz pozostałe oświadczenia i dokumenty, dla których Zamawiający określił wzory z formie formularzy zamieszczonych w Rozdziale IV, powinny być sporządzone zgodnie z tymi wzorami, co do treści oraz opisu kolumn i wierszy.
- 8.8. Oferta musi być sporządzona w języku polskim, z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności. Każdy dokument składający się na ofertę powinien być czytelny.
- 8.9. Każda poprawka w treści oferty, a w szczególności każde przerobienie, przekreślenie, uzupełnienie, nadpisanie, przesłonięcie korektorem, etc musi być parafowane przez Wykonawcę, w przeciwnym razie nie będzie uwzględnione.

- 8.10. Strony oferty powinny być trwale ze sobą połączone i kolejno ponumerowane, z zastrzeżeniem sytuacji zastrzeżonej w pkt 8.11 i 8.12. W treści oferty powinna być umieszczona informacja o liczbie stron
- 8.11. Oświadczenia i dokumenty dotyczące właściwości Wykonawcy, wymagane postanowieniami pkt 7, powinny być trwale ze sobą połączone oraz kolejno ponumerowane. W treści oferty powinna być zamieszczona informacja o liczbie stron, na których te oświadczenia i dokumenty zamieszczono
- 8.12. W przypadku gdyby oferta, oświadczenia lub dokumenty zawierały informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa, w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Wykonawca w sposób nie budzący wątpliwości zastrzec, które informacje stanowią tajemnice przedsiębiorstwa. Informacje te powinny być umieszczone w osobnym wewnętrznym opakowaniu, trwale ze sobą połączone i ponumerowane. Nie mogą stanowić tajemnicy przedsiębiorstwa informacje podawane do wiadomości podczas otwarcia ofert, tj. informacje dotyczące ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofercie.
- 8.13. Ofertę wraz z oświadczeniami i dokumentami należy sporządzić i złożyć w 1 egzemplarzu". Ofertę (oryginał) należy umieścić w zamkniętym opakowaniu, uniemożliwiającym odczytanie jego zawartości bez uszkodzenia tego opakowania. Opakowanie winno być oznaczone nazwą (firmą) i adresem Wykonawcy, zaadresowane następująco::

**Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad  
ul. Żelazna 59  
00-848 Warszawa**

oraz opisane:

**„OPRACOWANIE CAŁOŚCIOWEJ KONCEPCJI I LINII KREATYWNEJ  
KAMPANII INFORMACYJNO-EDUKACYJNEJ DLA PROGRAMU „DROGI  
ZAUFANIA”**

***„Nie otwierać przed dniem 17.06.2010r, godz.12.00.”***  
*Konsekwencje niewłaściwego oznakowania ponosi Wykonawca*

- 8.14. Wymagania określone w pkt 8.10 – 8.13 nie stanowią o treści oferty i ich niespełnienie nie będzie skutkowało odrzuceniem; wszelkie negatywne konsekwencje mogące wyniknąć z niezachowania tych wymagań będą obciążały Wykonawcę.
- 8.15. Przed upływem terminu składania ofert, Wykonawca może wprowadzić zmiany do złożonej oferty lub wycofać ofertę. Oświadczenia o wprowadzonych zmianach lub wycofaniu oferty powinny być doręczone Zamawiającemu na piśmie pod rygorem nieważności przed upływem terminu składania ofert. Oświadczenia powinny być opakowane tak, jak oferta, a opakowanie powinno zawierać odpowiednio dodatkowe oznaczenie wyrazem: „ZMIANA” lub „WYCOFANIE”.

## **9. OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY OFERTY**

- 9.1. Cena oferty (w PLN) zostanie przedstawiona przez Wykonawcę w Formularzu „Oferta”.
- 9.2. Cena ofertowa musi być skalkulowana w sposób jednoznaczny, uwzględniać wszystkie wymagania Zamawiającego określone w SIWZ oraz obejmować wszelkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia wraz z kosztami przekazanych majątkowych praw autorskich.
- 9.3. Cena ofertowa powinna być podana z dokładnością do 1 grosza, tj. do dwóch miejsc po przecinku.
- 9.4. Wszelkie rozliczenia dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia opisanego w niniejszej specyfikacji dokonywane będą w złotych polskich.

- 9.5. Cena określona przez Wykonawcę zostanie podana jako wartość brutto oferty złożonej przez Wykonawcę, tj. wraz z należnym podatkiem VAT od towarów i usług, w wysokości przewidzianej ustawowo.

## **10. OPIS SPOSOBU POROZUMIEWANIA SIĘ ORAZ UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ TREŚCI SIWZ**

- 10.1. Wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz inne informacje Zamawiający oraz Wykonawcy będą przekazywać pisemnie lub faksem (nr faksu: 022-375 88 30).
- 10.2. Forma pisemna zastrzeżona jest dla złożenia oferty wraz z załącznikami, w tym oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnianie przez oferowany przedmiot zamówienia wymagań określonych przez Zamawiającego, a także zmiany i wycofania oferty.
- 10.3. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ, kierując wniosek na adres:  
Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad  
Ul. Żelazna 59, 00-848 Warszawa  
Biuro Generalnego Dyrektora
- 10.4. Zamawiający jest obowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert – pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.
- 10.4.1. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu składania wniosku, o którym mowa w 10.4, lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
- 10.4.2. Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku, o którym mowa w pkt 10.4.
- 10.5. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający przekaze Wykonawcom, którym przekazał SIWZ, bez ujawniania źródła zapytania, a także zamieści na stronie internetowej.
- 10.6. W przypadku rozbieżności pomiędzy treścią SIWZ a treścią wyjaśnień, jako obowiązującą należy przyjąć treść pisma zawierającego późniejsze oświadczenie Zamawiającego.
- 10.7. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SIWZ. Dokonaną zmianę SIWZ Zamawiający przekaze niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ a także zamieści ją na stronie internetowej.
- 10.8. Jeżeli w wyniku zmiany treści SIWZ nieprowadzącej do zmiany treści ogłoszenia o zamówieniu będzie niezbędny dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach, Zamawiający przedłuży termin składania ofert i poinformuje o tym Wykonawców, którym przekazano SIWZ oraz zamieści informację na stronie internetowej.
- 10.9. Jeżeli zmiana treści SIWZ, będzie prowadziła do zmiany treści ogłoszenia o zamówieniu, Zamawiający dokona zmiany treści ogłoszenia o zamówieniu w sposób przewidziany w art. 38 ust. 4a ustawy Pzp oraz jeżeli będzie to konieczne przedłuży termin składania ofert, zgodnie z art. 12a ustawy Pzp.
- 10.10. Zamawiający wyznacza Panią Ewę Miłkowską (tel. 022-375 86 54) do kontaktowania się z Wykonawcami.

## 11. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

- 11.1. Termin związania ofertą wynosi 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert
- 11.2. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu, o którym mowa w pkt 11.1., o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni
- 11.3. W przypadku wniesienia odwołania po upływie terminu składania ofert bieg terminu związania ofertą ulegnie zawieszeniu do czasu ogłoszenia przez Krajową Izbę Odwoławczą orzeczenia.

## 12. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT

- 12.1. Oferty winny być złożone w siedzibie Zamawiającego – Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad przy ul. Żelaznej 59, 00-848 Warszawa, w Kancelarii V piętro, pokój nr 513, w terminie do 17.06.2010 roku, do godziny 11.30.
- 12.2. Otwarcie ofert odbędzie się w siedzibie Zamawiającego – Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad przy ul. Żelaznej 59, 00-848 Warszawa, w sali konferencyjnej na Vp. w dniu, w którym upływa termin składania ofert, o godzinie 12.00.
- 12.3. Otwarcie ofert jest jawne.  
Zamawiający niezwłocznie zwróci ofertę, która zostanie złożona po terminie.

## 13. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM

Zamawiający nie wymaga wniesienia wadium.

## 14. KRYTERIA WYBORU OFERTY NAJKORZYSTNIEJSZE

- 14.1. Przy dokonywaniu wyboru najkorzystniejszej oferty Zamawiający stosować następujące kryteria oceny ofert:

Lp.	Nazwa kryterium	Waga kryterium[%]
1.	„Cena”	40% = 40 pkt.
2.	„Koncepcja Kreacji”	60% = 60 pkt.

- 14.2. Kryterium „Cena” będzie rozpatrywane na podstawie ceny brutto wykonania całości zamówienia podanej przez Wykonawcę w Formularzu „Oferta”. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = \frac{\text{najniższa oferowana cena spośród rozpatrywanych ofert}}{\text{cena ocenianej oferty}} \times 40 \text{ pkt.}$$

Najkorzystniejsza oferta w odniesieniu do kryterium „Cena” może uzyskać maksimum 40pkt.

- 14.3. Kryterium „**Koncepcja Kreacji**” będzie rozpatrywane na podstawie przedstawionej przez Wykonawcę w ofercie **koncepcji kreacji**, obejmującej całościową, spójną koncepcję działań i realizacji w ramach programu Drogi



Zaufania w roku 2010 (zgodnie z wymogami opisanymi w Rozdziale II niniejszej SIWZ)

14.4. Przyznając punkty za kryterium „**Koncepcja Kreacji**” Zamawiający będzie oceniał przede wszystkim:

<b>Kryterium „Koncepcja Kreacji”:</b>	<b>Punkty</b>
<p><b>Oryginalność i kreatywność kreacji –</b>  Oceniana jest oryginalność kreacji rozumiana jako walor niepowtarzalności linii kreacyjnej (slogan, przewodnie motywy graficzne, fotograficzne i filmowe) oraz poszczególnych form reklamowych i druków (spoty radiowe i telewizyjne, reklamy prasowe, plakaty, ulotki, bannery internetowe itd.) na tle innych społecznych kampanii reklamowych, zwłaszcza kampanii promujących bezpieczeństwo ruchu drogowego. Kreatywność to natomiast walor nowatorskiego, odkrywczego wykorzystania symboli i skojarzeń w linii kreacyjnej oraz poszczególnych formach reklamowych i druków.  0-20 pkt – projekt kreacji o niskim, przeciętnym walorze oryginalności i kreatywności  21-40 pkt – projekt kreacji o dostatecznym, wysokim walorze oryginalności i kreatywności</p>	od 0 do 40 pkt, waga: 40%
<p><b>Prostota i uniwersalność przekazu –</b>  Oceniana jest prostota przekazu rozumiana jako walor takiego opracowania linii kreacyjnej kampanii (slogan, przewodnie motywy graficzne, fotograficzne i filmowe) oraz takiego opracowania poszczególnych form reklamowych i druków (spoty radiowe i telewizyjne, reklamy prasowe, plakaty, ulotki, bannery internetowe itd.), który ułatwia zrozumienie idei programu „Drogi zaufania” i głównych przekazów tegorocznej jego edycji jak najszerszej grupie społecznej. Niski poziom komplikacji komunikatu zapewniać ma jego powszechną czytelność. Uniwersalność natomiast rozumieć należy jako wykorzystanie w linii kreacyjnej kampanii symboli o znaczeniach łatwo identyfikowalnych przez społeczeństwo, posłużenie się zakorzenionymi w świadomości społecznej metaforami, wykorzystanie czytelnych społecznie archetypów. Kryterium prostoty i uniwersalności nie spełniają kreacje, które posługują się kodami komunikacyjnymi wąskich grup społecznych (subkulturowymi, elitarnymi itd.).  0-5 pkt – projekt kreacji o niskim, przeciętnym walorze prostoty i uniwersalności  6-10 pkt – projekt kreacji o dostatecznym, wysokim walorze prostoty i uniwersalności</p>	od 0 do 10 pkt, waga: 10%
<p><b>Spójność przekazu –</b>  Oceniana jest spójność przekazu rozumiana jako kategoria zapewniająca wewnętrzną jednolitość przekazu. Spójność kampanii objawia się poprzez posługiwanie się jednolitymi symbolami i odwołaniami semantycznymi we wszystkich formach reklamowych i drukach (spoty radiowe i telewizyjne, reklamy prasowe, plakaty, ulotki, bannery internetowe itd.). Walor ten służyć ma podniesieniu stopnia oddziaływania całej kampanii.  0-5 pkt – projekt kampanii o niskim, przeciętnym walorze spójności przekazu  6-10 pkt – projekt o dostatecznym, wysokim walorze spójności przekazu</p>	od 0 do 10 pkt, waga: 10%
<b>RAZEM:</b>	<b>0 – 60 pkt.</b>

Najkorzystniejsza oferta w odniesieniu do kryterium „Koncepcja Kreacji” może uzyskać maksimum 60 pkt.

- 14.5. Ostateczną ocenę punktową każdej z ocenianych ofert stanowić będzie suma liczby punktów przyznanych w kryteriach: „Cena” oraz „Koncepcja Kreacji”.
- 14.6. Wszystkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- 14.7. Oferta wykonawcy, która uzyska najwyższą sumaryczną liczbą punktów uznana zostanie za najkorzystniejszą.
- 14.8. Jeżeli nie będzie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.

- 14.9. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający jednocześnie zawiadomi Wykonawców, którzy złożyli oferty, o:
- 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę) albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres wykonawcy, którego ofertę wybrano, uzasadnienie jej wyboru oraz nazwy (firmy) albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy Wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację;
  - 2) Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, podając uzasadnienie faktyczne i prawne;
  - 3) Wykonawcach, którzy zostali wykluczeni z postępowania o udzielenie zamówienia, podając uzasadnienie faktyczne i prawne;
  - 4) terminie, określonym zgodnie z art. 94 ust. 1 lub 2 ustawy Pzp., po którego upływie umowa w sprawie zamówienia publicznego może być zawarta.
- 14.10. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zamieści informacje, o których mowa w pkt 14.9.1) na stronie internetowej oraz w miejscu publicznie dostępnym w swojej siedzibie.

## **15. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY**

Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

## **16. UDZIELENIE ZAMÓWIENIA**

- 16.1. Zamawiający udzieli zamówienia temu Wykonawcy, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą.
- 16.2. W przypadku, gdy zostanie wybrana jako najkorzystniejsza oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Wykonawca zobowiązany będzie po uprawnoczeniu się decyzji o wyborze jego oferty, a przed podpisaniem umowy przedłożyć do wglądu Zamawiającemu umowę konsorcjum stwierdzającą solidarną odpowiedzialność wszystkich Wykonawców za realizację zamówienia oraz zawierającą upoważnienie dla jednego z Wykonawców do składania i przyjmowania oświadczeń wobec Zamawiającego w imieniu wszystkich Wykonawców, a także do otrzymywania należnych płatności.
- 16.3. O terminie na przedłożenie powyższych dokumentów Wykonawca zostanie powiadomiony przez Zamawiającego odrębnym pismem.

## **17. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH, JAKICH NALEŻY DOPEŁNIĆ PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY.**

- 17.1. W przypadku, gdy zostanie wybrana jako najkorzystniejsza oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Wykonawca przed podpisaniem umowy na wezwanie Zamawiającego powinien przedłożyć umowę regulującą współpracę Wykonawców, w której Wykonawcy wskażą pełnomocnika uprawnionego do kontaktów z Zamawiającym oraz wystawiania dokumentów związanych z płatnościami.
- 17.2. O terminie złożenia dokumentu, o którym mowa w pkt 17.1 Zamawiający powiadomi Wykonawcę odrębnym pismem.
- 17.3. Przed zawarciem umowy Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza przekaże Zamawiającemu szczegółowy wykaz kosztów składających się na wynagrodzenie Wykonawcy. Wykaz ten będzie stanowił załącznik do umowy.

## **18. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ**

- 18.1. Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez

Zamawiającego przepisów ustawy Pzp., przysługują środki ochrony prawnej określone w Dziale VI ustawy Pzp. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy Pzp.

- 18.2. Odwołanie przysługuje wyłącznie wobec czynności:
  - a. opisu sposobu dokonywania oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu;
  - b. wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia;
  - c. odrzucenia oferty odwołującego.
- 18.3. Odwołanie powinno wskazywać czynność lub zaniechanie czynności Zamawiającego, której zarzuca się niezgodność z przepisami ustawy Pzp, zawierać zwięzłe przedstawienie zarzutów, określać żądanie oraz wskazywać okoliczności faktyczne i prawne uzasadniające wniesienie odwołania.
- 18.4. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w formie pisemnej albo elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu, przysyłając kopię odwołania Zamawiającemu przed upływem terminu do wniesienia odwołania w taki sposób, aby mógł on zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu.
- 18.5. Terminy wniesienia odwołania:
  - 18.5.1. Odwołanie wnosi się w terminie 5 dni od dnia przesłania informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia – jeżeli zostały przesłane w sposób określony w art. 27 ust. 2 ustawy Pzp, albo w terminie 10 dni – jeżeli zostały przesłane w inny sposób.
  - 18.5.2. Odwołanie wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, a także wobec postanowień specyfikacji istotnych warunków zamówienia, wnosi się w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych lub specyfikacji istotnych warunków zamówienia na stronie internetowej.
  - 18.5.3. Odwołanie wobec czynności innych niż określone w pkt. 18.5.1. i 18.5.2. wnosi się w terminie 5 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia.
  - 18.5.4. Jeżeli Zamawiający nie przesłał Wykonawcy zawiadomienia o wyborze oferty najkorzystniejszej odwołanie wnosi się nie później niż w terminie:
    - 1) 15 dni od dnia zamieszczenia w Biuletynie Zamówień Publicznych ogłoszenia o udzieleniu zamówienia;
    - 2) 1 miesiąca od dnia zawarcia umowy, jeżeli Zamawiający nie zamieścił w Biuletynie Zamówień Publicznych ogłoszenia o udzieleniu zamówienia;
- 18.6. Szczegółowe zasady postępowania po wniesieniu odwołania, określają stosowne przepisy Działu VI ustawy Pzp.
- 18.7. Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej, stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu.
- 18.8. Skargę wnosi się do sądu okręgowego właściwego dla siedziby Zamawiającego, za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w terminie 7 dni od dnia doręczenia orzeczenia Krajowej Izby Odwoławczej, przysyłając jednocześnie jej odpis przeciwnikowi skargi. Złożenie skargi w placówce pocztowej operatora publicznego jest równoznaczne z jej wniesieniem.

## **ROZDZIAŁ II**

### **OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

#### **OPIS PROGRAMU RATOWANIA ŻYCIA I ZDROWIA LUDZI NA DROGACH KRAJOWYCH I AUTOSTRADACH – „DROGI ZAUFANIA”**

„Drogi zaufania” to program ochrony życia i zdrowia użytkowników dróg krajowych, realizowany od 2007 r. przez Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad. Jego celem strategicznym jest zmniejszenie do roku 2013 liczby śmiertelnych ofiar wypadków na tych drogach o 75 proc. Działania ujęte w tym programie zostały więc określone w perspektywie 2013 r.

Skupienie działań z zakresu bezpieczeństwa ruchu drogowego na drogach krajowych jest kluczowe dla poprawy bezpieczeństwa transportu samochodowego w Polsce. Trasy te stanowią zaledwie 5 proc. całej sieci dróg w Polsce, ale ginie na nich ok. 40 proc. wszystkich ofiar wypadków drogowych.

„Drogi zaufania” to pierwszy w Polsce program z zakresu bezpieczeństwa ruchu drogowego synergizujący działania inżynieryjne z komunikacją społeczną. W ramach akcji drogowcy we współpracy z inżynierami ruchu z politechnik Gdańskiej i Krakowskiej przygotowują roczne plany modernizacji dróg krajowych. Działania mają poprawić bezpieczeństwo wszystkich uczestników ruchu: kierowców, pasażerów, rowerzystów i pieszych. Dlatego wymieniane są nawierzchnie, remontowane zatoki autobusowe, układane chodniki i ścieżki rowerowe, budowane azyle i wyspy na jezdniach, oświetlane przejścia dla pieszych, montowane barierki odgradzające ruch kołowy od ruchu pieszych. Drogowcy faktycznie i optycznie zwężają też jezdnie, by skłonić kierowców do zmniejszenia prędkości jazdy

Od użytkowników dróg organizatorzy programu oczekują partnerstwa, które przejawia się w dostosowaniu odpowiedniej prędkości jazdy, ostrożności, przestrzegania zasad i przepisów, a w dłuższej perspektywie – wykształceniu racjonalnych i trwałych pozytywnych postaw w ruchu drogowym.

By osiągnąć te cele, Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad realizuje w ramach programu „Drogi zaufania” działania z zakresu komunikacji społecznej. Skupiają się one na informowaniu, edukowaniu i pobudzaniu jednostek do zaangażowania. W tym celu wykorzystywane są różne narzędzia komunikacji, w tym wiele innowacyjnych, m.in.:

- Happeningi edukacyjne – działania komunikacyjne prowadzone przy drogach krajowych w okresie wakacji i długich weekendów. Kierowy przejeżdżający trasą, przy której trwa happening, mogą w kilkanaście minut sprawdzić, czy jeżdżą bezpiecznie. Za pomocą alkoholgli można przekonać się, jak alkohol wpływa na sprawność człowieka, a dzięki specjalnej pochylni – sprawdzić, czym skutkuje podróż bez zapiętych pasów bezpieczeństwa. Są też komputerowe symulatory jazdy, kontrolujące znajomość przepisów ruchu drogowego. Wyszukoleni ratownicy medyczni uczą, jak prawidłowo udzielać pierwszej pomocy, a psycholodzy transportu radzą, jak efektywnie wypoczywać w czasie długich podróży, jak pokonać stres na drodze oraz jak rozmawiać z ofiarami wypadków samochodowych. Do dyspozycji uczestników happeningu są też policjanci, strażacy i służby drogowe. Goście otrzymują np. apteczki pierwszej pomocy oraz wydawnictwa edukacyjne. Happeningi są relacjonowane w mediach ogólnopolskich i regionalnych, przez co ich walor edukacyjny ma szerokie oddziaływanie społeczne.
- Happeningi – Zegary Śmierci. Prezentacje tragicznych statystyk drogowych na billboardach przy drogach krajowych. Informacje o liczbie ofiar śmiertelnych wypadków drogowych wśród dzieci i rowerzystów czy liczbie zatrzymanych pijanych

kierowców połączone z apelem o rozwagę są formą komunikacji emocjonalnej. Mają przemawiać do wyobraźni kierowców i skłaniać ich do bezpiecznej jazdy.

- Komunikaty CB – kilkunastosekundowe komunikaty przekazywane automatycznie do samochodów z odbiornikami CB, przejeżdżających określonymi odcinkami dróg krajowych. Pozwalają dotrzeć bezpośrednio do kierowcy z przekazem perswazyjnym, skłaniającym do racjonalnego zachowania w ruchu drogowym.
- Wydawnictwa informacyjne i edukacyjne – atrakcyjne graficznie, napisane przystępnym językiem broszury, insertowane do dzienników ogólnopolskich i regionalnych, m.in. „Mapa robót drogowych” z oznaczeniem rodzaju prac prowadzonych na drogach krajowych w całym kraju, występujących utrudnień i elementarzem planowania podróży; „Mapa fotoradarów” ze wskazaniem lokalizacji fotoradarów na drogach krajowych i materiałami edukującymi o zależności między prędkością jazdy a bezpieczeństwem; „Mapa zimowego utrzymania dróg” z oznaczeniem standardu odśnieżania poszczególnych odcinków dróg krajowych wraz z kompendium wiedzy na temat bezpiecznego prowadzenia pojazdów w trudnych warunkach atmosferycznych.
- Advertoriale prasowe – kilkustronicowe dodatki / wkładki do ogólnopolskich dzienników i prasy motoryzacyjnej. W wyglądzie upodobnione są do stron gazety, w której się ukazują, przez co traktowane są przez czytelników jako przygotowane przez redakcję. Podnosi to ich wiarygodność i zwiększa oddziaływanie na postawy i zachowania. Advertoriale odznaczają się wysoką skutecznością informowania i edukowania czytelników.
- Audycje radiowe – kilkuminutowe audycje rozpowszechniane na antenie ogólnopolskich rozgłośni radiowych, które w przystępny sposób tłumaczą zasady bezpieczeństwa drogowego. Emitowane są poza blokami reklamowymi, co podnosi ich wiarygodność. Cechują się wysoką skutecznością informowania i edukowania odbiorców.
- Ulotki informacyjno-edukacyjne – opracowywane w kilku wariantach, ze względu na wybrane grupy docelowe i dystrybuowane w sposób umożliwiający maksymalnie szerokie dotarcie do tych grup, m.in.: dla kierowców rozdawane na stacjach benzynowych, dla dzieci i młodzieży docierających do szkół drogami krajowymi – w szkołach, dla parafian – w kościołach.
- Strona internetowa [www.drogizaufania.pl](http://www.drogizaufania.pl) – źródło wiedzy na temat programu „Drogi zaufania” i aktualnych działań prowadzonych w jego ramach oraz zasad bezpiecznej jazdy. Witryna oferuje atrakcyjne formy przekazu, m.in. animacje i materiały video. Za pośrednictwem strony prowadzone są również akcje angażujące internautów, m.in. umieszczono na niej aplikację umożliwiającą poinformowanie organizatorów programu o miejscach szczególnie niebezpiecznych na drogach krajowych czy interaktywne konkursy na temat bezpieczeństwa drogowego.
- Kampanie informacyjno – edukacyjne, spójne graficznie i treściowo przekazy w prasie, radiu, telewizji, Internecie i outdoorze, publikowane w czasie wzmożonego ruchu samochodowego, m.in. w wakacje, okresy przedświąteczne, długie weekendy.

O efektywności prowadzonych działań świadczą statystyki. W 2007 r. pilotażowa edycja programu realizowana był na drodze krajowej nr 8, najdłuższym i najniebezpieczniejszym szlaku komunikacyjnym w Polsce. Akcja doprowadziła do spadku liczby śmiertelnych ofiar wypadków na krajowej ósemce o 28 proc w stosunku do analogicznego okresu w 2006 r., a w roku 2009 w stosunku do roku bazowego ( 2006 ) nastąpił spadek o 44 %. Od 2008 r. działania prowadzone są na wszystkich drogach krajowych. Efektem realizacji programu jest spadek ofiar śmiertelnych o 24% w roku 2009 w stosunku do roku 2008.

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu ratowania życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych „Drogi zaufania” na rok 2010. W zakres zamówienia wchodzi opracowanie poszczególnych kreacji, napisanie treści i produkcja wskazanych w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia elementów kampanii.

Całość przedmiotu musi uwzględniać charakter programu przedstawiony w opisie PROGRAM RATOWANIA ŻYCIA I ZDROWIA LUDZI NA DROGACH KRAJOWYCH I AUTOSTRADACH „DROGI ZAUFANIA”

Podstawowym celem kampanii informacyjno – edukacyjnej jest podniesienie poziomu świadomości i wiedzy wśród użytkowników dróg krajowych na temat bezpieczeństwa ruchu drogowego, a w konsekwencji do trwałych zmian postaw.

Kampania skierowana jest do szerokiej grupy celowej – wszyscy. Wybrane elementy kampanii powinny być skierowane do grupy najwyższego ryzyka t.j. do grupy młodych w wieku 15-30 lat.

**Do oceny w ramach kryterium „Koncepcja Kreacji” Wykonawca przedstawi w ofercie koncepcję kreacji obejmującą całościową, spójną koncepcję działań i realizacji w ramach programu Drogi Zaufania w roku 2010.**

Koncepcja musi być uzupełniona o przykłady / propozycje; plakatu, billboardu, ulotek, edytoriali, przykładowe scenariusze spotów radiowych i telewizyjnych 30-sek. i 60-sek. w tym spot TV w postaci story boardu, przykładowe formy promocyjne przeznaczone na strony WWW i do portali internetowych, przykładowy scenariusz filmu 2 minutowego, przykładowy scenariusz audycji radiowej – 3 minutowej, przykładowe koncepcje dwóch kampanii składowych, o których mowa poniżej w pkt1, przykładowy layout reklamy w dzienniku opinii.

Do zadań Wykonawcy w szczególności należeć będzie:

1. Opracowanie szczegółowego programu poszczególnych składowych kampanii programu „Drogi zaufania” na rok 2010 r., spójnych z programem DROGI ZAUFANIA i z jego celami. Programy zawierać powinny zwłaszcza: innowacyjne, właściwe dla poszczególnych kampanii oraz wskazanych grup docelowych i celów komunikacji concept board, a przede wszystkim linię kreatywną, którą można adaptować w formatach reklamowych, informacyjnych i edukacyjnych wskazanych w kolejnych punktach. Poszczególne składowe kampanie programu Drogi Zaufania to:
  - a. Kampania wakacyjna – (26-ty i 27-ty tydzień 2010 roku),
  - b. Kampania szkolna – (34-ty i 35-ty tydzień 2010 roku)
  - c. Kampania w okresie świąt „Wszystkich Świętych” – (42-gi i 43-ci tydzień 2010 roku)
  - d. Kampania w okresie świąt „Bożego Narodzenia” – (50-ty i 51-szy tydzień 2010 roku)

	Rodzaj działania	Termin przedstawienia szczegółowego programu
1 a	Kampania wakacyjna (26-ty i 27-ty tydzień 2010 roku)	7 dni od podpisania Umowy
1b	Kampania szkolna (34-ty i 35-ty tydzień 2010 roku)	7 dni od podpisania Umowy
1c	Kampania w okresie świąt „Wszystkich Świętych” (42-gi i 43-ci	7 dni od podpisania Umowy

	tydzień 2010 roku)	
1d	Kampania w okresie świąt „Bożego Narodzenia” (50-ty i 51-szy tydzień 2010 roku)	7 dni od podpisania Umowy

2. Opracowanie scenariuszy spotów radiowych dla całego programu i poszczególnych kampanii oraz ich produkcja:

- spot uniwersalny dla programu Drogi Zaufania (w wersji 30 sekund),
- spot w ramach kampanii wakacyjnej (w wersji 30 sekund),
- spot w ramach kampanii szkolnej (w wersji 30 sekund),
- spot w ramach kampanii w okresie świąt „Wszystkich Świętych” (w wersji 30 sekund),
- spot w ramach kampanii w okresie świąt „Bożego Narodzenia” (w wersji 30 i 60 sekund).

Spoty muszą spełniać wymogi emisyjne rozgłośni radiowych o największym zasięgu w Polsce.

Ip	Rodzaj działania	Termin przedstawienia scenariusza	Termin produkcji
2 a	30-sekundowy spot uniwersalny – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania.	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
2b	30-sekundowy spot w ramach kampanii wakacyjnej.	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
2c	30-sekundowy spot w ramach kampanii szkolnej.	20 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
2d	30-sekundowy spot w ramach kampanii w okresie świąt „Wszystkich Świętych”.	60 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
2e	30-sekundowy i 60-sekundowy spot w ramach kampanii w okresie świąt „Bożego Narodzenia”.	90 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza

3. Opracowanie scenariuszy spotów telewizyjnych oraz ich produkcja:

- spot uniwersalny (w wersji 30 sekund),
- spot na rozpoczęcie wakacji (w wersji 30 sekund),
- spot na zakończenie wakacji (w wersji 30 sekund),
- spot na kampanię „Wszystkich Świętych” (w wersji 30 sekund),
- spot na kampanię „Boże Narodzenie” (w wersji 30 i 60 sekund).

e. spot na kampanię „Boże Narodzenie” (w wersji 30 i 60 sekund).  
Spoty muszą spełniać wymogi emisyjne TVP, TVN i TV Polsat.

<b>Ip</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia scenariusza</b>	<b>Termin produkcji</b>
3 a	30-sekundowy spot uniwersalny – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania.	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
3b	30-sekundowy spot w ramach kampanii wakacyjnej.	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
3c	30-sekundowy spot w ramach kampanii szkolnej.	20 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
3d	30-sekundowy spot w ramach kampanii w okresie świąt „Wszystkich Świętych”.	60 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
3e	30-sekundowy i 60-sekundowy spot w ramach kampanii w okresie świąt „Bożego Narodzenia”.	90 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza

4. Opracowanie scenariuszy oraz produkcję billboardu sponsorskiego telewizyjnego (8-sekundowego) oraz scenariusza i produkcję billboardu sponsorskiego radiowego (10-sekundowego).

<b>Ip</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia scenariusza</b>	<b>Termin produkcji</b>
4 a	8-sekundowy billboard sponsorski do emisji w stacjach telewizyjnych – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza
4b	10-sekundowy billboard sponsorski do emisji w stacjach radiowych – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia scenariusza

5. Opracowanie projektów graficznych i produkcję internetowych form reklamowych w dwóch różnych wersjach uniwersalnych:
- billboard (750x100)
  - double billboard (750x200)



- c. billboard rozwijany (z 750x100 do 750x300)
- d. skyscraper (160x600)
- e. toplayer (30 sekund)

lp	Rodzaj działania	Termin przedstawienia projektu graficznego	Termin produkcji
5 a	billboard (750x100) w wersji uniwersalnej – dwie różne wersje – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia projektu
5 b	double billboard (750x200) – dwie różne wersje - w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia projektu
5 c	billboard rozwijany (z 750x100 do 750x300) – dwie różne wersje – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia projektu
5d	skyscraper (160x600) – dwie różne wersje – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia projektu
5 e	toplayer (30 sekund) – dwie różne wersje – w ramach ogólnej koncepcji kreatywnej dla programu Drogi Zaufania	7 dni od podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia projektu

6. Opracowanie scenariuszy i produkcja pięciu różnych 2-minutowych filmów związanych tematycznie z programem Drogi Zaufania do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”.

lp	Rodzaj działania	Termin przedstawienia scenariusza	Termin produkcji
6 a	2-minutowy film do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
6 b	2-minutowy film do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza

6 c	2-minutowy film do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
6 d	2-minutowy film do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
6 e	2-minutowy film do emisji w sieci internet w celu tzw. „promocji wirusowej”	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza

7. Opracowanie koncepcji merytorycznej i produkcja przy wykorzystaniu technologii Flash dziesięciu różnych materiałów edukacyjnych z przeznaczeniem do wykorzystania na portalach internetowych. Przygotowanie animacji z treściami edukacyjnymi w technologii flash o wymiarze nie większym niż 500x350 pikseli i długości animacji nie większej niż 40 sekund”.

<b>Ip</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia scenariusza</b>	<b>Termin produkcji</b>
7 a	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 b	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 c	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 d	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 e	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	14 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 f	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 g	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 h	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 i	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza
7 j	Flashowa animacja edukacyjna do emisji w internecie	30 dni od dnia podpisania Umowy	10 dni od zatwierdzenia scenariusza

8. Opracowanie koncepcji i scenariuszy dwudziestu różnych 3-minutowych audycji radiowych zgodnych z przedmiotem programu „Drogi zaufania” oraz ich produkcja.

<b>lp</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia scenariusza</b>	<b>Termin produkcji</b>
8 a	3-minutowa audycja radiowa – 5 pierwszych audycji	10 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia scenariusza
8 b	3-minutowa audycja radiowa – 5 kolejnych audycji	40 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia scenariusza
8 c	3-minutowa audycja radiowa – 5 pierwszych audycji	90 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia scenariusza
8 d	3-minutowa audycja radiowa – 5 kolejnych audycji	150 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia scenariusza

9. Wykonanie projektów graficznych, opracowanie tekstów oraz przygotowanie do druku (DTP) materiałów poligraficznych:
- plakatu o formacie B-2 cm;
  - plakat na billboard 5.03 m x 2.38 m oraz 12 m x 3 m,
  - dwustronnej ulotki w wersji uniwersalnej o formacie 80 x 140 cm;
  - dwustronnej ulotki w wersji dla uczniów szkół podstawowych o formacie 80 x 140cm;
  - dwustronnej ulotki w wersji dla uczniów szkół gimnazjalnych o formacie 80 x 140 cm.

<b>lp</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia wstępnych projektów</b>	<b>Termin przekazania projektu gotowego do druku</b>
9 a	plakat o formacie B-2 cm;	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia projektu
9 b	Plakat na billboard 5.03 m x 2.38 m oraz 12 m x 3 m,	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia projektu
9 c	dwustronna ulotki w wersji uniwersalnej o formacie 80 x 140 cm	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia projektu
9 d	dwustronnej ulotki w wersji dla uczniów szkół podstawowych o formacie 80 x 140cm;	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia projektu

9e	dwustronna ulotka w wersji dla uczniów szkół gimnazjalnych o formacie 80 x 140 cm.	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od zatwierdzenia projektu
----	--	--------------------------------	---------------------------------

10. Opracowanie merytoryczne, projekt graficzny oraz przygotowanie do druku (DTP) wydawnictwa „Mapa fotoradarów” – mapa dwustronna składana do formatu A4 – 16 stron. Zamawiający dostarczy szczegółowy wykaz fotoradarów ustawionych na drogach krajowych w ciągu 2 dni od dnia podpisania Umowy.

Ip	Rodzaj działania	Termin przedstawienia koncepcji graficznej w postaci kolorowego wydruku i merytorycznej awersu i rewersu mapy	Termin przekazania publikacji gotowej do druku
10	„Mapa fotoradarów”	7 dni od dnia podpisania Umowy	7 dni od dnia zatwierdzenia koncepcji

11. Napisanie tekstów, dobór fotografii, infografik, ... etc., oraz kompleksowe opracowanie redakcyjne i graficzne oraz przygotowanie do druku (DTP) sześciu czterokolumnowych edytoriali, w tym trzech do czołowych dzienników opinii (np. Gazeta Wyborcza, Dziennik, Rzeczpospolita) i trzech do dzienników popularnych (np. Fakt, Super Ekspres). Teksty muszą być związane tematycznie i koncepcyjnie z programem Drogi zaufania i tematyką bezpieczeństwa ruchu drogowego.

Ip	Rodzaj działania	Termin przedstawienia szczegółowego projektu	Termin przekazania publikacji gotowej do druku
11 a	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika opinii</b>	14 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu
11 b	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika opinii</b>	60 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu
11 c	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika opinii</b>	120 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu
11 d	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika popularnego</b>	14 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu
11 e	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika</b>	60 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu

	<b>popularnego</b>		
11 f	Czterokolumnowy edytorial – <b>do dziennika popularnego</b>	120 dni od dnia podpisania Umowy	14 dni od zatwierdzenia szczegółowego projektu

12. Wykonanie projektów graficznych identyfikacji programu Drogi Zaufania oraz identyfikacji Unii Europejskiej i unijnego programu operacyjnego POiŚ dostosowanych do standardowych:

- a. kurtkę wiatrówek (kurtki w kolorach białym i granatowym.  
Kurtki z nadrukiem z przodu; 1 kolor, pole zadruku do 20 cm<sup>2</sup> i nadrukiem z tyłu; 4 kolory, pole zadruku do 300 cm<sup>2</sup>;
- b. kamizelek odblaskowych dla dzieci (kamizelki odblaskowe w kolorze żółtym fluorescencyjnym, nadruk z przodu; 1 kolor, powierzchnia zadruku do 20 cm<sup>2</sup>, nadruk z tyłu 1 kolor powierzchnia zadruku do 300 cm<sup>2</sup>; Kamizelki zakładane przez ręce, zapinane z przodu na rzepy;
- c. kamizelek odblaskowych dla dorosłych (j.w)
- d. samozaciskowych opasek odblaskowych (opaski w kolorze żółtym o wymiarach 34X3cm (+/- 3%), opaska wykonana z folii pryzmatycznej w kolorze żółtym fluorescencyjnym. Podkład opaski wykonany z miękkiego materiału, typ flock, w kolorze ciemnym. Nadruk na opasce ; kolor 4 + 0, nadruk na ½ długości opaski;
- e. koszulek (koszulki wyprodukowane ze 100% bawełny 170g; okrągłe wycięcie wokół szyi, wykończone elastycznym ściągaczem; wykończenie: podwójny szew; Nadruk na koszulkach z przodu, 2 kolory, powierzchnia zadruku do 30 cm<sup>2</sup>, nadruk z tyłu 4 kolory, powierzchnia do 300 cm<sup>2</sup>; Kolory koszulek; białe, czerwone, niebieskie).
- f. czapek bejsbolówek (czapki wykonane z 4 lub 6 klinów z wygiętym daszkiem; w kolorze Orange, białym 300 szt, beżowym, nadruk jednokolorowy na czołowej części, pole zadruku 10 cm<sup>2</sup> i nadruk 4 kolorowy na płacie bocznym z jednej strony, pole zadruku 14cm<sup>2</sup>)

<b>lp</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia wstępnego projektu</b>	<b>Termin przekazania ostatecznego projektu - w postaci plików graficznych w wersji wektorowej w postaci krzywych</b>
12 a	Projekt na kurtki wiatrówek	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu
12 b	Projekt na kamizelki odblaskowe dla dzieci	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu
12 c	Projekt na kamizelki odblaskowe dla dorosłych	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu
12 d	Projekt na samozaciskowe opaski odblaskowe	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu
12 e	Projekt na koszulki	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu

12 f	Projekt na czapki bejsbolówki	7 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu

13. Wykonanie dwóch różnych projektów layoutów reklam prasowych zgodnych z ideą programu DROGI ZAUFANIA możliwych do przeformatowania dla potrzeb poszczególnych dzienników i magazynów. Wszystkie formaty w poszczególnych gazetach i wydawnictwach w orientacji pionowej. Minimalny format layoutu A – 4.

<b>Ip</b>	<b>Rodzaj działania</b>	<b>Termin przedstawienia wstępnego projektu</b>	<b>Termin przekazania ostatecznego projektu - w postaci plików graficznych w wersji wektorowej w postaci krzywych</b>
13 a	Projekt layoutu reklamy prasowej w minimalnym formacie A-4 – z przeznaczeniem do emisji w dzienniku	14 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu
13 b	Projekt layoutu reklamy prasowej w minimalnym formacie A-4 – z przeznaczeniem do emisji w magazynie	14 dni od dnia podpisania Umowy	5 dni od zatwierdzenia wstępnego projektu

## **ROZDZIAŁ III**

### **ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY**

#### **§ 1.**

Umowa zostaje zawarta po przeprowadzeniu postępowania o zamówienie publiczne w trybie przetargu nieograniczonego zgodnie z ustawą z dnia 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2007 r. Nr 223, poz. 1665 z późn. zm.)

#### **§ 2.**

1. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania usługi polegającej na opracowaniu całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu ratowania życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych „Drogi zaufania”. W zakres zadań Wykonawcy wchodzi opracowanie poszczególnych kreacji, napisanie treści i produkcja wskazanych w szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia elementów kampanii, zgodnie z ofertą z dnia ..... zwanej dalej przedmiotem umowy.
2. Szczegółowy opis przedmiotu umowy zawiera załącznik nr 1 do niniejszej umowy (zgodny z rozdziałem II SIWZ – Opis Przedmiotu Zamówienia).

#### **§ 3.**

1. Wykonawca wykona przedmiot umowy, zgodnie z ofertą z dnia ..... stanowiącą integralną część umowy, za wynagrodzenie w łącznej wysokości: .....zł brutto (słownie: .....)
2. Wynagrodzenie określone w ust. 1 obejmuje wykonanie pełnego zakresu przedmiotu umowy, określonego w specyfikacji istotnych warunków zamówienia oraz w umowie wraz z kosztami przekazanych majątkowych praw autorskich do zrealizowanej w ramach niniejszej umowy pracy. Szczegółowy wykaz kosztów składających się na wynagrodzenie określone w ust. 1 stanowi załącznik do umowy (*przedstawia Wykonawca przed zawarciem umowy*).
3. Rozliczenie będzie następowało raz w miesiącu na koniec miesiąca za faktycznie wykonane przez Wykonawcę w danym okresie działania odebrane przez Zamawiającego na podstawie prawidłowo wystawionych przez Wykonawcę faktur VAT.
4. Podstawą wystawienia przez Wykonawcę faktury VAT jest sporządzenie i akceptacja przez Zamawiającego protokołu zdawczo-odbiorczego, wystawionego po wykonaniu każdej z części przedmiotu umowy (raz w miesiącu, na koniec miesiąca), zgodnie z § 5 umowy.
5. Wynagrodzenie jest płatne przez Zamawiającego przelewem w terminie 30 dni od daty otrzymania prawidłowo wystawionej faktury, na rachunek bankowy wskazany na fakturze Wykonawcy.
6. Za datę zapłaty Strony ustalają dzień, w którym Zamawiający wydał swojemu bankowi dyspozycję polecenia przelewu pieniędzy na konto Wykonawcy (data przyjęcia przez bank do wykonania polecenia przelewu).

#### **§ 4.**

1. Przedmiot zamówienia będzie realizowany od dnia zawarcia umowy do 20.12.2010 r.
2. Terminy wykonywania poszczególnych prac zawarte są w załączniku nr 1 do niniejszej umowy (zgodny z rozdziałem II SIWZ – Opis Przedmiotu Zamówienia).
3. Projekty do pierwszej składowej kampanii programu Wykonawca przedstawi Zamawiającemu w ciągu 7 dni od daty podpisania umowy.
4. Wszystkie projekty i scenariusze podlegają zatwierdzeniu przez Zamawiającego.
5. Zamawiający będzie zgłaszał uwagi/poprawki do przedstawionych przez Wykonawcę projektów, scenariuszy i koncepcji w ciągu 2 dni od daty ich przedstawienia.
6. W przypadku zgłoszenia przez Zamawiającego uwag do przedstawionych materiałów, Wykonawca będzie zobowiązany uwzględnić je w terminie 2 dni od dnia zgłoszenia uwag.

7. W przypadku, gdy poprawione materiały, nie będą uwzględniały wszystkich uwag Zamawiającego, zgłoszonych zgodnie z ust. 5 powyżej, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi w terminie 2 dni. Wykonawca będzie zobowiązany do ich poprawienia i przedstawienia poprawionej wersji w terminie 1 dnia od dnia ponownego zgłoszenia uwag.

#### **§ 5.**

1. Zamawiający dokona odbiorów zrealizowanych działań raz w miesiącu na koniec miesiąca.
2. Podstawą do dokonania przez Zamawiającego odbioru, jest dokonanie sprawdzenia, oceny poprawności i zgodności wykonania każdej z części przedmiotu umowy z umową w formie protokołu odbioru, zwanego dalej protokołem.
3. W razie nieuwzględnienia przez Wykonawcę poprawek i uwag Zamawiającego zgłoszonych w protokole w terminie określonym w § 4 ust. 6, Zamawiający jest uprawniony do naliczenia Wykonawcy kar umownych, o których mowa w § 8 Umowy.

#### **§ 6.**

1. W ramach wynagrodzenia Wykonawca:
  - 1) przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do wszystkich utworów wytworzonych w trakcie realizacji przedmiotu umowy, zwanych dalej utworami;
  - 2) zezwala Zamawiającemu na korzystanie z opracowań utworów oraz na rozporządzanie tymi opracowaniami – tj. udziela Zamawiającemu prawa zależnego.
2. Nabycie przez Zamawiającego praw, o których mowa w ust. 1, następuje:
  - 1) z chwilą odbioru prac wykonanych w danym miesiącu, oraz
  - 2) bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy, w zakresie następujących pól eksploatacji:
    - a) użytkowania utworów na własny użytek, użytek swoich oddziałów oraz użytek osób trzecich w celach związanych z realizacją zadań Zamawiającego,
    - b) utrwalenie utworów na wszelkich rodzajach nośników, a w szczególności na nośnikach video, taśmie światłoczułej, magnetycznej, dyskach komputerowych oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego (np. CD, DVD, Blue-ray, pendrive, itd.);
    - c) zwielokrotnianie utworów dowolną techniką w dowolnej ilości, w tym techniką magnetyczną na kasetach video, techniką światłoczułą i cyfrową, techniką zapisu komputerowego na wszystkich rodzajach nośników dostosowanych do tej formy zapisu, wytwarzanie jakiegokolwiek techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
    - d) wprowadzania utworów do pamięci komputera na dowolnej liczbie stanowisk komputerowych oraz do sieci multimedialnej, telekomunikacyjnej, komputerowej, w tym do internetu;
    - e) wyświetlanie, publiczne odtwarzanie utworu;
    - f) nadawanie całości lub wybranych fragmentów utworu za pomocą wizji albo fonii przewodowej i bezprzewodowej przez stację naziemną;
    - g) wymiana nośników, na których utwór utrwalono;
    - h) wykorzystanie w utworach multimedialnych;
    - i) wykorzystywanie całości lub fragmentów utworów co celów promocyjnych i reklamy;
    - j) wprowadzanie zmian, skrótów;
    - k) sporządzenie wersji obcojęzycznych, zarówno przy użyciu napisów, jak i lektora;
    - l) publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez niego wybranym,
3. Równocześnie z nabyciem autorskich praw majątkowych do utworów Zamawiający nabywa własność wszystkich egzemplarzy, na których utwory zostały utrwalone.
4. Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując umowę będzie przestrzegał przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. – o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631. ze zm.) i nie naruszy praw majątkowych osób trzecich, a utwory przekaze Zamawiającemu w stanie wolnym od obciążeń prawami tych osób.



### **§ 7.**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo kontroli prawidłowości realizacji przedmiotu umowy.
2. Zamawiający zobowiązuje się do udzielania Wykonawcy, na jego zapytanie, niezbędnych konsultacji i wyjaśnień, dotyczących wykonywania umowy.
3. Osobami uprawnionymi do uzgodnień i koordynacji realizacji niniejszej umowy są:
  - 1) ze strony Zamawiającego - .....
  - 2) ze strony Wykonawcy - .....
4. Zmiana osób wskazanych w ust. 1 następuje poprzez pisemne powiadomienie drugiej Strony i nie stanowi zmiany treści umowy.

### **§ 8.**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo naliczania kar umownych za niewykonanie lub nienależyte wykonanie, (tj. niezgodne z umową, ofertą lub specyfikacją istotnych warunków zamówienia) przedmiotu umowy, a w szczególności:
  - 1) niedotrzymanie terminów realizacji przedstawionych w Opisie Przedmiotu Zamówienia;
  - 2) naruszenia § 6 ust. 4 umowy.
2. Kara umowna, w przypadku wystąpienia którejkolwiek z okoliczności wymienionych w ust. 1 wynosi 5 % całości wynagrodzenia brutto określonego w § 3 ust. 1 umowy.
3. W przypadku rozwiązania umowy przez Zamawiającego z winy Wykonawcy zapłaci on Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20% kwoty brutto, o której mowa w § 3 ust. 1 umowy.
4. Jeżeli wysokość poniesionej przez Zamawiającego szkody przewyższy wysokość kar umownych, Zamawiający będzie uprawniony do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych kodeksu cywilnego.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo potrącenia naliczonych kar umownych z przysługującego Wykonawcy wynagrodzenia.
6. W przypadkach, o których mowa w ust. 1 Zamawiający, niezależnie od naliczonych kar umownych może rozwiązać umowę w trybie natychmiastowym bez wyznaczania dodatkowego terminu.
7. 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 lub jej części w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o tych okolicznościach. W takim przypadku Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonanej prawidłowo części Umowy. Stan zaawansowania wykonania Umowy określać będzie protokół zdawczo-odbiorczy podpisany przez przedstawicieli Zamawiającego i Wykonawcę.

### **§ 9.**

Zmiany Umowy wymagają dla swej ważności formy pisemnej pod rygorem nieważności w postaci aneksu do Umowy.

### **§ 10.**

Wszelkie spory wynikłe na tle realizacji niniejszej umowy rozstrzygał będzie sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.

### **§ 11.**

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, 2 egzemplarze otrzymuje Zamawiający, 1 egzemplarz Wykonawca.

#### Załączniki:

- Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia
- Oferta Wykonawcy
- Szczegółowy wykaz kosztów

## **ROZDZIAŁ IV**

### **Formularz Oferty**

#### **i Formularze załączników do Oferty**

## Formularz Oferty

<i>(pieczęć Wykonawcy)</i>	<b>OFERTA</b>
----------------------------	---------------

**Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych  
i Autostrad ul. Żelazna 59,  
00-848 Warszawa**

**Nawiązując do ogłoszenia w przetargu nieograniczonym na  
OPRACOWANIE CAŁOŚCIOWEJ KONCEPCJI I LINII KREATYWNEJ KAMPANII  
INFORMACYJNO-EDUKACYJNEJ DLA PROGRAMU „DROGI ZAUFANIA”**

### **MY NIŻEJ PODPISANI**

.....  
.....  
.....

działając w imieniu i na rzecz

.....  
.....  
.....

*(nazwa (firma ) dokładny adres Wykonawcy /Wykonawców)*

*(w przypadku składania oferty przez podmioty występujące wspólnie podać nazwy(firmy)  
i dokładne adresy wszystkich członków konsorcjum lub wspólników spółki cywilnej)*

- 1. SKŁADAMY OFERTĘ** na wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
- 2. OŚWIADCZAMY,** że zapoznaliśmy się ze Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz wyjaśnieniami i zmianami SIWZ przekazanymi przez Zamawiającego i uznajemy się za związanych określonymi w niej postanowieniami i zasadami postępowania.
- 3. OFERUJEMY** wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę:

..... zł brutto

(słownie złotych brutto: .....)

**4. ZOBOWIĄZUJEMY SIĘ** do wykonania przedmiotu zamówienia w terminach określonych w SIWZ.

**5. AKCEPTUJEMY** warunki płatności określone przez Zamawiającego w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

**6. UWAŻAMY SIĘ** za związanych niniejszą ofertą przez czas wskazany w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, tj. przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.

**7. OŚWIADCZAMY**, że sposób reprezentacji Wykonawcy\*/Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia\* dla potrzeb zamówienia jest następujący:

---

*(Wypełniają jedynie przedsiębiorcy składający wspólną ofertę – spółki cywilne lub konsorcja)*

**8. OŚWIADCZAMY**, iż informacje i dokumenty zawarte na stronach nr od \_\_\_\_ do \_\_\_\_ - stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i zastrzegamy, że nie mogą być one udostępniane.

**9. ZAMÓWIENIE ZREALIZUJEMY**, sami\*/przy udziale podwykonawców w następującym zakresie\*

---

*(zakres powierzonych usług)*

**10. OŚWIADCZAMY**, że zapoznaliśmy się z postanowieniami umowy, określonymi w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i zobowiązujemy się, w przypadku wyboru naszej oferty, do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

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

---

**12. OFERTĘ** niniejszą składamy na \_\_\_\_\_ stronach.

**13. WRAZ Z OFERTĄ** składamy następujące oświadczenia i dokumenty (na ... stronach):

- \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ dnia \_\_\_\_ \_\_\_\_ 2010 roku

---

*(podpis Wykonawcy/Pełnomocnika)*

<p>(pieczęć Wykonawcy)</p>	<p><b>OŚWIADCZENIE</b> <b>o spełnianiu warunków udziału w</b> <b>postępowaniu</b></p>
----------------------------	---

**Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na opracowanie całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu „DROGI ZAUFANIA”**

oświadczamy, że spełniamy warunki udziału w wyżej wymienionym postępowaniu o udzielenie zamówienia.

\_\_\_\_\_ dnia \_\_\_\_ \_\_\_\_ 2010 roku

\_\_\_\_\_  
(podpis Wykonawcy/Pełnomocnika)

<p>(pieczęć Wykonawcy)</p>	<p style="text-align: center;"><b>OŚWIADCZENIE</b> <b>(o braku podstaw do wykluczenia)</b></p>
----------------------------	--

**Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na opracowanie całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu „DROGI ZAUFANIA”**

oświadczamy, że brak jest podstaw do wykluczenia nas z postępowania z powodu niespełnienia warunków określonych w art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz.1655 ze zmianami).

\_\_\_\_\_ dnia \_\_\_\_ \_\_\_\_ 2010 roku

\_\_\_\_\_  
(podpis Wykonawcy/Pełnomocnika)

<i>(pieczęć Wykonawcy)</i>	<b>DOŚWIADCZENIE</b>
----------------------------	----------------------

**Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na opracowanie całościowej koncepcji i linii kreatywnej kampanii informacyjno-edukacyjnej dla programu „DROGI ZAUFANIA” wykazujemy się doświadczeniem, polegającym na wykonaniu w okresie 3 lat przed upływem terminu składania ofert następujących usług, odpowiadających wymaganiom Zamawiającego:**

<i>Lp.</i>	<i>Zleceniodawca</i>	<i>Przedmiot zamówienia</i> <i>(usługi polegające na</i> <i>opracowaniu linii kreatywnej</i> <i>kampanii zawierającej kreacją</i> <i>spotów telewizyjnych i radiowych)</i>	<i>Wartość zamówienia</i> <i>(co najmniej</i> <i>80 000,00 z brutto)</i>	<i>Data wykonania</i> <i>zamówienia</i>
1				
2				
(...)				

Zgodnie z pkt 7.2.2. SIWZ dołączamy dokumenty potwierdzające, że wykazane usługi zostały wykonane należycie (np. referencje).

\_\_\_\_\_ dn. \_\_\_\_\_ 2010 r.

\_\_\_\_\_  
(podpis Wykonawcy)