

U M O W A Nr

zawarta w dniu 2015 roku pomiędzy Miastem Piotrków Trybunalski Pasaż Karola Rudowskiego 10, reprezentowanym przez, zwanym dalej “Zamawiającym”,

a

.....
zwanym dalej “Wykonawcą”.

§ 1.

Zamawiający zleca a Wykonawca przyjmuje do wykonania opracowanie **Strategii Promocji Miasta Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2016-2020** zwanego dalej przedmiotem umowy.

§ 2.

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii promocji marki oraz identyfikacji wizualnej Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2016 – 2020, której głównym celem jest:

- budowa silnej, prestiżowej marki Piotrkowa Trybunalskiego,
- efektywna poprawa konkurencyjności oferty promocyjnej,
- wytworzenie u mieszkańców silnego poczucia identyfikacji z nowym wizerunkiem Piotrkowa Trybunalskiego,
- powstanie długookresowych wytycznych strategicznych dla marki Piotrków Trybunalski wraz z planem wdrożenia tych wytycznych.

2. Przedmiot zamówienia obejmuje następujące etapy:

- Analiza sytuacji. Wykonawca w tym etapie uwzględni strategiczne dokumenty dotyczące rozwoju i promocji Polski, województwa łódzkiego, Piotrkowa Trybunalskiego oraz inne ogólnodostępne badania społeczne. Stanowiąc go będą niżej wypunktowane zadania:
 - a. przeprowadzenie analizy innych dostępnych materiałów źródłowych dotyczących obecnego wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego (prasa lokalna, regionalna i ponadregionalna, materiały dostępne w Internecie, ulotki, broszury, foldery, prezentacje multimedialne, filmy, publikacje książkowe)
 - b. przeprowadzenie badania rynku pod kątem społecznym, gospodarczym i turystycznym;
 - c. zidentyfikowanie mocnych i słabych stron Piotrkowa Trybunalskiego, określenie szans i zagrożeń;
 - d. określenie głównych czynników konkurencyjności;
 - e. dokonanie pozycjonowania Piotrkowa Trybunalskiego na tle innych porównywalnych wielkością i potencjałem miast Polski.
 - f. określenie grup docelowych, wśród których realizowany będzie proces badawczy;
 - g. zidentyfikowanie i przeanalizowanie obecnego wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego w zidentyfikowanych grupach docelowych;
 - h. przeprowadzenie badań ilościowych i jakościowych pożądanego wizerunku w zidentyfikowanych grupach docelowych;
 - i. przeprowadzenie konsultacji materiału wypracowanego podczas etapu badań i analiz w środowiskach opiniotwórczych (należy w nich uwzględnić m.in. przedstawicieli środowisk naukowych, społecznych, samorządowych, organizacje pozarządowe oraz świata polityki i biznesu);
 - j. przygotowanie raportu prezentującego wnioski wynikające z przeprowadzonego procesu badawczego i stanowiące podstawowy materiał, w oparciu o który opracowana zostanie strategia promocji Piotrkowa Trybunalskiego.

- Określenie misji, wizji, wskazanie głównych kierunków działań Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2016-2020 (cele strategiczne i operacyjne).

- Opracowanie strategii marki:

- a. obietnica marki,
- b. struktura marki (proponowane submarki),
- c. kluczowe elementy marki (wartości, pozycjonowanie, osobowość - cechy wizerunkowe i atrybuty oraz archetyp marki, unikalny styl marki),

- Opracowanie logotypu wraz z podstawową księgą znaku (opis znaczenia logotypu, opis budowy, kolorystyka, pole ochronne, wersje mono i achromatyczne, typografia, zalecane odmiany i wielkości logotypu) oraz przykładami

i zasadami zastosowania.

- Opracowanie programu komunikacji:

- a. stworzenie spójnej strategii marki i zarządzania marką od 2016 do 2020 roku z harmonogramem działań uwzględniającym działalność instytucji i jednostek miejskich oraz piotrkowskich jednostek podległych samorządowi
- b. wskazanie skutecznych sposobów jej realizacji;
- c. propozycje komunikatów werbalnych w zależności od określonych rynków i grup docelowych;
- d. propozycje narzędzi marketingowych i public relations oraz najbardziej efektywnych nośników komunikacji.

- Opracowanie systemu monitoringu i wdrażania strategii:

- a. oceny efektów oraz wskazanie wskaźników temu służących;
- b. określenie nakładów na wdrożenie poszczególnych elementów strategii i możliwych źródeł finansowania.

3. Termin wykonania przedmiotu zamówienia ustala się na 10 grudnia 2015 roku.

§ 3.

1. Zamawiający zobowiązuje się do uiszczenia na rzecz Wykonawcy wynagrodzenia, za wykonanie przedmiotu umowy, w kwocie zł brutto (słownie: złotych 00/100).
2. Należność zostanie uregulowana przelewem, w terminie 7 dni, po stwierdzeniu wykonania przedmiotu umowy i otrzymaniu od Wykonawcy prawidłowo wystawionej faktury VAT. Faktura będzie wystawiona po zrealizowaniu przedmiotu umowy, na:
Miasto Piotrków Trybunalski
97-300 Piotrków Trybunalski
Pasaż Karola Rudowskiego 10
Nr NIP 771-27-98-771

§ 4.

Wszelkie zmiany treści niniejszej umowy wymagają formy pisemnego aneksu do umowy, pod rygorem nieważności.

§ 5.

1. W przypadku niedotrzymania warunków umowy przez Wykonawcę, zwróci on Zamawiającemu rzeczywiste i udokumentowane koszty poniesione bezpośrednio na wykonanie przedmiotu zamówienia.
2. Odstąpienie od umowy przez Zamawiającego spowoduje wypłatę kary umownej w wysokości 10% wynagrodzenia, o którym mowa w § 2 ust. 1 umowy, na rzecz Wykonawcy.
3. W razie odstąpienia od umowy przez Wykonawcę wypłaci on Zamawiającemu 10% wynagrodzenia, o którym mowa w § 2 ust. 1 umowy.
4. Strony zastrzegają sobie prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego przewyższającego wysokość zastrzeżonych kar umownych.
5. Należne kary umowne mogą zostać potrącone z wynagrodzenia przysługującego Wykonawcy.

§ 6.

Spory wynikłe na tle wykonania niniejszej umowy strony zobowiązują się rozstrzygać polubownie.

§ 7.

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową, będą miały zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 8.

Umowa została sporządzona w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z tego dwa dla Zamawiającego i jeden dla Wykonawcy.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

.....

.....

Wnoszę/ Nie wnoszę uwag do projektu umowy