

ZARZĄDZENIE NR 82/2012/Z
PREZESA AGENCJI RYNKU ROLNEGO
z dnia 1 czerwca 2012 r.

**w sprawie wprowadzenia dokumentacji przetargowej dla przetargu
na przygotowanie i emisję spotu radiowego w rozgłośni radiowej o zasięgu
ogólnopolskim
w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”**

Na podstawie art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o Agencji Rynku Rolnego i organizacji niektórych rynków rolnych (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1702, z późn. zm.) oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 288/2009 z dnia 7 kwietnia 2009 r. ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do pomocy wspólnotowej przeznaczonej na dostarczanie dzieciom w placówkach oświatowych owoców i warzyw świeżych i przetworzonych oraz produktów z bananów w ramach programu „Owoce w szkole” (Dz. Urz. UE L 94 z 8.04.2009, str. 38, z późn. zm.), zarządza się, co następuje:

§ 1

W celu realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole” ustala się:

- 1) warunki przetargu na przygotowanie i emisję spotu radiowego w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”, stanowiące załącznik nr 1 do niniejszego Zarządzenia;
- 2) wzór umowy na przygotowanie i emisję spotu radiowego w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”, stanowiący załącznik nr 2 do niniejszego Zarządzenia.

§ 2

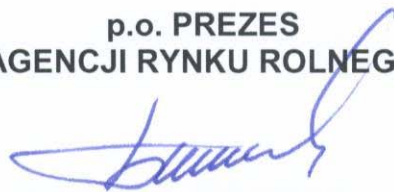
Za realizację Zarządzenia odpowiedzialni są:

- 1) Dyrektor Biura Informacji – w zakresie realizacji umowy;
- 2) Dyrektor Biura Finansowo-Księgowego – w zakresie rozliczeń finansowych zawartej umowy.

§ 3

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

p.o. PREZES
AGENCJI RYNKU ROLNEGO



Andrzej ŁUSZCZEWSKI

Załącznik nr 1
do Zarządzenia Nr 82/2012/Z
Prezesa ARR
z dnia 01.06.2012 r.



**Warunki przetargu na przygotowanie i emisję spotu radiowego
w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim
w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu
„Owoce w szkole”**

**Agencja Rynku Rolnego
ul. Nowy Świat 6/12
00-400 Warszawa
www.arr.gov.pl**

**Biuro Informacji
Dział Informacji
tel. 22 661 75 85
faks 22 661 79 62**

Telefoniczny Punkt Informacyjny 22 661 72 72

SPIS TREŚCI

1. Podstawa prawna	3
2. Definicje	3
3. Wartość zamówienia	4
4. Opis przedmiotu przetargu	4
5. Składanie ofert	6
6. Wybór wykonawcy	8
7. Zawarcie umowy	11
8. Termin wykonania przedmiotu umowy	12
9. Rozliczenie umowy	12
10. Nienależyte wykonanie umowy	13
11. Postanowienia końcowe	13
12. Załączniki	14

Podstawa prawna

1. Przetarg jest organizowany przez Agencję w oparciu o:

- 1) Rozporządzenie Komisji (WE) nr 288/2009 z dnia 7 kwietnia 2009 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do pomocy wspólnotowej przeznaczonej na dostarczanie dzieciom w placówkach oświatowych owoców i warzyw świeżych i przetworzonych oraz produktów z bananów w ramach programu „Owoce w szkole” (Dz. Urz. UE L 94 z 08.04.2009, str. 38, z późn. zm.);
- 2) Ustawę z dnia 11 marca 2004 r. o Agencji Rynku Rolnego i organizacji niektórych rynków rolnych (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1702, z późn. zm).

Definicje

2. Definicje:

- 1) **Agencja** – Agencja Rynku Rolnego z siedzibą w Warszawie, ul. Nowy Świat 6/12 (Centrala) wraz z Oddziałami Terenowymi;
- 2) **program „Owoce w szkole”** – program Wspólnej Polityki Rolnej skierowany do uczniów klas I–III szkół podstawowych. Celem programu jest długoterminowa zmiana nawyków żywieniowych dzieci i młodzieży poprzez zwiększenie udziału owoców i warzyw w ich codziennej diecie na etapie, w którym kształtują się ich nawyki żywieniowe, oraz propagowanie zdrowego odżywiania poprzez działania edukacyjne realizowane w szkołach podstawowych. Dzieciom uczestniczącym w programie udostępnia się: świeże owoce (jabłka, gruszki, truskawki), świeże warzywa (marchew, papryka słodka, rzodkiewki), soki owocowe, warzywne oraz owocowo-warzywne;
- 3) **przedsiębiorca** – osoba fizyczna, osoba prawna, jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznała zdolność prawną, niemająca osobowości prawnej spółka prawa handlowego, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową;
- 4) **zatwierdzone podmioty do realizacji działań z zakresu komunikacji** – podmioty, określone w art. 6 ust. 2 lit. e) ppkt ii) Rozporządzenia Komisji (WE) Nr 288/2009 z dnia 7 kwietnia 2009 r., które uzyskały zatwierdzenie Prezesa ARR do realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”;

- 5) **osoba/y uprawniona/e do reprezentowania przedsiębiorcy** – osoba/y uprawniona/e do reprezentowania podmiotu na podstawie odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, odpisu lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej lub innymi równoważnymi dokumentami wystawionymi w kraju, w którym przedsiębiorca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania;
- 6) **Oferent** – przedsiębiorca, który złożył ofertę w przetargu;
- 7) **Wykonawca** – przedsiębiorca, który złożył najkorzystniejszą ofertę w przetargu.

Wartość zamówienia

3. Wartość zamówienia wynosi 120 000,00 zł netto.

Opis przedmiotu przetargu

4. Przedmiotem przetargu jest świadczenie usługi związanej z komunikacją w ramach unijnego programu „Owoce w szkole”.
5. Usługa, o której mowa w pkt 4, polega na:
 - 5.1. opracowaniu koncepcji minimum jednego scenariusza, nagraniu i emisji ok. 40 sekundowego spotu radiowego, zachęcającego grupę docelową do skorzystania z programu „Owoce w szkole” oraz przedstawiającego jego zalety wraz z kosztorysem;
 - 5.2. opracowaniu harmonogramu emisji (mediaplanu) spotu radiowego w rozgłośni radiowej/rozgłoszeniach radiowych o zasięgu ogólnopolskim oraz harmonogramu realizacji całości zamówienia.
 - 5.3. przeniesienie na Agencję całości autorskich praw majątkowych, nieograniczonego prawa do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich do spotu radiowego, całości praw pokrewnych, w zakresie i na wszystkich polach eksploatacji wymienionych w umowie na przygotowanie i emisję spotu radiowego w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji „Owoce w szkole” (Załącznik nr 2 do zarządzenia Prezesa ARR nr 82/2012/Z z dn. 01.06.2012 r.)
 - 5.4. **GRUPA DOCELOWA:** osoby w wieku 35+, czyli rodzice dzieci klas I-III szkół podstawowych, nauczyciele, opiekunowie, dzieci klas I-III szkół podstawowych oraz producenci i dostawcy warzyw i owoców.

- Główna grupa docelowa: osoby w wieku 35+ (rodzice, nauczyciele, pracownicy szkół, opiekunowie odpowiedzialni za nawyki żywieniowe dzieci w szkołach podstawowych w klasach I – III).
 - Poboczna grupa docelowa: dzieci klas I-III szkół podstawowych.
 - Towarzyszająca grupa docelowa: producenci i dostawcy warzyw i owoców, podmioty współpracujące w dostarczaniu produktów do szkół.
- 5.5. TERMIN:** emisja spotu będzie trwała 2 tygodnie i zakończy się najpóźniej do 7 września 2012 r. (z wyłączeniem okresu od 30 czerwca do 19 sierpnia 2012 r.), przy czym przynajmniej 1 tydzień (7 dni kalendarzowych) emisji odbędzie się po 20 sierpnia 2012 r. Emisja spotu we wszystkie dni tygodnia, w godz. 6 - 22. Częstotliwość emisji spotu radiowego: co najmniej 2 razy w ciągu doby, minimum po 1 emisji w przedziałach porannych i popołudniowych w paśmie ogólnopolskim, o najwyższej słuchalności grupy docelowej.
- 5.6.** Spot będzie odwoływał się do owoców i warzyw dostarczanych dzieciom klas I-III szkół podstawowych w ramach programu "Owoce w szkole": jabłka, gruszki, truskawki, marchew, papryka słodka, rzodkiewki, soki owocowe, warzywne oraz owocowo-warzywne - zgodnie z wytycznymi zawartymi w Strategii Krajowej wdrożenia w Rzeczypospolitej Polskiej programu "Owoce w szkole" w latach szkolnych 2010/2011-2012/2013.
- 5.7.** Spot ma na celu propagowanie programu „Owoce w szkole”, mającego przyczynić się do kształtowania dobrych nawyków żywieniowych i podniesienie świadomości społecznej w zakresie zdrowego odżywiania.
- 5.8.** Spot ma zawierać następującą informację: „Spot współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach europejskiego programu „Owoce w szkole”.
- 5.9.** Wykonawca dostarczy Agencji nagrany spot radiowy, zatwierdzony uprzednio przez Agencję, przygotowany do emisji w formatach stosowanych w rozgłośniach radiowych na nośnikach magnetycznych (w trzech kopiach) oraz w formatach stosowanych przez Agencję.
- 6.** Oferta ma zawierać koncepcję realizacji zamówienia, scenariusz, mediaplan oraz następujące informacje o rozgłośni radiowej:
- zasięg dzienny słuchalności – na poziomie min. 9% w dni powszednie
 - zasięg tygodniowy

- zasięg techniczny
- profil słuchaczy (głównie w odniesieniu do opisanej w punkcie 5.3 grupy docelowej)
- index dopasowania do grupy docelowej i koszt pozyskania 1% osób z grupy docelowej (CPP) na fali grudzień 2011 – luty 2012 (na podstawie badań przeprowadzonych przez SMG/KRC).

Program radiowy (programy radiowe), w którym wyemitowany będzie spot powinien posiadać min. 7% udział w rynku (na podstawie danych z analizy udziału w rynku i wielkości audytorium programów radiowych w okresie grudzień 2011 – luty 2012).

7. Po wykonaniu zamówienia Wykonawca przygotowuje raport podsumowujący (w tym potwierdzający emisję spotów) i przekazuje go Agencji. Potwierdzeniem wykonania przedmiotu umowy będzie podpisany przez przedstawicieli stron bez uwag protokół zdawczo-odbiorczy. Ze strony Agencji protokół podpisze Dyrektor Biura Informacji, ze strony Wykonawcy – osoba uprawniona do reprezentowania Wykonawcy.

Składanie ofert

8. Do przetargu organizowanego przez Agencję mogą przystąpić Oferenci, którzy:

8.1. są zarejestrowani w Centralnym Rejestrze Przedsiębiorców prowadzonym przez Agencję. Zasady rejestracji dostępne są na stronie internetowej Agencji **www.arr.gov.pl** w dziale „Pozostałe działania”. W przypadku podmiotów, które zostały zarejestrowane w Centralnym Rejestrze Przedsiębiorców przed 9 lutego 2005 r. i nie uzupełniły wymaganych danych rejestrowych, konieczne jest uzupełnienie danych rejestrowych zgodnie z obowiązującymi wymogami;

8.2. uzyskali zatwierdzenie do realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”. Zasady uzyskania zatwierdzenia dostępne są na stronie internetowej Agencji **www.arr.gov.pl** w dziale „Owoce w szkole” – w dokumencie „Warunki uczestnictwa w programie „Owoce w szkole” w roku szkolnym 2011/2012” (rozdział XI).

9. Oferta przetargowa, której wzór określa załącznik do Warunków, powinna być sporządzona w formie pisemnej w języku polskim pod rygorem nieważności. Oferent może złożyć tylko jedną ofertę. Wszelkie poprawki w ofercie powinny być parafowane przez osobę uprawnioną do podpisania oferty. Oferta musi być

podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania przedsiębiorcy, zgodnie ze złożonym wraz z ofertą aktualnym odpisem z Krajowego Rejestru Sądowego, aktualnym odpisem lub zaświadczeniem o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej lub innymi równoważnymi dokumentami wystawionymi w kraju, w którym przedsiębiorca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, wystawionym nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert. W przypadku podpisania oferty przez osoby inne niż wskazane powyżej do oferty należy dołączyć oryginalne pełnomocnictwo podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania przedsiębiorcy zgodnie z aktualnym odpisem z Krajowego Rejestru Sądowego, aktualnym odpisem lub zaświadczeniem o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej lub innymi równoważnymi dokumentami wystawionymi w kraju, w którym przedsiębiorca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, wystawionym nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

10. Agencja wezwie przedsiębiorców, którzy nie złożyli wymaganych w pkt 9 dokumentów, albo złożyli wadliwe pełnomocnictwa, do ich złożenia w wyznaczonym terminie. Agencja może skontaktować się z Oferentem w celu skorygowania oczywistych omyłek pisarskich i rachunkowych, niepowodujących istotnych zmian w treści oferty, z wyjątkiem błędów w obliczeniu ceny (z uwzględnieniem zapisów pkt 25 niniejszych warunków).
11. **Ważne oferty oprócz informacji zawartych w pkt 6 Opisu przedmiotu przetargu muszą zawierać:** cenę netto wykonania usługi oraz obliczony VAT i obliczoną cenę brutto, nazwę i siedzibę lub imię, nazwisko, adres przedsiębiorcy.
12. Oferta powinna być złożona
 - bezpośrednio lub
 - listownie**w kancelarii ogólnej Agencji, 00-400 Warszawa, ul. Nowy Świat 6/12, w terminie do 15.06.2012 r. do godz. 12:00.**
13. Oferta powinna być złożona w 1 egzemplarzu w dwóch zamkniętych kopertach, zapieczętowanych w sposób gwarantujący poufność jej treści oraz zabezpieczający jej nienaruszalność. Na kopercie zewnętrznej, nieoznakowanej nazwą przedsiębiorcy, należy umieścić napis "OFERTA – OWOCE W SZKOLE, PRZYGOTOWANIE I EMISJA SPOTU RADIOWEGO".
14. Oferent jest związany warunkami złożonej oferty przez okres 30 dni od terminu określonego w pkt 12.

- 15.** Oferent może wprowadzić zmiany w złożonej ofercie lub ją wycofać pod warunkiem, że uczyni to przed upływem terminu na składanie ofert, określonego w pkt 12. Zarówno zmiana, jak i wycofanie oferty wymagają zachowania formy pisemnej.
- 16.** Agencja zastrzega sobie możliwość wykluczenia Oferenta, w stosunku do którego otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego. Ofertę wykluczonego Oferenta uznaje się za odrzuconą.
- 17.** Zmiany dotyczące treści oferty powinny być przygotowane, opakowane i zaadresowane w ten sam sposób, co oferta. Kopertę, w której jest przekazywana zmieniona oferta, należy opatrzyć napisem „ZMIANA OFERTY – OWOCE W SZKOLE, PRZYGOTOWANIE I EMISJA SPOTU RADIOWEGO”.
- 18.** Powiadomienie o wycofaniu oferty powinno być opakowane i zaadresowane w ten sam sposób, co oferta. Kopertę, w której jest przekazywane powiadomienie, należy opatrzyć napisem „WYCOFANIE OFERTY – OWOCE W SZKOLE, PRZYGOTOWANIE I EMISJA SPOTU RADIOWEGO”.
- 19.** Oferentom nie przysługują względem Agencji roszczenia związane z poniesieniem kosztów i zobowiązań wynikających z przygotowania do uczestnictwa w realizacji programu „Owoce w szkole”.

Wybór wykonawcy

- 20.** Komisja powołana przez Prezesa Agencji dokona otwarcia ofert, ustali, które z nich uznaje za ważne oraz dokona oceny i wskaże najkorzystniejsze spośród nadesłanych ofert.
- 21.** Komisja odrzuca ofertę, jeżeli:
- 1) Oferent nie jest zarejestrowany w Centralnym Rejestrze Przedsiębiorców ARR lub nie uzyskał zatwierdzenia do realizacji działań z zakresu komunikacji, zgodnie z brzmieniem pkt 8;
 - 2) nie spełnia wymagań określonych w pkt 9;
 - 3) nie spełnia wymagań określonych w warunkach przetargu;
 - 4) jest ona nieważna na podstawie odrębnych przepisów.
- 22.** Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

C	Kryterium ceny	50 %
K	Kryterium koncepcji i jakości oferty	50 %

Kryterium C

Kryterium C będzie rozpatrywane na podstawie ceny brutto za wykonanie całości przedmiotu zamówienia podanej przez Oferenta w formularzu oferty. Oferent, który przedstawi najniższą cenę w ofercie otrzyma ocenę 50 punktów za cenę. Pozostali Oferenci odpowiednio mniej, stosownie do poniższego wzoru:

$$C = \frac{\text{Najniższa oferowana cena spośród rozpatrywanych ofert}}{\text{Cena ocenianej oferty}} \times 50\% \times 100$$

Kryterium koncepcji i jakości oferty „K”

Kryterium K będzie rozpatrywane na podstawie oceny: $K = K1 + K2$.

Kryterium K1 – na podstawie merytorycznej oceny oferty dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej:

- a) wartość artystyczną (koncepcja scenariusza, opracowania, innowacyjność) – 0-10 pkt.,
- b) czytelność i przejrzystość przesłania spotu – 0-10 pkt.,
- c) zastosowanie rozwiązań pozwalających dotrzeć do kilku grup docelowych - 0-5 pkt.;
- d) zastosowanie odpowiednich rozwiązań realizacyjnych, które poprzez swoje oddziaływanie wywołują silną reakcję emocjonalną u słuchaczy – 0-5 pkt.,

obliczonego wg następującego wzoru:

$$K1 = \frac{\text{Suma punktów uzyskanych przez badaną ofertę}}{\text{Suma punktów uzyskanych przez najwyżej ocenioną ofertę}} \times 30\% \times 100$$

Najkorzystniejsza oferta w Kryterium K1 może uzyskać maksymalnie 30 pkt.

Kryterium K2 – na podstawie merytorycznej oceny oferty mediaplanu dokonanej przez członków Komisji, uwzględniającej:

- a) dopasowanie spotu oraz radiostacji do grupy docelowej (affinity index) – 0-10 pkt.,
- b) zasięg dzienny, tygodniowy słuchalności oraz zasięg techniczny – 0-10 pkt.

obliczonego wg następującego wzoru:

$$K2 = \frac{\text{Suma punktów uzyskanych przez badaną ofertę}}{\text{Suma punktów uzyskanych przez najwyższą ocenioną ofertę}} \times 20\% \times 100$$

Najkorzystniejsza oferta w Kryterium K2 może uzyskać maksymalnie 20 pkt.

Maksymalnie oferta może uzyskać 50 pkt. za kryterium koncepcji i jakości oferty (K= K1+K2).

Ogólna liczba punktów uzyskanych przez ofertę stanowi sumę punktów uzyskanych w kryterium C i Kryterium K, tj. C + K.

Maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

23. Przetarg wygra przedsiębiorca, który uzyska najwyższą liczbę punktów.

24. W toku dokonywania ocen złożonych ofert Agencja może żądać od Oferentów udzielania wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert, z uwzględnieniem zapisów pkt 25 niniejszych warunków.

25. Podczas trwania procedury przetargowej wszelkie kontakty między Agencją a Oferentami muszą odbywać się na zasadach zapewniających przejrzystość i równość traktowania i nie mogą prowadzić do zmian warunków zawartych w pierwotnej ofercie. Niedopuszczalne jest zatem dokonywanie jakichkolwiek zmian w treści oferty, za wyjątkiem określonym w pkt. 10 zd. 2, jak również prowadzenie między Agencją a Oferentami negocjacji dotyczących złożonych ofert.

26. Agencja przed podpisaniem umowy zastrzega sobie prawo unieważnienia przetargu lub odstąpienia od niego w całości lub w części, przy czym Oferenci nie są uprawnieni do wystąpienia o odszkodowanie. W takim przypadku Agencja poda podjętą uzasadnioną decyzję do publicznej wiadomości.

Zawarcie umowy

- 27.** Zawarcie umowy nastąpi po rozstrzygnięciu postępowania przetargowego. Wyniki przetargu zostaną niezwłocznie po rozstrzygnięciu przetargu podane do publicznej wiadomości poprzez opublikowanie na stronie internetowej Agencji www.arr.gov.pl.
- 28.** Wykonawca otrzyma dwa egzemplarze umowy podpisanej przez osoby uprawnione do reprezentowania ARR. Wykonawca jest zobowiązany – w terminie 10 dni od otrzymania umowy – do podpisania obu jej egzemplarzy przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy i odesłania jednego egzemplarza do Agencji.
- 29.** Warunkiem koniecznym do zawarcia umowy jest **wniesienie zabezpieczenia** należytego wykonania umowy przez Wykonawcę, który został wybrany w przetargu. Wysokość zabezpieczenia będzie wynosić 5% wartości umowy brutto. Wpłata wnoszonych zabezpieczeń gotówkowych oraz składanie gwarancji instytucji finansowych do ARR powinno się odbyć co najmniej na trzy dni przed podpisaniem umowy.
- 30.** Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia ponosi Wykonawca.
- 31.** Zabezpieczenie powinno być wniesione w Centrali Agencji w postaci:
- 1) depozytu gotówkowego w wysokości określonej zgodnie z pkt. 29, złożonego na rachunku Agencji: NBP O/O w Warszawie nr 16 1010 1010 0088 1714 9220 0000,
 - lub
 - 2) gwarancji nieodwołalnej, bezwarunkowej i prawidłowej pod względem formalno-prawnym i merytorycznym, wystawionej przez uznaną przez Agencję instytucję finansową (wg wzoru określonego przez Agencję), dostępnej w Agencji i ważnej w dniu zawarcia umowy z terminem obejmującym czas trwania umowy i jej rozliczenia, w wysokości określonej zgodnie z pkt 29:
 - a) płatnej na pierwsze żądanie Agencji, w przypadku niezrealizowania postanowień umowy,

b) z terminem ważności do 31 grudnia 2012 r.

- 32.** Zabezpieczenie należytego wykonania umowy winno być dostępne dla Agencji na trzy dni przed podpisaniem umowy.
- 33.** W przypadku złożenia zabezpieczenia w formie gwarancji instytucji finansowej koniecznym jest podanie jako tytułu gwarancji nazwy mechanizmu, tj. „OWOCE W SZKOLE”.
- 34.** Zabezpieczenie w formie gotówki przechowywane będzie na nieoprocentowanym rachunku. W przypadku złożenia zabezpieczenia w postaci depozytu gotówkowego Przedsiębiorca nie otrzymuje żadnych odsetek.
- 35.** Zabezpieczenie należytego wykonania umowy zostanie zwolnione (zwrócone) po zrealizowaniu umowy, po stwierdzeniu prawidłowego jej wykonania i dokonania jej rozliczenia, w terminie do 31 grudnia 2012 r.

Terminy wykonania przedmiotu umowy

- 36.** Agencja zleca Wykonawcy wykonanie i emisję spotu radiowego w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim w terminie najpóźniej do 7 września 2012 r.

Rozliczenie umowy

- 37.** Zgodnie z trybem wskazanym w § 6 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 28 marca 2011 r. w sprawie zwrotu podatku niektórym podatnikom, wystawiania faktur, sposobu ich przechowywania oraz listy towarów i usług, do których nie mają zastosowania zwolnienia od podatku od towarów i usług (Dz. U. 2011 Nr 68, poz. 360) Wykonawca zobowiązany jest zawrzeć z Agencją odrębną umowę wg udostępnionego przez Agencję wzoru, upoważniającą Agencję do wystawiania faktur, faktur korygujących i duplikatów w imieniu i na rachunek Wykonawcy w dniu zawarcia umowy na przygotowanie i emisję spotu radiowego, chyba że umowa taka została już zawarta.
- 38.** Wykonawca zobowiązany będzie złożyć w Agencji, w formie pisemnej, wniosek o wypłatę pomocy za wykonaną usługę.
- 39.** Agencja zobowiązuje się zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie za usługę w ciągu 60 dni od daty dostarczenia do Agencji podpisanej przez wykonawcę faktury VAT za przygotowanie i emisję spotu radiowego przelewem na rachunek bankowy wskazany na fakturze VAT.

- 40.** Podstawą wystawienia faktury VAT jest podpisanie bez uwag protokołu zdawczo-odbiorczego z udziałem obu stron oraz złożenie przez Wykonawcę w Agencji, w formie pisemnej, wniosku o wypłatę pomocy za wykonaną usługę w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”.
- 41.** Do czasu zrealizowania w całości umowy przez Wykonawcę Agencja może odstąpić od umowy w razie wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy, w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o tych okolicznościach.

Nienależyte wykonanie umowy

- 42.** Wykonawca zapłaci Agencji karę umowną w wysokości 5 % całkowitej wartości umowy brutto za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia (terminy wskazane w umowie oraz w zaakceptowanym mediaplaniu).
- 43.** W przypadku nienależytego wykonania umowy lub odstąpienia od umowy przez Wykonawcę lub Agencję z przyczyn, za które odpowiedzialność ponosi Wykonawca, Wykonawca zapłaci Agencji karę umowną w wysokości 5 % całkowitej wartości umowy brutto.
- 44.** W przypadku niewykonania przedmiotu umowy w terminie 5 dni od upływu terminu wymienionego w pkt. 36 Agencja może odstąpić od umowy bez wyznaczenia dodatkowego terminu na wykonanie przedmiotu umowy. W tym wypadku Wykonawca zobowiązany będzie do zapłaty Agencji kary umownej w wysokości 30 % całkowitej wartości umowy brutto.
- 45.** Agencja może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych w pkt 42, 43 i 44 kar umownych.

Postanowienia końcowe

- 46.** Wykonawca zobowiązuje się do zachowania poufności informacji uzyskanych podczas realizacji umowy.
- 47.** Wszelkie informacje uzyskane podczas realizacji niniejszej Umowy będą wykorzystywane wyłącznie do celów związanych z umową, z zachowaniem zasad wynikających z ustawy z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r., nr 101, poz. 926 z późn. zm.).

48. Zmiany postanowień umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności i będą dokonywane w formie aneksu do umowy.
49. Wprowadzenie zmian bądź nowych postanowień do umowy niekorzystnych dla Agencji i niezgodnych z treścią oferty, na której podstawie dokonano wyboru Wykonawcy, nie jest możliwe.
50. Wszelkie spory wynikłe z tytułu realizacji umowy rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Agencji.
51. Obie strony umowy zobowiązują się do wzajemnego informowania o zmianach adresu do korespondencji oraz do odbierania korespondencji pod wskazanymi adresami, pod rygorem uznania korespondencji za odebraną.
52. Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania zasad ustalonych w „Wytycznych bezpieczeństwa informacji dla kontrahentów”, które stanowią załącznik nr 1 do umowy.
53. Nieprzestrzeganie przez Wykonawcę „Wytycznych bezpieczeństwa informacji dla kontrahentów” skutkuje natychmiastowym rozwiązaniem umowy przez Agencję i stanowi podstawę żądania pokrycia powstałej szkody na zasadach ogólnych.
54. W przypadku zmian wytycznych, o których mowa w pkt. 52, Agencja zobowiązuje się do niezwłocznego pisemnego powiadomienia Wykonawcy o nowych wytycznych i przekazania mu aktualnej wersji.
55. W sprawach nieunormowanych umową będą miały zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Załączniki

1. Załącznik – wzór oferty

OFERTA

Nazwa przedsiębiorcy.....

Adres.....

Przedsiębiorca ustala następujące odpłatności za przygotowanie i emisję spotu radiowego dotyczącego programu „Owoce w szkole” w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim:

Koszt netto:zł

Słownie:

+ VAT:zł

Koszt brutto: zł

Słownie:

Integralną częścią niniejszej oferty są:

- koncepcja realizacji zamówienia;
- scenariusz;
- mediaplan;
- następujące informacje o rozgłośni radiowej:
 - zasięg dzienny słuchalności – na poziomie min. 9% w dni powszednie,
 - zasięg tygodniowy,
 - zasięg techniczny,
 - profil słuchaczy (głównie w odniesieni do określonej grupy docelowej),
 - index dopasowania do grupy docelowej i koszt pozyskania 1% osób z grupy docelowej (CPP) na fali grudzień 2011 – luty 2012 (na podstawie badań przeprowadzonych przez SMG/KRC).

.....

podpis osoby upoważnionej

Załącznik nr 2
do Zarządzenia Nr 82/2012/Z
Prezesa ARR
z dnia 01.06.2012 r.

UMOWA NR/2012
zawarta w dniu 2012 r. w Warszawie
na przygotowanie i emisję spotu radiowego
w rozgłośni radiowej o zasięgu ogólnopolskim
w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji
programu „Owoce w szkole”

pomiędzy:

Agencją Rynku Rolnego, z siedzibą 00-400 Warszawa, ul. Nowy Świat 6/12, NIP 525-000-78-79, Regon 006222434, zwaną dalej „Agencją”, reprezentowaną przez:

1. – Zastępcę Prezesa Agencji Rynku Rolnego
2. – Dyrektora Biura Finansowo-Księgowego Agencji Rynku Rolnego

a

.....z siedzibą.....przy ul.....
wpisaną/-ym do.....
pod numerem....., posiadającą/-ym numer NIP.....,
Regon....., zwaną/-ym dalej „Wykonawcą”
reprezentowaną/-ym przez:

--

o następującej treści:

Przedmiot umowy

§ 1

1. Przedmiotem niniejszej umowy jest świadczenie usług związanych z komunikacją w ramach unijnego programu „Owoce w szkole”.
2. Usługa, o której mowa w ust. 1 polega na:
 - 2.1. Opracowaniu koncepcji, scenariusza, nagraniu i emisji 40 sekundowego spotu radiowego zachęcającego do skorzystania z programu „Owoce w szkole” oraz przedstawiającego jego zalety (zgodnie z wytycznymi zawartymi w Strategii Krajowej wdrożenia w Rzeczypospolitej Polskiej programu "Owoce w szkole" w latach szkolnych 2010/2011-2012/2013), wraz z harmonogramem emisji (mediaplanem) oraz kosztorysem;
 - 2.2. Emisji spotu radiowego w ogólnopolskiej rozgłośni radiowej w terminie określonym w harmonogramie, jednakże nie później niż do dnia 7 września 2012 roku.

- 2.3. Scenariusz spotu radiowego oraz harmonogram emisji/mediaplan podlega pisemnej akceptacji Agencji.
- 2.4. Treści zawarte w spocie będą zgodne z Rozporządzeniem Komisji (WE) nr 288/2009 z dnia 7 kwietnia 2009 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do pomocy wspólnotowej przeznaczonej na dostarczanie dzieciom w placówkach oświatowych owoców i warzyw świeżych i przetworzonych oraz produktów z bananów w ramach programu „Owoce w szkole”, w brzmieniu uwzględniającym również jego późniejsze zmiany, w tym w szczególności wprowadzone na mocy Rozporządzenia Wykonawczego Komisji (UE) nr 1208/2011 z dnia 22 listopada 2011 r. w sprawie zmiany i sprostowania rozporządzenia (WE) 288/2009 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do pomocy wspólnotowej przeznaczonej na dostarczenie dzieciom w placówkach oświatowych owoców i warzyw świeżych i przetworzonych oraz produktów z bananów w ramach programu „Owoce w szkole” (Dz. Urz. UE. L 305 z 23 listopada 2011 r, str 53);
- 2.5. Spot ma zawierać następującą informację: „Spot współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach europejskiego programu Owoce w szkole”.
- 2.6. Spot radiowy zostanie wykonany w pełnym zakresie produkcyjnym, według zaakceptowanego scenariusza i zgodnie ze wskazówkami Agencji, spełniającym standardy rozgłośni radiowych, umożliwiającym emisję spotu w ramach bloków reklamowych.
- 2.7. Na podstawie zaakceptowanego przez Agencję scenariusza Wykonawca zrealizuje 1 spot radiowy. Wykonawca przedstawi Agencji do akceptacji nagrania głosów min. 2 lektorów w języku polskim oraz nagrania min. 2 ścieżek dźwiękowych podkładu muzycznego odpowiednich do treści scenariusza spotu radiowego. Agencji przysługuje prawo wyboru z przedstawionych wersji.
- 2.8. Wykonawca zobowiązuje się przekazać Agencji ostateczną wersję spotu radiowego na nośniku magnetycznym w formacie umożliwiającym odtworzenie na sprzęcie Agencji w celu pisemnej akceptacji.
- 2.9. Wykonawca dostarczy Agencji nagrany spot radiowy, przygotowany do emisji w formatach stosowanych w rozgłośniach radiowych na nośnikach magnetycznych (w trzech kopiach) i w formatach stosowanych przez Agencję oraz link, umożliwiającą odsłuch wyprodukowanego spotu radiowego.
- 2.10. Po wykonaniu zamówienia Wykonawca przygotowuje raport podsumowujący (w tym potwierdzający emisję spotów) i przekazuje go Agencji. Potwierdzeniem wykonania przedmiotu umowy będzie podpisany przez przedstawicieli stron bez uwag protokół zdawczo-odbiorczy. Ze strony Agencji protokół podpisze Dyrektor Biura Informacji, ze strony Wykonawcy – osoba uprawniona do reprezentowania Wykonawcy.
3. Przedmiot umowy obejmuje również przeniesienie na Agencję całości autorskich praw majątkowych, nieograniczonego prawa do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich do spotu radiowego, całości praw pokrewnych, w zakresie i na wszystkich polach eksploatacji wymienionych w § 7 oraz prawa do bazy danych uregulowanych ustawą z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych (Dz. U. Nr 128, poz. 1402, z późn. zm.), jeżeli taka baza powstanie w wyniku wykonywania umowy.
4. Zgodnie z trybem wskazanym w § 6 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 28 marca 2011 r. w sprawie zwrotu podatku niektórym podatnikom, wystawiania faktur, sposobu ich przechowywania oraz listy towarów i usług, do których nie mają zastosowania zwolnienia od podatku od towarów i usług (Dz. U. 2011 Nr 68, poz. 360) Wykonawca zobowiązany jest zawrzeć z Agencją odrębną umowę wg udostępnionego przez Agencję wzoru, upoważniająca Agencję do wystawiania faktur, faktur korygujących i duplikatów w imieniu i

na rachunek wykonawcy w dniu zawarcia umowy na przygotowanie i emisję spotu radiowego, chyba że umowa taka została już zawarta.

Termin realizacji umowy

§ 2

1. Wykonawca w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy przedstawi Agencji szczegółowy scenariusz spotu radiowego, który podlegać będzie pisemnemu zatwierdzeniu przez Agencję.
2. Ostateczna wersja spotu radiowego i mediaplanu zostanie zaakceptowana najpóźniej w terminie 10 dni roboczych przed emisją na antenie radiowej.
3. Wykonawca zobowiązany jest przedstawić Agencji pisemny mediaplan w terminie 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy, który podlegać będzie pisemnemu zatwierdzeniu przez Agencję.
4. Emisja spotu będzie trwała 2 tygodnie i zakończy się najpóźniej do 7 września 2012 r. (z wyłączeniem okresu od 30 czerwca do 19 sierpnia 2012 r.), przy czym przynajmniej 1 tydzień (7 dni kalendarzowych) emisji odbędzie się po 20 sierpnia 2012 r. Emisja będzie odbywała się we wszystkie dni tygodnia, w godzinach 6 – 22. Częstotliwość emisji spotu - co najmniej 2 razy w ciągu doby, minimum po 1 emisji w przedziałach porannych i popołudniowych, w paśmie ogólnopolskim, o najwyższej słuchalności grupy docelowej.

Prawa i obowiązki stron

§ 3

1. Agencja zobowiązuje się do udzielenia Wykonawcy wszelkich informacji i wytycznych, niezbędnych do należytego wykonania umowy.
2. Agencja ma prawo zgłaszania uwag do scenariusza i mediaplanu spotu radiowego celem jego poprawy i do dokonania dwóch niezbędnych zmian w scenariuszu spotu na kolejnych etapach realizacji (w tym w treści haseł reklamowych, głosów lektorów i podkładu muzycznego) oraz w mediaplanie bez ponoszenia dodatkowych kosztów.
3. Agencja jest uprawniona do kontroli realizacji przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 ust. 1 i 2 poprzez jego bieżącą analizę w szczególności pod kątem zawartości merytorycznej, jak również dotrzymywania terminów produkcji i emisji spotu radiowego.
4. W przypadku stwierdzenia wadliwego wykonywania przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1, Agencja przekaże Wykonawcy uwagi. Wykonawca zobowiązany jest w terminie nie dłuższym niż 3 dni robocze od daty otrzymania uwag, o których mowa powyżej do ich wykonania i pisemnego powiadomienia Agencji z uwzględnieniem zasad wynikających z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
5. Potwierdzeniem wykonania przedmiotu umowy będzie podpisany przez przedstawicieli stron bez uwag protokół zdawczo-odbiorczy, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do niniejszej umowy. Ze strony Agencji protokół podpisze Dyrektor Biura Informacji, ze strony Wykonawcy – osoba uprawniona do reprezentowania Wykonawcy.
6. Wykonawca zobowiązuje się do zachowania poufności informacji uzyskanych podczas realizacji umowy.
7. Wszelkie informacje uzyskane podczas realizacji niniejszej Umowy będą wykorzystywane wyłącznie do celów związanych z umową, z zachowaniem zasad wynikających z ustawy z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2002 r., nr 101, poz. 926 z późn. zm.)

8. Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania zasad ustalonych w „Wytycznych bezpieczeństwa informacji dla kontrahentów”, które stanowią załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
9. W przypadku zmian wytycznych, o których mowa w ust. 8 Agencja zobowiązuje się do niezwłocznego pisemnego powiadomienia Wykonawcy o nowych wytycznych i przekazania mu aktualnej wersji.
10. Nieprzestrzeganie przez Wykonawcę „Wytycznych bezpieczeństwa informacji dla kontrahentów” skutkuje natychmiastowym rozwiązaniem umowy przez Agencję i stanowi podstawę żądania pokrycia powstałej szkody na zasadach ogólnych.
11. Wykonując przedmiot umowy, Wykonawca zobowiązuje się do należytej staranności i profesjonalnego działania, do przestrzegania obowiązującego prawa oraz do dbałości o interesy Agencji.
12. Wykonawca zapewnia, że wykonany przez niego spot radiowy nie będzie naruszać praw osób trzecich. Agencja nie będzie ponosić odpowiedzialności za naruszenia praw osób trzecich, chyba że naruszenie jest spowodowane okolicznościami za które odpowiedzialność ponosi Agencja. W przypadku wystąpienia przez osobę trzecią ze wskazanymi wyżej roszczeniami, Wykonawca naprawi Agencji szkodę, jaką poniesie ona w wyniku skierowania przeciwko niej wymienionych wyżej roszczeń z zastrzeżeniem postanowienia § 7 ust.2.
13. Wykonawca zobowiązuje się dostarczyć przedmiot umowy, o którym mowa § 1 niniejszej umowy w dni robocze w godzinach pracy Centrali Agencji.
14. Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z dostarczeniem przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 niniejszej umowy do miejsca przeznaczenia (Centrali Agencji).

Wartość przedmiotu zamówienia i warunki płatności

§ 4

1. Łączna wartość przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1, strony ustalają na kwotę netto..... (słownie) plus VAT zł, co stanowi łącznie kwotę brutto zł (słownie: złotych).
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 obejmuje wszystkie pola eksploatacji wymienione w umowie.
3. Wynagrodzenie, o którym mowa ust. 1 obejmuje w szczególności wynagrodzenie za:
 - 3.1 wykonanie i realizację przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 umowy;
 - 3.2 przeniesienie na Agencję prawa własności do spotu radiowego, o którym mowa w § 1 ust. 2 wykonanego zgodnie z postanowieniami umowy, oraz do nośników elektronicznych informacji, w postaci nośników magnetycznych, na których dostarczono przedmiot umowy;
 - 3.3 przeniesienie na Agencję całości autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do spotu radiowego na wymienionych w niniejszej umowie polach eksploatacji;
 - 3.4 przeniesienie na Agencję nieograniczonego prawa zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich na wymienionych w niniejszej umowie polach eksploatacji;
 - 3.5 niewykonywanie wobec Agencji przysługujących Wykonawcy osobistych praw autorskich;

- 3.6 niewykonywanie wobec Agencji przysługujących mu osobowych praw autorskich do materiałów informacyjnych i promocyjnych, które nabył od osób autorsko uprawnionych na wszystkich znanych w dniu przeniesienia polach eksploatacji;
 - 3.7 udzielanie wszelkich zezwoleń, upoważnień w zakresie określonym w niniejszej umowie;
 - 3.8 powierzenie Agencji wykonywanie przysługujących Wykonawcy osobistych praw autorskich do przedmiotu umowy;
 - 3.9 dostarczenie do Agencji spotu radiowego, o którym mowa w § 1 umowy.
 - 3.10 przeniesienie praw do bazy danych (regulowanych ustawą z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych), jeżeli taka powstanie w wyniku realizacji umowy
4. Agencja nie przewiduje wypłaty zaliczek.
 5. Agencja zobowiązuje się zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie za usługi, o których mowa w § 1 w ciągu 60 dni od daty dostarczenia do Centrali Agencji podpisanej przez Wykonawcę faktury VAT za wyprodukowanie i emisję spotu radiowego przelewem na rachunek bankowy wskazany na fakturze VAT.
 6. Podstawą wystawienia faktury VAT jest podpisanie bez uwag protokołu zdawczo-odbiorczy przedmiotu umowy, o którym mowa § 1 niniejszej umowy, przez przedstawicieli obu stron, oraz złożenie przez Wykonawcę w Agencji, w formie pisemnej, wniosku o wypłatę pomocy za wykonaną usługę w ramach realizacji działań z zakresu komunikacji programu „Owoce w szkole”.
 7. Wykonawca nie ma podstaw do dochodzenia dodatkowego wynagrodzenia na podstawie niniejszej umowy.
 8. Agencja nie ponosi dodatkowych kosztów w związku z wykonywaniem przez Wykonawcę przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 niniejszej umowy.
 9. W przypadku realizacji przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 w zakresie węższym niż określony w niniejszej umowie, Wykonawcy nie będzie przysługiwało roszczenie o zapłatę za wykonanie umowy w pełnej kwocie, określonej w ust. 1.

Zabezpieczenie należytego wykonania umowy

§ 5

1. Wykonawca wniósł zabezpieczenie należytego wykonania umowy w wysokości 5% wartości umowy, tj. zł. Zabezpieczenie zostało wniesione w formie..... W przypadku złożenia zabezpieczenia w postaci depozytu gotówkowego Wykonawca nie otrzymuje żadnych odsetek.
2. Zwolnienie (zwrot) zabezpieczenia nastąpi po zrealizowaniu umowy, po stwierdzeniu prawidłowego jej wykonania i dokonaniu jej rozliczenia, w terminie do 31 grudnia 2012 r. Zwolnienie zabezpieczenia nastąpi na pisemny wniosek Wykonawcy.
3. W trakcie umowy możliwa jest zmiana formy zabezpieczenia: z zabezpieczenia gotówkowego na gwarancję, z gwarancji na zabezpieczenie gotówkowe, a także z gwarancji na inną gwarancję. Kwota zabezpieczenia zmieniającego musi być równa kwocie zabezpieczenia zmienianego oraz termin ważności zabezpieczenia musi obejmować cały okres trwania umowy wraz z jej pełnym rozliczeniem, plus 90 dni na dochodzenie roszczeń w razie niewywiązania się Wykonawcy z postanowień umowy.

Kary umowne

§ 6

1. W przypadku niedotrzymania przez Wykonawcę któregokolwiek z terminów wskazanych w § 2 niniejszej umowy oraz w zaakceptowanym mediaplanie, Wykonawca zapłaci Agencji karę umowną w wysokości 5% całkowitej wartości umowy brutto, określonej w § 4 ust. 1, za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia
2. W przypadku niewykonania przedmiotu umowy w terminie 5 dni od upływu terminu wymienionego w § 2, Agencja może odstąpić od umowy bez wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania przedmiotu umowy. W tym wypadku Wykonawca zobowiązany będzie do zapłaty Agencji kary umownej w wysokości 30% całkowitej wartości umowy brutto określonej w § 4 ust. 1.
3. W przypadku nienależytego wykonania umowy lub odstąpienia od umowy przez Wykonawcę lub Agencję z przyczyn, za które odpowiedzialność ponosi Wykonawca, Wykonawca zapłaci Agencji karę umowną w wysokości 5 % całkowitej wartości brutto umowy określonej w § 4 ust. 1.
4. Agencja może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych w ust. 1, 2 i 3 kar umownych.

Prawa autorskie

§ 7

1. Wykonawca oświadcza, że będą mu przysługiwały autorskie prawa majątkowe i prawa pokrewne do spotu bez jakichkolwiek wad prawnych i roszczeń osób trzecich oraz prawo do korzystania i rozporządzania nimi i może udzielać zezwolenia na wykonywanie zależnych praw autorskich w zakresie określonym w niniejszej umowie. Wykonawca dołoży najwyższej staranności, aby w wyniku realizacji postanowień niniejszej umowy nie doszło do naruszenia dóbr osobistych, praw autorskich majątkowych i osobistych, praw zależnych, praw pokrewnych ani żadnych innych praw osób trzecich oraz praw do baz danych.
2. Wykonawca oświadcza, że ponosi odpowiedzialność za naruszenie dóbr osobistych, oraz innych praw osób trzecich, których prawo zostało naruszone przy opracowaniu lub wdrażaniu spotu radiowego przez Wykonawcę, chyba że materiały naruszające prawa osób trzecich zostały dostarczone przez Agencję. Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności za naruszenie praw osób trzecich w przypadku, gdy naruszenie nastąpiło w wyniku naruszenia przez Agencję zakresu praw nabytych przez Wykonawcę dla Agencji. Wykonawca oświadcza, że ponosi odpowiedzialność za zgodność treści przygotowanego spotu radiowego z prawem, chyba że zawartość tych materiałów została dostarczona przez Agencję.
3. Przejście na Agencję majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zezwalania na wykonywanie praw autorskich, o których mowa w niniejszej umowie oraz prawa własności do przedmiotu umowy następuję z chwilą podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego.
4. Wykonawca zobowiązuje się do przeniesienia na Agencję bez konieczności zapłaty dodatkowego wynagrodzenia, majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych do nieograniczonego w czasie korzystania i rozporządzania przedmiotem umowy, o którym mowa w § 1 umowy, w całości lub we fragmentach z możliwością ich przetwarzania z użyciem wszelkich środków technicznych zwielokrotniania i rozpowszechniania, do wydania na elektronicznych nośnikach informacji na terenie Rzeczypospolitej, Państw Unii Europejskiej i krajach trzecich, bez ograniczenia liczby egzemplarzy oraz liczby odtworzeń, wydań we wszystkich wersjach językowych na czas nieograniczony, na wszystkich znanych w dniu przeniesienia polach eksploatacji w tym w szczególności obejmują następujące pola eksploatacji:

- 4.1. utwalenie na jakimkolwiek nośniku audiowizualnym, a w szczególności na: nośnikach audio i video, taśmie światłoczułej, magnetycznej, dyskach komputerowych oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego DVD, VCD, CD- ROM;
 - 4.2. zwielokrotnianie utworu przy użyciu wszelkich technik dostępnych w chwili zawarcia niniejszej umowy (w tym techniki offsetowej, kserograficznej, cyfrowej, audiowizualnej) na nośnikach, o których mowa w pkt 4.1);
 - 4.3. publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie włącznie z miejscami dostępnymi za opłatą wstępu;
 - 4.4. prawo obrotu w kraju i za granicą;
 - 4.5. użyczenie, najem lub wymiana nośników, na których utwory utrwalono;
 - 4.6. nadawanie w całości lub w dowolnie wybranych fragmentach za pomocą wizji i/lub fonii przewodowej, bezprzewodowej jakąkolwiek techniką - niezależnie od systemu, standardu i formatu przez stację naziemną, nadawanie kablowe,
 - 4.7. nadawanie w całości lub w dowolnie wybranych fragmentach za pośrednictwem satelity;
 - 4.8. reemisja integralna i równoczesna przez inną organizację radiową;
 - 4.9. sporządzenie wersji obcojęzycznych;
 - 4.10. wprowadzenie do pamięci komputera i do sieci multimedialnej w nieograniczonej liczbie nadań i wielkości nakładów;
 - 4.11. wykorzystanie na stronach internetowych;
 - 4.12. wykorzystanie w filmach multimedialnych;
 - 4.13. wprowadzenie do obrotu przy użyciu Internetu i innych technik przekazu danych wykorzystujących sieci telekomunikacyjne, informatyczne i bezprzewodowe;
 - 4.14. wykorzystanie dowolnych fragmentów do celów promocyjnych;
 - 4.15. wykorzystanie w całości lub dowolnie wybranych fragmentów w serwisach interaktywnych, udostępnianym za pośrednictwem Internetu i innych technik przekazu danych, w tym sieci telekomunikacyjnych, informatycznych i bezprzewodowych;
 - 4.16. wprowadzanie zmian, skrótów;
 - 4.17. publiczne udostępnianie utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym w nieograniczonej liczbie nadań i wielkości nakładów.
5. Wykonawca zobowiązuje się przenieść na Agencję nieograniczone prawo do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich, do opracowań przedmiotu umowy we wszystkich wersjach językowych na wszystkich znanych w dniu przeniesienia polach eksploatacji określonych w § 7 ust. 4 niniejszej umowy.
 6. Wykonawca zobowiązuje się przenieść prawo do bazy danych (regulowanych ustawą z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych Dz. U. Nr 128, poz. 1402, z późn. zm.), jeżeli taka baza danych powstanie przy wykonywaniu przedmiotu umowy.
 7. Wykonawca powierza Agencji wykonywanie przysługujących mu osobistych praw autorskich do spotu radiowego, o którym mowa w § 1 niniejszej umowy, w szczególności Agencja uprawniona jest do:

- 7.1. dokonywania wszelkich zmian i przeróbek, w tym również do wykorzystywania spotu radiowego w części lub w całości oraz łączenia ich z innymi utworami, nadzoru nad sposobem korzystania z przedmiotu umowy,
 - 7.2. podejmowania decyzji o wykonywaniu prawa autorstwa, tj. do podejmowania decyzji o oznaczaniu materiałów informacyjnych i promocyjnych imieniem oraz nazwiskiem twórcy lub rozpowszechniania utworu anonimowo,
 - 7.3. do decydowania i pierwszym udostępnianiu spotu radiowego publiczności bez dodatkowego wynagrodzenia.
8. Wykonawca powierza Agencji wykonywanie przysługujących mu osobistych praw autorskich do spotu radiowego, o którym mowa w § 1 umowy, które nabył od osób autorsko uprawnionych, bez konieczności zapłaty dodatkowego wynagrodzenia, na wszystkich znanych w dniu przeniesienia polach eksploatacji.
 9. Wykonawca zobowiązuje się do niewykonywania wobec Agencji przysługujących mu osobistych praw autorskich. Agencja ma prawo zbyć nabyte prawa lub upoważnić osoby trzecie do korzystania z uzyskanych zezwoleń.
 10. Przejście autorskich praw majątkowych, powodują przeniesienie na Agencję prawa własności egzemplarza/y przedmiotu umowy.
 11. Wykonawca wraz z przeniesieniem majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych, sprzedaje Agencji elektroniczne nośniki informacji, na których został dostarczony przedmiot umowy.
 12. Strony ustalają, że Agencja może eksploatować i rozporządzać przedmiotem umowy w celach informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych realizowanych przez Agencję w trakcie różnorodnych przedsięwzięć, zgodnie z § 7 niniejszej umowy, w każdej formie i z użyciem wszelkich środków technicznych bez konieczności zapłaty Wykonawcy dodatkowego wynagrodzenia.

Postanowienia końcowe

§ 8

1. Do czasu zrealizowania w całości umowy przez Wykonawcę Agencja może odstąpić od umowy w razie wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy, w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o tych okolicznościach.
2. W przypadku odstąpienia od umowy określonym w ust. 1, Wykonawca może żądać jedynie wynagrodzenia za część umowy wykonaną do daty odstąpienia.

§ 9

Obie strony umowy zobowiązują się do wzajemnego informowania o zmianach adresu do korespondencji oraz do odbierania korespondencji pod wskazanymi adresami, pod rygorem uznania korespondencji za odebraną.

§ 10

Zmiany umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 11

W sprawach nieunormowanych umową będą miały zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

§ 12

Spory mogące wyniknąć między stronami w okresie obowiązywania niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Agencji.

§ 13

Załączniki nr 1 i 2 stanowią integralną część umowy.

§ 14

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

§ 15

Umowa wchodzi w życie z dniem podpisania.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załącznik nr 1

do umowy nr

z dnia

2012 r.



**WYTYCZNE
BEZPIECZEŃSTWA INFORMACJI
DLA KONTRAHENTÓW**

**(zbiór zasad regulujących działania kontrahentów, realizujących dostawy
lub świadczących usługi na rzecz ARR)**

Warszawa
kwiecień 2012

Zasady wynikające z Polityki Bezpieczeństwa Informacji

1. Polityka Bezpieczeństwa Informacji obowiązuje wszystkich kontrahentów, jednostki zewnętrzne i ich pracowników, o ile w trakcie realizacji umowy otrzymują dostęp do zasobów informacyjnych Agencji.
2. Naruszenie postanowień Polityki Bezpieczeństwa Informacji przez kontrahenta stanowi podstawę do odstąpienia przez Agencję od umowy i żądania pokrycia powstałej szkody lub zapłaty kary umownej, jeżeli taki obowiązek wynika z zawartej umowy.
3. Odpowiedzialność za bezpieczeństwo informacji Agencji obejmuje nie tylko siedzibę Agencji, ale także wszelkie sytuacje, w których informacje związane z działalnością Agencji są przetwarzane poza jej siedzibą. Obejmuje to w szczególności zdalny dostęp do sieci komputerowej Agencji.

Bezpieczeństwo fizyczne i środowiskowe

1. Powierzchnia biurowa zajmowana przez Agencję jest dzielona na:
 - a) strefy administracyjne,
 - b) strefy bezpieczeństwa.
2. Strefa administracyjna to powierzchnia będąca w użytkowaniu Agencji.
3. Na granicach strefy administracyjnej funkcjonuje elektroniczna kontrola dostępu
4. W Agencji wydzielono obszary dostaw i załadunku. Na granicach tych obszarów odbywa się kontrola ruchu osobowego i materiałowego.
5. Strefa bezpieczeństwa to wydzielona część strefy administracyjnej wyposażona w dodatkowe, niezależne systemy zabezpieczeń.
6. Wnoszenie i wnoszenie do i ze stref bezpieczeństwa elektronicznych nośników informacji może mieć miejsce tylko w przypadkach wynikających z procedur eksploatacji zainstalowanego tam sprzętu informatycznego i podlega rejestracji.
7. Zabronione jest wnoszenie do stref bezpieczeństwa urządzeń służących rejestracji dźwięku i obrazu.
8. Dopuszcza się przebywanie osób bez uprawnień dostępu do stref bezpieczeństwa tylko w wyjątkowych przypadkach, w określonym celu, w Centrali za zezwoleniem osób odpowiedzialnych za nadzór nad poszczególnymi strefami, w OT ARR dyrektora OT ARR. Przebywanie osób bez uprawnień do stref bezpieczeństwa możliwe jest wyłącznie pod nadzorem osoby posiadającej uprawnienia dostępu do danej strefy.
9. Pobyt osoby, która nie posiada uprawnień do przebywania w strefie bezpieczeństwa, musi zostać odnotowany.
10. Ciągi komunikacyjne obiektów są zaopatrzone w tabliczki informujące o kierunku ewakuacji i w miarę potrzeby wyposażone w oświetlenie awaryjne. Zgodnie

z przepisami prawa opracowane są instrukcje przeciwpożarowe.

Naruszenie bezpieczeństwa informacji

Pracownicy, wykonawcy i użytkownicy reprezentujący stronę trzecią korzystający z systemów informacyjnych i usług są zobowiązani do zgłaszania zaobserwowanych lub podejrzanych słabości bezpieczeństwa w systemach lub usługach do pracownika ARR nadzorującego ich działania.

Za naruszenie bezpieczeństwa informacji uważa się, w szczególności:

- 1) naruszenie lub próby naruszenia integralności systemu przeznaczonego do przetwarzania informacji;
- 2) naruszenie lub próby naruszenia integralności informacji w systemie przetwarzania - wszelkie modyfikacje (dodanie, zmiana, usunięcie), zniszczenie lub próby ich dokonania przez osoby nieupoważnione lub upoważnione działające w złej wierze lub jako błąd osoby uprawnionej (np. zmiana zawartości danych, utrata całości lub części danych);
- 3) naruszenie poufności poprzez celowe lub nieświadome przekazanie informacji osobie nieuprawnionej do ich otrzymania;
- 4) naruszenie ochrony informacji w systemie (np. nieautoryzowane logowanie do systemu lub inny objaw wskazujący na próbę lub działanie związane z nielegalnym dostępem do systemu z zewnątrz);
- 5) nieuprawniony dostęp lub próba dostępu do systemu przetwarzania informacji (np. nieuprawniona praca na koncie użytkownika czy istnienie nieautoryzowanych kont dostępu do informacji, pojawienie się nowych lub nie zablokowanie czy usunięcie starych kont dostępu);
- 6) umożliwienie dostępu do informacji osobie nieuprawnionej; np.: pozostawienie kopii danych (w drukarce, ksero, na stole), nie zablokowanie dostępu do systemu (podczas nieobecności osoby uprawnionej), brak nadzoru nad serwisantami i innymi osobami nieuprawnionymi przebywającymi w pomieszczeniach gdzie przetwarza się informacje;
- 7) nieuprawniony dostęp lub próba dostępu do pomieszczeń, gdzie przetwarza się informacje;
- 8) ujawnienie indywidualnych haseł dostępu użytkowników do systemu przetwarzającego informacje;
- 9) wykonanie nieuprawnionych kopii informacji - wydruki, kopie na dyskietkach itp.;
- 10) zmianę lub usunięcie informacji zapisanych na kopiach bezpieczeństwa lub kopiach archiwalnych;
- 11) zamierzona lub nie zamierzona utrata poufności danych poprzez utratę: sprzętu mobilnego, klucza do podpisu elektronicznego, kopii bezpieczeństwa, nośnika danych lub innego składnika systemu informacyjnego ARR (w tym na skutek kradzieży);
- 12) brak nośnika zawierającego informacje - kradzież lub zaginięcie wydruku, kopii bezpieczeństwa, dyskietki czy dysku.

- 13) niewłaściwe niszczenie nośników informacji pozwalające na ich odczyt - wyrzucanie na śmietnik niezniszczonych nośników (np.: wydruk, dyskietka);
- 14) inne sytuacje, które wskazują lub potwierdzają naruszenie bezpieczeństwa informacji w Agencji.

Protokół zdawczo-odbiorczy

<i>Strona przekazująca</i>	<i>Strona odbierająca</i>
<p>Nazwa:</p> <p>Adres:</p> <p>Tel.</p> <p>Fax</p> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;"><i>Pieczęć firmy</i></p>	<p>Nazwa: Agencja Rynku Rolnego</p> <p>Adres: ul. Nowy Świat 6/12 00-400 Warszawa</p> <p>Tel. 0 22 661-79-61</p> <p>Fax. 0 22 661-79-62</p> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;"><i>Pieczęć firmy</i></p>

Spisany w dniu roku w Warszawie, pomiędzy: **Agencją Rynku Rolnego** reprezentowaną przez:

1.
 2.
- a

..... - reprezentowanym przez:

1.
2.

Wykaz zobowiązań na podstawie umowy nr zawartej w dniu r.

Lp.	Strona przekazująca zobowiązała się do:	Uwagi

Wykonanie umowy nr przyjęto bez uwag/ z uwagami.

Przekazujący

Odbierający