

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Zamawiającym jest:

Galeria Arsenał w Białymstoku
15-222 Białystok, ul. Adama Mickiewicza 2
tel. (+48 85) 744 76 42 faks (+48 85) 742 85 60
www.galeria-arsenal.pl

Podstawa prawna:

Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759) oraz aktów wykonawczych wydanych na jej podstawie. Wartość zamówienia nie przekracza kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759) w odniesieniu do usług i dostaw, tj. 196.000 euro.

Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie oraz realizacja wizerunkowej kampanii reklamowej i public relations wystawy „Podróż na Wschód” realizowanej przez Galerię Arsenał we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011 r. Nr ref. 4/ZP/2011.

Termin wystawy: 5 sierpnia – 30 września 2011 r.

Miejsce: Białystok (Galeria Arsenał, stara elektrownia, przestrzeń miejska).

Przygotowanie i realizacja kampanii musi być realizowane na podstawie briefu reklamowego i public relations, stanowiącego Załącznik nr 1 do SIWZ.

Zatwierdziła
Dyrektor Galerii Arsenał w Białymstoku
Monika Szewczyk

Białystok, dnia 11 maja 2011 r.
podpis Zamawiającego

I. Informacje ogólne.

1. Galeria Arsenał w Białymstoku zaprasza do składania ofert w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego.

2. Postępowanie prowadzone jest na podstawie Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych, przepisów wykonawczych wydanych na jej podstawie oraz niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. W sprawach nieuregulowanych ww. zastosowanie mają przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny.

3. Użyte w Specyfikacji terminy mają następujące znaczenie:

3.1. Zamawiający - Galeria Arsenał w Białymstoku

3.2. postępowanie – postępowanie prowadzone przez Zamawiającego na podstawie niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia;

3.3. SIWZ – niniejsza Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia;

3.4. Ustawa lub uPzp - Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych;

3.5. Zamówienie – należy przez to rozumieć zamówienie publiczne, którego przedmiot został opisany

w pkt. II;

3.6. Wykonawca – osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, która ubiega się o udzielenie zamówienia, złoży ofertę lub zawrze z Zamawiającym umowę w sprawie niniejszego zamówienia;

4. Dane Zamawiającego:

4.1. Rejestr Instytucji Kultury Miasta Białystok – RIK 05/94;

4.2. numer identyfikacyjny NIP 542-19-66-151;

4.3. Regon 000671154;

4.4. dokładny adres do korespondencji: Galeria Arsenał, ul. A. Mickiewicza 2, 15-222 Białystok, z dopiskiem – „Zamówienia publiczne, numer referencyjny 4/ZP/2011”;

4.5. telefon do kontaktu w sprawie zamówienia: +48 85 744 76 42;

4.6. faks do korespondencji w sprawie zamówienia: +48 85 742 85 60;

4.7. e-mail do korespondencji w sprawie zamówienia: j.dolecka@galeria-arsenal.pl;

4.8. strona internetowa, gdzie można pobrać SIWZ: www.galeria-arsenal.pl

4.9. konto bankowe PEKAO SA: 40 1240 5211 1111 0010 3558 3805

II. Opis przedmiotu zamówienia.

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie oraz realizacja wizerunkowej kampanii reklamowej i public relations wystawy „Podróż na Wschód” realizowanej przez Galerię Arsenał we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011 r.

2. Otwarcie wystawy odbędzie się 5 sierpnia. Wystawa będzie dostępna do 30 września 2011 r.

3. Miejsce wystawy: Białystok (Galeria Arsenał, stara elektrownia, przestrzeń miejska).

4. Zadania dla Wykonawcy dotyczące kampanii reklamowej:

4.1. Kreacja ogólnej koncepcji kampanii reklamowej.

4.2. Przygotowanie pełnej dokumentacji kampanii, w tym:

- opracowanie wizualizacji i kompletnych projektów graficznych z podziałem na nośniki i kanały komunikacji (plakaty, ulotki, billboardy, itd.) – z uwzględnieniem wszystkich wskazówek z briefu
 - stworzenie i uwzględnienie w projektach graficznych tekstów reklamowych.
- Opracowanie media planu, zakup oraz produkcja reklam (drukowanych i internetowych).

4.3. Bezpośrednia realizacja kampanii, w tym:

- świadczenie usług produkcji materiałów reklamowych według specyfikacji dla poszczególnych mediów/nośników,
- koordynacja w zakresie realizacji mediaplanu, w tym terminowe dostarczanie materiałów do emisji oraz bieżące kontrolowanie realizacji kampanii,
- obsługa w zakresie przeformatowywania i edycji layoutów przygotowanych w ramach kampanii pod kątem bieżących potrzeb zamawiającego,
- dystrybucja materiałów reklamowych.

4.4. Przedstawienie szczegółowego kosztorysu.

4.5. Przedstawienie pełnego raportu podsumowującego kampanię do 30.10.2011 r., obejmującego:

- pełny opis wykonywanych w ramach kampanii działań wraz z harmonogramem ich realizacji,
- sprawozdanie z wykonania mediaplanu, wraz z wycinkami i potwierdzeniem emisji w mediach,
- dokumentację graficzną kampanii, uwzględniającą wszystkie wykorzystane w jej ramach materiały reklamowe.

5. Zadania dla Wykonawcy dotyczące kampanii public relations (PR):

5.1. Kreacja ogólnej koncepcji kampanii PR.

5.2. Wybór dziennikarzy i wydawców z mediów lokalnych oraz ogólnopolskich, zintensyfikowanie bezpośredniej współpracy z nimi, opracowanie listy teleadresowej.

5.3. Opracowanie i druk kompletnych materiałów prasowych; wysyłka materiałów do dziennikarzy i wydawców w wersjach papierowych i elektronicznych.

5.4. Utrzymywanie stałego kontaktu z mediami oraz pośredniczenie w kontakcie pomiędzy Galerią a mediami (umawianie wywiadów, spotkań).

5.5. Organizacja 2 konferencji prasowych (wstępna: 05.07.2011 i główna: 05.08.2011).

5.6. Dokumentacja fotograficzna i video wernisażu oraz panelu.

5.7. Przygotowanie prezentacji multimedialnej wystawy na Europejski Kongres Kultury, który będzie miał miejsce we Wrocławiu, w dniach 8-11 września 2011 r.

5.8. Przedstawienie pełnego raportu podsumowującego działania PR do 30.10.2011, obejmującego:

- pełny opis wykonywanych działań wraz z harmonogramem ich realizacji,
- dokumentację działań (wycinki prasowe, internetowe, itp.)

6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rozstrzygających decyzji w kwestii kreacji kampanii, możliwość wpływania na koncepcje kreatywne.

7. Budżet kampanii: 170 000 zł brutto.

8. Zamawiający przewiduje udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt. 6 ustawy, stanowiących nie więcej niż 20% wartości zamówienia podstawowego.
10. Numer CPV dotyczący przedmiotu zamówienia: 79341000-6 (usługi reklamowe); 79416000-3 (usługi public relations)
11. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.
12. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
13. Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.
14. Zamawiający nie ogranicza udziału podwykonawców w realizacji przedmiotu zamówienia.

III. Termin wykonania zamówienia.

1. Czas trwania kampanii reklamowej powinien wynosić co najmniej 4 tygodnie. Kampania reklamowa powinna rozpocząć się przed otwarciem wystawy.
2. Czas trwania kampanii public relations powinien wynosić co najmniej 2 miesiące. Kampania public relations powinna się rozpocząć co najmniej 1 miesiąc przed otwarciem wystawy.

IV. Warunki udziału w postępowaniu oraz sposób oceny spełniania tych warunków.

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki określone w art. 22 ust. 1 pkt 1-4 ustawy, dotyczące:
 - 1.1. posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania;
 - 1.2. posiadania niezbędnej wiedzy i doświadczenia,
 - 1.3. dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
 - 1.4. sytuacji ekonomicznej i finansowej.Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonywania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączącego go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji jest zobowiązany udowodnić Zamawiającemu, że będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu zamówienia.

V. Wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu.

1. W celu wykazania spełnienia warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 uPzp, Wykonawca zobowiązany jest do złożenia wraz z ofertą następujących dokumentów i oświadczeń:
 - 1.1. oświadczenia o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu (Załącznik nr 2 do SIWZ);

1.2. pisemnego zobowiązania innych podmiotów do oddania Wykonawcy do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia (jeżeli dotyczy);

2. W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia Wykonawcy w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1 uPzp Zamawiający wymaga załączenia do oferty:

2.1. oświadczenia o braku podstaw do wykluczenia (Załącznik nr 3 do SIWZ);

2.2. dokumentów potwierdzających brak podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia, o których mowa w art. 24 ust. 1 uPzp, składa każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie;

2.3. aktualnego odpisu z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;

2.4. dokumentów potwierdzających posiadanie uprawnień/pełnomocnictw osób składających ofertę, o ile nie wynika to z przedstawionych dokumentów rejestrowych.

3. Wykonawcy, mający siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej,

zobowiązani są złożyć wymagane przez Zamawiającego dokumenty zgodnie z §4 Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2009 roku w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane (Dz. U. z 2009 roku, Nr 226 poz. 1817), tj. zamiast dokumentu o którym mowa w pkt. 2.2. dokument wystawiony w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzający że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

VI. Ponadto dokumentami wymaganymi przez Zamawiającego są:

1. Wypełniony i podpisany Formularz Oferty (Załącznik nr 4 do SIWZ), zawierający następujące informacje lub dołączone do Formularza Oferty w formie załączników opracowanych samodzielnie przez Wykonawcę:

1.1. Opis założeń kampanii reklamowej, w tym koncepcji kreatywnej.

1.2. Opracowanie koncepcji systemu identyfikacji wizualnej (layoutu – motywu graficznego wraz z tekstami reklamowymi) z uwzględnieniem wszystkich wskazówek wykonawczych oraz proponowanych kanałów komunikacji.

1.3. Opracowanie propozycji reklam wraz z mediaplanem (z uwzględnieniem mediów związanych z kulturą i sztuką współczesną) z uzasadnieniem wyboru poszczególnych mediów.

1.4. Opis ogólnej koncepcji kampanii PR wraz z listą proponowanych mediów i sposobów współpracy

1.5. Szczegółowego budżet kampanii reklamowej i PR.

1.6. Harmonogram realizacji kampanii reklamowej i PR.

2. Wykaz dotychczasowych działań reklamowych/PR świadczonych w zakresie wydarzeń kulturalnych (festiwale, wystawy, koncerty, itp.) w okresie ostatnich 3 lat, zawierający następujące informacje: datę wydarzenia, miejsce wydarzenia, nazwę wydarzenia, organizatora/zleceniodawcę, budżet, rodzaj świadczeń (Załącznik nr 5 do SIWZ).

3. Dokumenty potwierdzające posiadanie uprawnień/pełnomocnictw osób składających ofertę, o ile nie wynika to z przedstawionych dokumentów rejestrowych.

VII. Sposób porozumiewania się zamawiającego z wykonawcami, a także wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z wykonawcami.

1. W niniejszym postępowaniu oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Zamawiający oraz Wykonawcy przekazują w formie pisemnej. Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się drogą elektroniczną.

2. W przypadku oświadczeń, wniosków, zawiadomień lub informacji przekazywanych za pomocą faksu każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania. Dokumenty przekazane za pomocą faksu uważa się za złożone w terminie, jeżeli ich treść dotarła do adresata przed upływem terminu i została niezwłocznie potwierdzona pisemnie.

3. Wykonawca może zwracać się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ, kierując swoje zapytania na piśmie, także drogą elektroniczną.

3.1. Zapytania mogą być składane drogą elektroniczną pod adresem wskazanym w pkt. I lub faksem pod numer wskazany w pkt. I, pod warunkiem niezwłocznego potwierdzenia treści zapytania na piśmie.

3.2. Wyjaśnienia dotyczące SIWZ udzielane będą tą samą drogą niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

3.3. Jeśli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynie po upływie terminu składania wniosku, o którym

mowa w pkt. 3.2 lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień lub

pozostawić wniosek bez rozpoznania.

3.4. Treść wyjaśnień zostanie przekazana jednocześnie wszystkim Wykonawcom, którym doręczono

SIWZ bez wskazania źródła zapytania oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego.

4. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu do składania ofert zmienić treść SIWZ. W przypadku wprowadzenia takiej zmiany, informacja o tym zostanie niezwłocznie przekazana wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego. Zmiana ta będzie wiążąca dla wszystkich Wykonawców.

VIII. Wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z Wykonawcami.

Osobą uprawnionymi do bezpośredniego kontaktu z wykonawcami w dniach roboczych (od poniedziałku do piątku) w godzinach od 10.00 do 14.00 jest Joanna Dolecka tel. +48 85 744 76 42.

IX. Wymagania dotyczące wadium.

Zamawiający nie wymaga wniesienia wadium w przedmiotowym postępowaniu.

X. Termin związania ofertą.

1. Wykonawca związany jest złożoną ofertą przez okres 30 dni.

2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XI. Opis sposobu przygotowania ofert.

1. Wykonawcy zobowiązani są zapoznać się dokładnie z informacjami zawartymi w SIWZ i przygotować ofertę zgodnie z wymaganiami określonymi w tym dokumencie.
2. Wykonawcy ponoszą wszelkie koszty własne związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, niezależnie od wyniku postępowania. Zamawiający w żadnym przypadku 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, z zastrzeżeniem art. 93 ust. 4 uPzp.
3. Oferta powinna być sporządzona w języku polskim, na maszynie do pisania, komputerze lub inną trwałą, czytelną techniką, z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności. Dokumenty sporządzone w języku obcym powinny zostać złożone wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę.
4. Wszystkie kartki oferty powinny być trwale spięte, w sposób uniemożliwiający ich przypadkowe zdekompletowanie.
5. Wszystkie zapisane strony oferty powinny być ponumerowane oraz zparafowane lub podpisane przez osobę (osoby) uprawnioną do występowania w imieniu Wykonawcy (dalej „Osoby Uprawnione”). Ewentualne poprawki w tekście oferty muszą być naniesione w czytelny sposób i parafowane przez Osoby Uprawnione.
7. Oferta oraz wszelkie oświadczenia i zaświadczenia dołączone do niej są jawne i podlegają udostępnieniu od chwili ich otwarcia, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a Wykonawca składając ofertę zastrzegł w odniesieniu do tych informacji, że nie mogą one być udostępnione innym uczestnikom postępowania. Informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa Wykonawcy powinny zostać zabezpieczone oraz przekazane w taki sposób, by Zamawiający mógł z łatwością określić zakres informacji objętych tajemnicą.
8. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub złożenie ofert wariantowych / alternatywnych spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez Wykonawcę.
10. Wykonawca winien zamieścić ofertę wraz ze wszystkimi załącznikami w trwale zamkniętej kopercie opatrzonej danymi Wykonawcy (np. pieczętka nagłówkowa) oraz napisem: **„Oferta – kampania promocyjna, nr ref. 4/ZP/2011”**.
11. Wykonawca może wprowadzić zmiany w złożonej ofercie lub ją wycofać, pod warunkiem, że uczyni to przed upływem terminu składania ofert. Zarówno zmiana jak i wycofanie oferty wymagają zachowania formy pisemnej. Na kopercie należy dodatkowo umieścić zastrzeżenie: „Zmiana/ Wycofanie oferty – kampania promocyjna, nr ref. 4/ZP / 2011”.

XII. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert.

1. Oferty należy składać w siedzibie zamawiającego w Białymstoku przy ul. Mickiewicza 2, w pokoju nr 303.
2. Termin składania ofert upływa w dniu 26 maja 2011 r. o godz. 10.00.
3. Oferty złożone po wyznaczonym terminie, zostaną zwrócone bez ich otwierania.
4. Oferty zostaną otwarte w dniu 26 maja 2011 r. o godz. 10.00 w sali nr 303.
5. Podczas otwierania ofert Zamawiający będzie odczytywał kolejno nazwę i siedzibę Wykonawcy, którego oferta jest otwierana oraz cenę podaną w ofercie.

6. Informacje ogłoszone w trakcie publicznego otwarcia ofert, zostaną udostępnione nieobecny wykonawcom na ich wniosek.

XIII. Opis sposobu obliczenia ceny.

1. Wszystkie rozliczenia między stronami będą prowadzone w złotych polskich (PLN).
2. Cena podana w ofercie musi uwzględniać wszystkie koszty realizacji przyszłej umowy.
3. Cena brutto za całość zamówienia e formularzu ofertowym musi wynikać z następującego wyliczenia:

$C=A + (A \times B)$, gdzie:

A stanowi wartość netto, B jest 23% stawką podatku VAT, C jest cena brutto.

4. Ceny jednostkowe i wyliczone wartości netto i brutto należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

XIV. Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert.

1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które zostaną uznane za ważne w sensie podmiotowym i przedmiotowym oraz nie będą podlegać odrzuceniu przez Zamawiającego na podstawie właściwych przepisów uPzp.

2. Przy wyborze oferty Zamawiający będzie się kierował następującymi kryteriami:

2.1. Cena – 40% (maksymalnie 40 punktów)

Zamawiający przyporządkuje najkorzystniejszej, czyli najniższej cenie, maksymalną liczbę punktów,

tj. 100. Każdej następnej ofercie, Zamawiający przyporządkuje liczbę punktów proporcjonalnie mniejszą, stosując wzór:

$C = \frac{\text{cena najniższa}}{\text{cena badanej oferty}} \times 40 = \dots \text{ punktów}$

Liczba punktów zostanie wyliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

2.2. Ocena kreacji i ogólnej koncepcji kampanii – 30% (maksymalnie 30 punktów)

Kryterium oceny kreacji i ogólnej koncepcji kampanii – maksymalna liczba punktów, którą może uzyskać oferta wynosi 30 punktów, przy czym ocenie poddane zostaną następujące parametry:

2.2.1. koncepcja kampanii:

- adekwatność koncepcji kreatywnej do idei wystawy (0-7 punktów)
- zauważalność i siła oddziaływania przekazu (0- 3 punkty)
- czytelność i spójność komunikatu (0- 2 punkty)

2.2.2. dostosowanie zaproponowanych rozwiązań do postawionych przed kampanią celów komunikacyjnych i strategicznych oraz pod kątem dotarcia do grup docelowych (0- 6 punktów)

2.2.3. layout reklamowy:

- poziom artystyczny (0- 5 punktów)
- jakość zastosowanych rozwiązań graficznych (0- 3 punktów)
- jakość i poprawność tekstów reklamowych (0- 3 punkty)
- dopasowanie layoutów do specyfiki i charakteru poszczególnych nośników (0-1 punktów)

2.3. Ocena planu kampanii public relations - 20% (maksymalnie 20 punktów)

Kryterium oceny planu kampanii public relations – maksymalna liczba punktów, którą może uzyskać oferta wynosi 20 punktów, przy czym ocenie poddane zostaną następujące parametry:

- 2.3.1. intensywność kampanii (maksymalizacja efektywnego zasięgu) wraz z analizą parametrów dotarcia (0-10 punktów)
- 2.3.2. jakość zaproponowanych kanałów dotarcia (0-8 punktów)
- 2.3.3. harmonogram kampanii (0-2 punkty)

2.4. Ocena elementów dodatkowych- 10% (maksymalnie 10 punktów)

Kryterium oceny elementów dodatkowych – maksymalna liczba punktów, którą może uzyskać oferta wynosi 10 punktów, przy czym ocenie poddane zostaną następujące parametry:

- 2.4.1. dotychczasowe doświadczenia w prowadzeniu kampanii promocyjnej wydarzeń kulturalnych w okresie ostatnich 3 lat (0-3 punkty)
- 2.4.2. ocena strategii podziału budżetu (0-7 punktów).

3. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiada wszystkim wymaganiom określonym w ustawie oraz niniejszym SIWZ i która uzyskała największą liczbę punktów przyznanych w oparciu o wyżej wymienione kryteria.

4. Wyjaśnienia treści ofert i poprawianie omyłek – w toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert. Zamawiający poprawi oczywiste omyłki pisarskie, oczywiste omyłki rachunkowe oraz inne omyłki nie powodujące istotnych zmian w treści oferty, zgodnie z art. 87 uPzp.

5. Sposób oceny zgodności oferty z treścią niniejszej SIWZ – ocena zgodności oferty z treścią SIWZ

przeprowadzona zostanie wyłącznie na podstawie analizy dokumentów lub oświadczeń, jakie Wykonawca załączy w swej ofercie, z zastrzeżeniem art. 26 ust 3 uPzp.

6. Sprawdzanie wiarygodności ofert.

6.1. Zamawiający zastrzega sobie prawo sprawdzania w toku oceny oferty wiarygodności przedstawionych przez Wykonawców dokumentów, oświadczeń, z zachowaniem zasady równego

traktowania Wykonawców.

6.2. Oferta zostanie odrzucona, jeśli w trakcie jej sprawdzania Zamawiający stwierdzi, że jej złożenie

stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

6.3. Przedstawienie przez Wykonawcę informacji nieprawdziwych mających wpływ na wynik postępowania o udzielenie niniejszego zamówienia skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z

prowadzonego postępowania, niezależnie od innych skutków przewidzianych prawem.

XV. Informacja o formalnościach, jakie powinny być dopełnione przy wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.

1. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadamia Wykonawców, którzy złożyli oferty o:

1.1. wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę), albo imię i nazwisko, siedzibę albo adres zamieszkania i adres wykonawcy, którego ofertę wybrano, uzasadnienie jej wyboru oraz nazwy

(firmy), albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy wykonawców, którzy

złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację;

1.2. wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, podając uzasadnienie faktyczne i prawne;

1.3. wykonawcach, którzy zostali wykluczeni z postępowania o udzielenie zamówienia, podając

uzasadnienie faktyczne i prawne;

1.4. terminie, określonym zgodnie z art. 94 ust. 1 lub 2, po którego upływie umowa w sprawie zamówienia publicznego może być zawarta.

2. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty zamawiający zamieści informacje, o których mowa w pkt 1.1., na stronie internetowej oraz w miejscu publicznie dostępnym w swojej siedzibie.

XVI. Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

Zamawiający przed zawarciem umowy dopuszcza możliwość żądania umowy regulującej współpracę Wykonawców występujących wspólnie.

XVII. Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, ogólne warunki umowy albo wzór umowy, jeżeli Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby zawarł z nim umowę w sprawie zamówienia publicznego na takich warunkach.

1. Umowa w sprawie niniejszego zamówienia zostanie zawarta według wzoru stanowiącego Załącznik nr 6 do SIWZ.

2. Umowa jest jawna i będzie podlegać udostępnieniu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej.

3. Zakres świadczenia Wykonawcy wynikający z umowy jest tożsamy z jego zobowiązaniem zawartym w ofercie.

4. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy.

5. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego lub nie wnosi wymaganego zabezpieczenia należytego wykonania umowy, zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny, chyba że zachodzą przesłanki unieważnienia postępowania, o których mowa w art. 93 ust. 1 uPzp.

XVIII. Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia.

1. Środki ochrony prawnej przysługują wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów uPzp, na zasadach określonych w Dziale VI uPzp.

2. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SIWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 uPzp.

3. Odwołanie:

3.1. przysługuje w przedmiotowym postępowaniu wyłącznie od niezgodnej z przepisami ustawy

czynności zamawiającego podjętej w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub zaniechania czynności, do której zamawiający jest zobowiązany na podstawie ustawy, wyłącznie wobec czynności:

3.1.1. opisu sposobu dokonywania oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu;

3.1.2. wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia;

3.1.3. odrzucenia oferty odwołującego.

3.2. powinno wskazywać czynność lub zaniechanie czynności zamawiającego, której zarzuca się

niezgodność z przepisami ustawy, zawierać zwięzłe przedstawienie zarzutów, określać żądanie oraz

wskazywać okoliczności faktyczne i prawne uzasadniające wniesienie odwołania.

3.3. wnosi się do Prezesa Izby w formie pisemnej albo elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

3.4. kopię odwołania Odwołujący przesyła zamawiającemu przed upływem terminu do wniesienia

odwołania w taki sposób, aby mógł on zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu.

Domniemywa się, iż zamawiający mógł zapoznać się z treścią odwołania przed upływem terminu

do jego wniesienia, jeżeli przesłanie jego kopii nastąpiło przed upływem terminu do jego wniesienia za pomocą jednego ze sposobów określonych w art. 27 ust. 2

4. Wykonawca może w terminie przewidzianym do wniesienia odwołania poinformować zamawiającego o niezgodnej z przepisami uPzp czynności podjętej przez niego lub zaniechaniu czynności, do której jest on zobowiązany na podstawie uPzp, na które nie przysługuje odwołanie na podstawie art. 180 ust. 2 uPzp

4.1. w przypadku uznania zasadności przekazanej informacji zamawiający powtarza czynność albo

dokonuje czynności zaniechanej, informując o tym wykonawców w sposób przewidziany w ustawie

dla tej czynności;

4.2. na czynności, o których mowa w pkt. 4.1, nie przysługuje odwołanie, z zastrzeżeniem art. 180 ust.

2 uPzp.

5. Odwołanie wnosi się:

5.1. w terminie 5 dni od dnia przesłania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę

jego wniesienia – jeżeli zostały przesłane w sposób określony w art. 27 ust. 2, albo w terminie 10

dni – jeżeli zostały przesłane w inny sposób

5.2. w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych lub SIWZ na stronie internetowej wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, a także wobec postanowień SIWZ

5.3. w terminie 5 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia wobec czynności

innych niż określone w pkt. 5.1 oraz 5.2

6. Jeżeli zamawiający mimo obowiązku nie przesłał Wykonawcy zawiadomienia o wyborze oferty

najkorzystniejszej, odwołanie wnosi się nie później niż w terminie:

- 6.1. 15 dni od dnia zamieszczenia w Biuletynie Zamówień Publicznych ogłoszenia o udzieleniu zamówienia;
- 6.2. 1 miesiąca od dnia zawarcia umowy, jeżeli zamawiający nie zamieścił w Biuletynie Zamówień Publicznych ogłoszenia o udzieleniu zamówienia.
7. W przypadku wniesienia odwołania:
- 7.1. wobec treści ogłoszenia o zamówieniu lub postanowień specyfikacji istotnych warunków zamówienia Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert lub termin składania wniosków;
- 7.2. po upływie terminu składania ofert bieg terminu związania ofertą ulega zawieszeniu do czasu ogłoszenia przez Izbę orzeczenia.
8. W przypadku wniesienia odwołania Zamawiający nie może zawrzeć umowy do czasu ogłoszenia przez Krajową Izbę Odwoławczą wyroku lub postanowienia kończącego postępowanie odwoławcze. Zamawiający może złożyć do Krajowej Izby Odwoławczej wniosek o uchylenie zakazu zawarcia umowy.
9. Do postępowania odwoławczego stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 17 listopada 1964 roku – Kodeks postępowania cywilnego o sądzie polubownym (arbitrażowym), jeżeli uPzp nie stanowi inaczej.

Załączniki

Następujące załączniki stanowią integralną część SIWZ:

- Załącznik nr 1 — Brief kampanii promocyjnej;
- Załącznik nr 2 — Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu;
- Załącznik nr 3 — Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia;
- Załącznik nr 4 — Formularz Oferty;
- Załącznik nr 5 — Wykaz dotychczasowych działań reklamowych/PR świadczonych w zakresie wydarzeń kulturalnych;
- Załącznik nr 6 — Wzór umowy;
- Załącznik nr 7 — Biogramy artystów zaproszonych do udziału w wystawie;
- Załącznik nr 8 — Zdjęcia prac które zostaną pokazane podczas wystawy (wybór);
- Załącznik nr 9 — Wytyczne dotyczące promocji projektów realizowanych w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji.