

ZAPYTANIE OFERTOWE

Wartość zamówienia nie przekracza kwoty 130 000,00 zł netto.

Zamawiający, Muzeum Sztuki w Łodzi zaprasza do złożenia ofert w postępowaniu pn. Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej. AG.271.05.2025.ZO

I ZAMAWIAJACY:

Muzeum Sztuki w Łodzi, 90-734 Łódź ul. Więckowskiego 36

Regon: 000 277 500 NIP: 724 10 00 146

E-mail: muzeum@msl.org.pl

www.msl.org.pl

II OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

1. Przedmiot zamówienia obejmuje przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia”. Do zadań Wykonawcy należeć będą w szczególności:
 - a) **zaplanowanie i skoordynowanie kampanii outdoorowej (OOH)**, planowanie kreatywne nośników oraz efektywny plan i realizacja outdooru tradycyjnego oraz cyfrowego w **5 największych miastach Polski** w lokalizacjach w pobliżu instytucji kultury i sztuki,
 - b) **zakup mediów i nośników OOH** będzie realizowany przez Wykonawcę w ramach ustalonego **budżetu 42 000,00 zł netto**;
 - c) **zaplanowanie, rekomendacja i koordynacja min. 4 współprac influencerskich** z twórcami obecnymi w mediach społecznościowych (skuteczny kontakt, wycena i ukierunkowanie adekwatnych kontekstowo osób influencerskich), w ramach ustalonego **budżetu 12 000,00 zł netto** przeznaczonego na wynagrodzenia twórców, wypłacanego bezpośrednio przez Wykonawcę;
 - d) **realizacja działań PR**, w zakresie organizacji 2 konferencji prasowych (zwłaszcza skuteczny kontakt z mediami głównego nurtu).
 - e) **przygotowanie harmonogramu i kosztorysu** kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie wskazanym poniżej w pkt. 2 – najpóźniej do 17.08.2025 r.
2. Plan, harmonogram i kosztorys powinny obejmować następujące elementy:

- a) Opracowanie koncepcji kampanii outdoorowej - dostosowanie przekazu do 5 wybranych miast;
- b) Dobór nośników w 5 miastach Polski:
 - analiza lokalizacji w pobliżu instytucji kultury i sztuki,
 - rekomendacja typów nośników (np. citylighty, billboardy, siatki wielkoformatowe);
- c) Rekomendacja mediów i dostawców nośników OOH:
 - propozycja konkretnych operatorów z podaniem lokalizacji,
 - przygotowanie tabeli porównawczej z opcjami i cenami;
- d) Opracowanie kosztorysu kampanii outdoorowej:
 - szczegółowy budżet (netto/brutto) wg miast i typów nośników,
 - oddzielna pozycja: honorarium za zaplanowanie i koordynację
- e) Opracowanie harmonogramu realizacji:
 - planowany czas startu kampanii: wrzesień 2025,
 - deadline akceptacji budżetu przez Zamawiającego: 31 sierpnia 2025;
- f) Koordynacja kampanii i kontakt z dostawcami mediów:
 - komunikacja z operatorami, egzekucja techniczna,
 - zakup mediów i nośników – Wykonawca ponosi odpowiedzialność za realizację zakupu zgodnie z budżetem,
 - odbiór i dokumentacja ekspozycji (fotorelacja z nośników).

III TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA: od dnia podpisania umowy do dnia 30.10.2025 r.

IV SPOSÓB OBLICZENIA CENY OFERTY:

1. Porównanie ofert odbędzie się w oparciu o cenę brutto oferty, obejmującą wszelkie koszty realizacji zamówienia leżące po stronie Zamawiającego.
2. Cena oferty musi obejmować wszelkie koszty związane z realizacją zamówienia, w tym koszty wykonania przedmiotu zamówienia, opłaty i podatki, w tym podatek od towarów i usług (VAT), transport.

V OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY:

3. Oferta powinna być sporządzona na **formularzu ofertowym** stanowiącym załącznik nr 1 do zapytania.
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
5. Należy wycenić wszystkie pozycje do każdej części. Wykonawca zobowiązany jest podać cenę netto za 1 miesiąc świadczenia usługi oraz cenę brutto za świadczenie usługi przez 24 miesiące, a następnie zsumować wszystkie pozycje brutto w każdej części stanowiące cenę oferty.
6. Ofertę należy oznaczyć/w tytule wpisać: **Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej. AG.271.05.2025.ZO**

VI WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Zamawiający nie stawia warunków udziału w postępowaniu.

VII FORMA, TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w formie pisemnej przesłanej za pośrednictwem poczty, kuriera, dostarczoną osobiście przez Wykonawcę na adres Zamawiającego – Muzeum Sztuki w Łodzi, ul. Więckowskiego 36, 90-734 Łódź bądź w formie elektronicznej na adres email: a.schiewe@msl.org.pl w terminie **do dnia 25.07.2025 r. godz. 10:00**
2. Oferty dostarczone po upływie wskazanego wyżej terminu nie będą rozpatrywane.
3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość przedłużenia terminu składania ofert.
4. Zamawiający nie przewiduje publicznego otwarcia ofert.
5. Termin związania ofertą: 30 dni.
6. Zamawiający nie odpowiada za koszty poniesione przez Wykonawców w związku z przygotowaniem i złożeniem oferty. Wykonawcy zobowiązują się nie podnosić jakichkolwiek roszczeń z tego tytułu względem Zamawiającego.

VIII DOKUMENTY JAKIE NALEŻY ZAŁĄCZYĆ DO OFERTY:

1. Wypełniony formularz ofertowy – załącznik nr 1 do zapytania.
2. Podpisane przez osobę upoważnioną oświadczenie Wykonawcy składane w związku z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (t.j. Dz.U. 2023r. poz. 129 ze zm.), dotyczące przesłanek wykluczenia z postępowania – załącznik nr 2 do zapytania.
3. Pełnomocnictwo do podpisywania oferty i składania ewentualnych wyjaśnień, jeżeli osobą podpisującą nie jest osoba upoważniona.

IX OCENA OFERT, WYBÓR OFERTY NAJKORZYSTNIEJSZEJ

1. Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi w oparciu o następujące kryterium:

LP.	KRYTERIUM	SPOSÓB OBLICZENIA	WAGA
-----	-----------	-------------------	------

1.	Kryterium jakości:	Zamawiający będzie ocenił: – Czy kampania wpisuje się w wizualną i komunikacyjną tożsamość Muzeum? – Czy zaproponowane działania odpowiadają ideom wystawy (inspirowanej m.in. książką Johna Bergera i dziedzictwem Strzemińskiego)? – Czy koncept kampanii wykazuje oryginalność i jednocześnie przystaje do strategii komunikacyjnej instytucji? Ocena będzie dokonywana na podstawie: – opisu koncepcji kampanii outdoorowej (maks. 2 strony A4), – wstępnych propozycji nośników i lokalizacji, – uzasadnienia wyboru strategii komunikacyjnej (krótkiego opisu idei, stylistyki, przekazu). Skala punktowa: 0 pkt - Koncepcja nie spełnia wymogów – brak zgodności z tożsamością Muzeum lub ideami wystawy; koncepcja niespójna lub generyczna. 25 pkt - Koncepcja zgodna w podstawowym zakresie – zawiera elementy powiązane z tożsamością Muzeum lub ideami wystawy; z wycuciem estetycznym i tematycznym, choć brakuje jej wyrazistości i oryginalności. 50 pkt - Koncepcja wzorcowa – wybitnie spójna z tożsamością Muzeum i ideami wystawy; koncepcja z oryginalnym pomysłem, trafna komunikacyjnie i wizualnie, twórcza, oddająca ducha wystawy oraz wizerunek Muzeum.	50%
2.	Kryterium doświadczenia:	Zamawiający będzie ocenił udokumentowane doświadczenie w realizacji kampanii promocyjnych. Preferowane kampanie: zrealizowane dla instytucji kultury (np. muzeów, galerii, teatrów) lub wyraźnie osadzone w obszarze sztuk wizualnych. Ocena będzie dokonywana na podstawie: – portfolio (min. 3 projekty, z opisem zakresu działań i linkami do dokumentacji lub wizualizacji), – referencji bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego kampania była wykonywana, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów - inne dokumenty potwierdzające, – CV zespołu wykonawczego lub opisu jego doświadczenia. Skala punktowa: 0 pkt – Brak udokumentowanego doświadczenia w realizacji kampanii promocyjnych. 10 pkt – Wykonawca wykazał minimum 3 kampanie promocyjne niezwiązane z instytucjami kultury ani sztukami wizualnymi. 15 pkt – Wykonawca wykazał minimum 3 kampanie promocyjne, w tym co najmniej 1 zrealizowaną dla instytucji kultury lub w obszarze sztuk wizualnych. 25 pkt – Wykonawca wykazał co najmniej 3 kampanie promocyjne zrealizowane dla instytucji kultury (np. muzeów, galerii, teatrów) lub wyraźnie osadzone w obszarze sztuk wizualnych.	25%
3.	Cena ofertowa:	Cena = cena najtańszej oferty/cenę badanej ofert x 25	25%

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z najniższą ceną ofertową brutto.

X KONTAKT ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI:

Wszelkie zapytania do treści niniejszego zapytania należy kierować do Zamawiającego w formie pisemnej na adres siedziby Zamawiającego lub w formie elektronicznej e-mail: a.schiewe@msl.org.pl

XI INFORMACJA O WYNIKU POSTĘPOWANIA:

O wyniku postępowania Zamawiający poinformuje na stronie internetowej.

XII POZOSTAŁE INFORMACJE:

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo odstąpienia od prowadzonego postępowania, na każdym jego etapie, bez podania przyczyny.
2. Informujemy, że złożone w wyniku zapytania oferty mają na celu rozpoznanie rynku i nie mogą stanowić skutecznego roszczenia do zlecenia dostawy. Niemniej, mogą stać się podstawą do zlecenia stosownej dostawy.
3. Zamawiający odrzuci oferty, jeśli ich treść nie będzie odpowiadała treści zapytania.
4. Zamawiający ma prawo wezwać do uzupełnienia ofert.
5. Podpisanie umowy nastąpi w siedzibie Zamawiającego.
6. Dopuszcza się prowadzenie negocjacji ceny i innych warunków zamówienia z wykonawcami.
7. Do prowadzonego postępowania nie stosuje się przepisów ustawy Prawo zamówień Publicznych z dnia 11 września 2019 r. (t.j. Dz. U. z 2024 poz. 1320 ze zm.).

XI KLAUZULA RODO:

1. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, Muzeum Sztuki w Łodzi informuje, że:
 - a) Dane kontaktowe administratora danych: Muzeum Sztuki w Łodzi ul. Więckowskiego 36, 90-734 Łódź, Polska; email: muzeum@msl.org.pl; tel. 42 6338273.
 - b) Dane kontaktowe Inspektora Ochrony Danych Osobowych (IODO): Radosław Rutkowski email: iodo@msl.org.pl.
 - c) Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie zapytania o ofertę cenową.
 - d) odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 18 oraz art. 74 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 poz. 2019), dalej „ustawa Pzp”;
- Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy, a w przypadku umów i postępowań o udzielenie zamówienia publicznego, które otrzymały dofinansowanie przez Unię Europejską przez okres wynikający z uchwały w sprawie przyznania dofinansowania oraz

obowiązku archiwizacyjnego. \obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy Pzp, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;

- w odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
 - posiada Pani/Pan:
 - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
 - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych *;
 - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO **;
 - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;
 - nie przysługuje Pani/Panu:
 - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.
2. Wykonawca, wypełniając obowiązki informacyjne wynikający z art. 13 lub art. 14 RODO względem osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskał w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w tym postępowaniu składa stosowne oświadczenie zawarte w Formularzu ofertowym.

* **Wyjaśnienie:** skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.

** **Wyjaśnienie:** prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.

XII ZAŁĄCZNIKI

- 1) Załącznik nr 1 - Formularz ofertowy
- 2) Załącznik nr 2 - Oświadczenie Wykonawcy
- 3) Załącznik nr 3 - Projektowane postanowienia umowy

Zatwierdzam:

FORMULARZ OFERTOWY

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej.

AG.271.05.2025.Z0

Nazwa Wykonawcy _____

Adres Wykonawcy _____

TEL./FAX: _____

e-mail: _____

1. Nawiązując do zapytania ofertowego pn. Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej, oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia na n/w warunkach:

Przedmiot zamówienia	Wartość netto	Wartość brutto
1. Zaplanowanie i skoordynowanie kampanii outdoorowej OOH wraz z przygotowaniem harmonogramu i kosztorysu.		
2. Organizację i obsługę współprac influencerów (nie obejmuje wynagrodzeń influencerów).		
3. Działania PR w zakresie organizacji 2 konferencji prasowych.		
Łączna wartość zamówienia:		

2. Oświadczamy, że cena ofertowa zawiera wszelkie koszty wykonania zamówienia, zgodnie z warunkami określonymi w zapytaniu ofertowym.
3. Oświadczamy, że uważamy się za związanych niniejszą ofertą na czas wskazany w zapytaniu ofertowym tj. 30 dni od daty jej otwarcia.
4. Oświadczamy, że w całości i bez zastrzeżeń akceptujemy warunki zawarte w zapytaniu ofertowym i zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty zawarcia umowy w miejscu i w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
5. Oświadczam, że wypełniam/em obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.

Miejscowość dnia 2025 r.

.....
(pieczęć i podpis osoby uprawnionej do składania oświadczeń woli w imieniu wykonawcy)

OSWIADCZENIE WYKONAWCY

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej.

AG.271.05.2025.ZO

Nazwa Wykonawcy.....

Adres Wykonawcy

NIP:TEL./FAX..... e-mail:

składane w związku z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r.
o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę
oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (t.j. Dz.U. 2023r. poz. 129 ze zm.).

DOTYCZĄCE PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn.: „Przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia” w zakresie działań outdoor, działań z influencerami oraz działań PR w zakresie realizacji konferencji prasowej.” - AG.271.05.2025.ZO prowadzonego przez Muzeum Sztuki w Łodzi, oświadczam(y), że na dzień składania ofert reprezentowany przeze mnie Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art.7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (t.j. Dz.U. 2023r. poz. 129 ze zm.).

Oświadczam(y), że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia Zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

.....

miejsowość i data

.....

podpis osoby uprawnionej

Niniejsza umowa zostaje zawarta bez stosowania ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1320 ze zm.) do progu 130 000,00 zł netto w zw. z jej przepisem art. 2 ust. 1 pkt. 1.

§ 1. PRZEDMIOT UMOWY

1. Przedmiot zamówienia obejmuje przeprowadzenie kompleksowej kampanii komunikacyjnej wystawy „Sposoby widzenia”. Wykonawca zobowiązuje się do prowadzenia na rzecz Zamawiającego działań z zakresu komunikacji PR oraz aktywności promocyjnych, których celem jest zwiększenie rozpoznawalności wydarzeń kulturalnych i działań programowych Zamawiającego, dotarcie do szerokiego grona odbiorców oraz obecność w przestrzeni publicznej i mediach ogólnopolskich.
2. Do zadań Wykonawcy należeć będą w szczególności:
 - **zaplanowanie i skoordynowanie kampanii outdoorowej (OOH)**, planowanie kreatywne nośników oraz efektywny plan i realizacja outdooru tradycyjnego oraz cyfrowego w **5 największych miastach Polski** w lokalizacjach w pobliżu instytucji kultury i sztuki;
 - **zakup mediów i nośników OOH** w ramach ustalonego **budżetu 42 000,00 zł netto**;
 - **zaplanowanie, rekomendacja i koordynacja min. 4 współprac influencerskich** z twórcami obecnymi w mediach społecznościowych (skuteczny kontakt, wycena i ukierunkowanie adekwatnych kontekstowo osób influencerskich), w ramach ustalonego **budżetu 12 000,00 zł netto** przeznaczonego na wynagrodzenia twórców, wypłacanego bezpośrednio przez Wykonawcę;
 - **realizacja działań PR**, w zakresie organizacji 2 konferencji prasowych w terminie wskazanym przez Zamawiającego (zwłaszcza skuteczny kontakt z mediami głównego nurtu) ;
3. Przygotowanie kosztorysu oraz harmonogramu kampanii outdoorowej – najpóźniej do 17.08.2025 r., na podstawie odrębnego dokumentu – zaakceptowanego budżetu kampanii. Kosztorys i harmonogram będzie obejmował następujące elementy:
 - g) Opracowanie koncepcji kampanii outdoorowej - dostosowanie przekazu do 5 wybranych miast;
 - h) Dobór nośników w 5 miastach Polski:
 - analiza lokalizacji w pobliżu instytucji kultury i sztuki,
 - rekomendacja typów nośników (np. citylighty, billboardy, siatki wielkoformatowe);
 - i) Rekomendacja mediów i dostawców nośników OOH:
 - propozycja konkretnych operatorów z podaniem lokalizacji,
 - przygotowanie tabeli porównawczej z opcjami i cenami;
 - j) Opracowanie kosztorysu kampanii outdoorowej:
 - szczegółowy budżet (netto/brutto) wg miast i typów nośników,
 - oddzielna pozycja: honorarium za zaplanowanie i koordynację
 - k) Opracowanie harmonogramu realizacji:
 - planowany czas startu kampanii: wrzesień 2025,
 - deadline akceptacji budżetu przez Zamawiającego: 31 sierpnia 2025;
 - l) Koordynacja kampanii i kontakt z dostawcami mediów:
 - komunikacja z operatorami, egzekucja techniczna,
 - zakup mediów i nośników – Wykonawca ponosi odpowiedzialność za realizację zakupu zgodnie z budżetem,
 - odbiór i dokumentacja ekspozycji (fotorelacja z nośników).
3. Wykonawca zobowiązuje się do prowadzenia wszystkich w/w działań zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz ponosi z tego tytułu pełną i wyłączną odpowiedzialność.
4. Wykonawca oświadcza, że jest przedsiębiorstwem profesjonalnie zajmującym się świadczeniem

usług m.in. z zakresu przygotowywania i prowadzenia kampanii promocyjnych, za pomocą różnych dostępnych narzędzi i nośników informacji.

5. Wykonawca oświadcza, że dysponuje odpowiednią wiedzą do prawidłowej realizacji przedmiotu umowy oraz, że posiada odpowiednie zaplecze organizacyjne, techniczne, intelektualne oraz finansowe gwarantujące wykonanie przedmiotu umowy terminowo, rzetelnie z dołożeniem wszelkiej staranności.
6. Wykonawca, w celu potwierdzenia prawidłowego wykonania niniejszej umowy jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu kopii wszystkich umów zawartych w ramach wykonania niniejszej umowy oraz wszystkich innych dokumentów, zestawień, analiz potwierdzających to wykonanie.

§ 2. SPOSÓB WYKONANIA UMOWY

1. Wykonawca zapewni dedykowany zespół do realizacji Umowy, w tym osoby kontaktowe odpowiedzialne za koordynację działań PR oraz kampanii OOH.
2. Zamawiający zobowiązuje się do współpracy w dobrej wierze z Wykonawcą, w szczególności poprzez terminowe przekazywanie niezbędnych materiałów (informacyjnych, wizualnych, kontaktowych) oraz dostępność przedstawicieli instytucji na potrzeby przygotowywanych materiałów i kontaktu z mediami.
3. Usługa będzie wykonywana w ścisłej współpracy z Działem Komunikacji Muzeum Sztuki w Łodzi oraz Zastępcą Dyrektora Muzeum Sztuki w Łodzi ds. Promocji i Upowszechniania.
4. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu umowy z należytą starannością, uwzględniając prestiż Zamawiającego.
5. Wykonawca oświadcza, że dysponuje wiedzą i doświadczeniem niezbędnym do wykonania przedmiotu umowy.
6. Wszelkie działania Wykonawcy wiążące się z zaciąganiem zobowiązań finansowych przez Zamawiającego wymagają bezwzględnie pisemnej zgody Zamawiającego.

§ 3. WYNAGRODZENIE

1. Tytułem wynagrodzenia za realizację przedmiotu Umowy Wykonawcy przysługuje łączne wynagrodzenie w wysokości:
 - zł netto, czyli zł brutto – za zaplanowanie i skoordynowanie kampanii outdoorowej OOH oraz przygotowanie harmonogramu i kosztorysu;
 - zł netto, czyli zł brutto – za organizację i obsługę współprac influencerskich (nie obejmuje wynagrodzeń influencerów);
 - zł netto, czyli zł brutto – za działania PR w zakresie organizacji 2 konferencji prasowych (zwłaszcza skuteczny kontakt z mediami głównego nurtu);
 - 12 000,00 zł netto - wynagrodzenia dla influencerów;
 - 42 000,00 zł netto – koszt zakupu powierzchni reklamowej w kampanii outdoorowej (OOH);co łącznie daje:
 - zł netto, czyli zł brutto .
2. Płatność z tytułu wykonania przedmiotu umowy zostanie zapłacone Wykonawcy przez Zamawiającego, po podpisaniu przez Strony Protokołu Odbioru potwierdzającego wykonanie umowy, przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy podany na fakturze, w terminie do 30 dni od dnia dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury do siedziby Zamawiającego.
3. Wykonawca ma prawo doręczyć fakturę w formie elektronicznej. Faktura zostanie przekazana w formie elektronicznej na adres poczty elektronicznej Zamawiającego: muzeum@msl.org.pl z adresu mailowego:..... Zamawiający nie będzie ponosił odpowiedzialności w przypadku braku zapłaty lub opóźnienia w zapłacie należności wynikającej z faktury, która została wysłana na inny adres poczty

elektronicznej niż wyżej wskazany.

4. Za dzień zapłaty uznaje się dzień obciążenia rachunku Zamawiającego.
5. W przypadku opóźnień w zapłacie wynagrodzenia, Zamawiający zapłaci Wykonawcy odsetki ustawowe za każdy dzień zwłoki.
6. Strony zgodnie postanawiają, iż wynagrodzenie określone w § 3 ust. 1 zaspokaja wszelkie roszczenia Wykonawcy z tytułu wykonania niniejszej umowy, w tym z tytułu przekazania majątkowych praw autorskich.

§ 4. KOSZTY INFLUENCERÓW I ZAKUPU POWIERZCHNI REKLAMOWEJ

Koszty wynagrodzeń dla influencerów w ramach budżetu **12 000,00 zł netto**, a także koszty zakupu powierzchni reklamowej w kampanii outdoorowej (OOH) w ramach budżetu **42 000,00 zł netto**, pokrywa bezpośrednio Wykonawca w ramach zawartej z Zamawiającym umowy z wynagrodzenia wskazanego w § 3 pkt. 1.

§ 5. PRZENIESIENIE PRAW AUTORSKICH

1. Wykonawca oświadcza, że przedmiot umowy będzie wolny od jakichkolwiek obciążeń i praw osób trzecich oraz wszelkich innych wad prawnych.
2. W każdym wypadku, gdy w związku z realizacją postanowień niniejszej umowy powstanie utwór w rozumieniu Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych („Ustawa”) Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do każdego z takich utworów w całości jak i w części. Przeniesienie następuje, bez zawierania dodatkowych umów, wraz z przekazaniem utworu będącego przedmiotem niniejszej umowy na następujących polach eksploatacji:
 - 1) używanie oraz wykorzystanie w całości lub części na potrzeby własne Zamawiającego, publicznej prezentacji, wprowadzenia do obrotu w publikacji i drukach, użyczenie i najem, udostępnianie w Internecie reprodukcji, sprzedaż;
 - 2) rozpowszechnianie, publikowanie, publiczne wykonanie, odtworzenie, nadawanie (bez względu na rodzaj emisji: przewodowo lub bezprzewodowo: naziemnie lub satelitarnie) i reemitowanie oraz publiczne udostępnienie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym – w szczególności na wystawach, w radiu, telewizji, w sieci Internet lub podobnymi, w celu promocji wystawy.
 - 3) dokonywanie opracowań utworów, polegających w szczególności na dokonywaniu modyfikacji, skrótów, łączeniu ich z innymi utworami oraz sloganami reklamowymi lub promocyjnymi.
 - 4) wykorzystywanie do celów reklamowych,
3. Przejście autorskich praw majątkowych na Zamawiającego następuje z chwilą przekazania Utworów bądź ich zamieszczeniu na profilu Instagram Zamawiającego.
4. Wykonawca oświadcza, iż do dnia przekazania Utworów bądź ich zamieszczenia na profilu Instagram Zamawiającego będzie posiadał pełnię majątkowych praw autorskich i praw zależnych do tych utworów.
5. Przeniesienie praw, o których mowa w ust. 1, nie jest ograniczone ani czasowo, ani terytorialnie, tzn. odnosi się zarówno do terytorium Polski, jak i do terytoriów wszystkich innych państw.
6. Wykonawca wyraża zgodę na wykonywanie przez Zamawiającego wszystkich praw zależnych do wykonanego przedmiotu umowy, polegających na wyrażaniu zgody na rozporządzanie i korzystanie z jego opracowania w szczególności tłumaczenia, przeróbki oraz adaptacji na polach eksploatacji wskazanych w ust. 1 niniejszego paragrafu nawet wówczas, gdyby efektem tych działań miałyby być utrata indywidualnego charakteru utworu. Prawa wynikające z ust. 1 i 3 powyżej Zamawiający może przenieść na osoby
7. Zamawiający udziela Wykonawcy niewyłącznej licencji zwrotnej na korzystanie z przedmiotu umowy lub jego części wyłącznie w celu promowania własnej działalności Wykonawcy.

§ 6. CZAS TRWANIA UMOWY

1. Umowa zostaje zawarta na czas określony od dnia **podpisania umowy** do dnia **30.10.2025 r.**
2. Każdej ze Stron przysługuje prawo wypowiedzenia niniejszej Umowy z 2-tygodniowym słownie: (dwutygodniowym) okresem wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego. Wypowiedzenie może zostać dokonane zarówno w formie pisemnej na adresy korespondencyjne Stron wskazane w komparycji Umowy.
3. W celu bieżącego wykonania postanowień niniejszej Umowy, Strony wskazują następujące osoby jako koordynatorów prawidłowego wykonania Umowy:
- ze strony Zamawiającego –
- ze strony Wykonawcy –

§ 7. KARY UMOWNE

1. Za odstąpienie od umowy przez którąkolwiek ze stron z przyczyn zawinionych przez Wykonawcę, , naliczona zostanie kara w wysokości 20% wartości brutto łącznego wynagrodzenia określonego w § 3 ust. 1.
2. W przypadku zwłoki w wykonaniu któregośkolwiek elementu przedmiotu umowy lub któregośkolwiek z terminów wskazanych w harmonogramie sporządzonym zgodnie z §1 ust.2 , naliczona zostanie kara w wysokości 1 % wartości brutto łącznego wynagrodzenia określonego w § 3 ust. 1.
3. Za każdy przypadek niewykonania w pełni lub nienależytego wykonania obowiązków wskazanych w § 1 umowy, w wysokości 5 % wartości brutto łącznego wynagrodzenia określonego w § 3 ust. 1.
4. Maksymalna wysokość kar wskazanych w ust. 2 i 3 nie przekroczy 20% łącznego wynagrodzenia brutto określonego w § 3 ust. 1.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rozwiązania umowy w przypadku jeżeli Wykonawca rażąco narusza postanowienia niniejszej umowy.
6. Jeżeli zastrzeżona kara umowna nie pokryje wysokości poniesionej szkody, Zamawiającemu przysługuje prawo dochodzenia odszkodowania przenoszącego wysokość zastrzeżonej kary umownej na zasadach ogólnych, uregulowanych w Kodeksie Cywilnym.
7. Wykonawca wyraża zgodę na zapłatę kar umownych należnych zgodnie z Umową w drodze potrącenia z przysługujących mu należności.

§ 8. POSTANOWIENIA KONCOWE

1. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych zastosowanie mają przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy o prawie autorskim.
3. Dla rozstrzygania sporów wynikających z niniejszej umowy właściwy rzeczowo i miejscowo jest sąd wskazany ze względu na siedzibę Zamawiającego.
4. Zamawiający realizując obowiązek informowania osób, których dane osobowe są przetwarzane w związku z zawarciem umowy informuje, że administratorem danych osobowych jest Muzeum Sztuki w Łodzi. Pozostałe informacje zawarte są w Załączniku nr 1 do umowy.
5. Za moment zawarcia umowy uznaje się datę sporządzenia umowy, a w przypadku opatrzenia podpisu stron datą, datę podpisu przez stronę, która podpisała się jako ostatnia.
6. Umowa niniejsza została sporządzona w trzech jednobrzmiących egzemplarzach – dwa dla Zamawiającego i jeden dla Wykonawcy.

Wykonawca

Zamawiający

Budżet:
Osoba odpowiedzialna:

Signature Not Verified
Dokument podpisany przez
Daniel Muzyczul
Data: 2025.07.23 12:43:16
CEST

Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych

Zgodnie z art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej zwane „RODO”) uprzejmie informuję, iż:

1. Administratorem Pani/Pana danych jest Muzeum Sztuki w Łodzi z siedzibą w Łodzi przy ul. Więckowskiego 36.
2. Administrator danych wyznaczył Inspektora Ochrony Danych, z którym może się Pani/Pan skontaktować w sprawach związanych z ochroną danych osobowych, drogą elektroniczną na adres e-mail: iodo@msl.org.pl lub pisemnie na adres siedziby Administratora danych.
3. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą w celu zawarcia i realizacji przedmiotu umowy na podstawie art. 6 ust.1 lit. b) RODO.
4. Odbiorcami/kategorią odbiorców Pani/Pana danych osobowych będą upoważnieni pracownicy i osoby współpracujące przy wykonywaniu umowy, podmioty świadczące usługi dla Muzeum Sztuki w Łodzi – audytorzy podatkowi, biegli rewidenci badający sprawozdania finansowe, podmioty wspierające usługi płatnicze drogą elektroniczną, dostawcy systemów informatycznych i usług IT, upoważnione organy publiczne – na ich żądanie.
5. Pani/Pana dane będą przetwarzane przez okres realizowania umowy, a następnie klasyfikowane i przechowywane zgodnie z Jednolitym Rzeczowym Wykazem Akt, zgodnie z Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 stycznia 2011 roku w sprawie instrukcji kancelaryjnej, jednolitych rzeczowych wykazów akt oraz instrukcji w sprawie organizacji i zakresu działania archiwów zakładowych.
6. Posiada Pani/Pan prawo do żądania dostępu do swoich danych osobowych, prawo ich sprostowania, oraz prawo do usunięcia lub ograniczenia przetwarzania na zasadach określonych w art. 17 i 18 RODO.
7. Przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych przy ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa, w przypadku, gdy Pani/Pana zdaniem przetwarzanie danych osobowych przez Administratora danych odbywa się z naruszeniem prawa.
8. Podanie danych osobowych jest warunkiem realizacji umowy. Brak udostępnienia danych osobowych będzie skutkowało niemożliwością zawarcia umowy.