

*Załącznik nr 1 do uchwały Nr 838/68/15
Zarządu Województwa Pomorskiego
z dnia 25 sierpnia 2015 r.*

DAZ-ZP.272.48.2015

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (SIWZ)

**ZAMAWIAJĄCY: WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
80-810 Gdańsk, ul. Okopowa 21/27**

zwany dalej Zamawiającym zaprasza do złożenia ofert w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego na zasadach określonych w ustawie - Prawo zamówień publicznych z dnia 29 stycznia 2004 r. (t.j. Dz. U. z 2013 poz. 907 ze zm.) zwanej dalej ustawą Pzp, o wartości szacunkowej mniejszej niż wyrażona w złotych równowartość kwoty, określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy na:

Wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

Kod Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

79342200-5 - usługi w zakresie promocji
79340000-9 - usługi reklamowe i marketingowe

Integralną część niniejszej SIWZ stanowią wzory następujących dokumentów:

Załącznik nr 1: Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia
Załącznik nr 2: Wzór formularza ofertowego,
Załącznik nr 3: Wzór formularza oświadczenia o spełnieniu warunków (art. 22 ust.1 ustawy Pzp),
Załącznik nr 4: Wzór formularza oświadczenia o braku podstaw do wykluczenia (art. 24 ustawy Pzp),
Załącznik nr 5: Wzór dot. informacji wykonawcy dot. Grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy Prawo zamówień publicznych (art. 26 ust. 2d ustawy Pzp),
Załącznik nr 6: Wzór formularza wykonanych głównych usług
Załącznik nr 7: Wzór formularza wykazu osób
Załącznik nr 8: Wzór umowy
Załącznik nr 9: Brief przedmiotu zamówienia

Kierownik Komórki Organizacyjnej

**Sprawdzono zgodność z przepisami
ustawy Prawo zamówień publicznych**

.....
(data oraz podpis)

.....
(data oraz podpis)

I. Nazwa oraz adres Zamawiającego

Województwo Pomorskie
ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk
NIP 583-31-63-786 Regon 191674836
adres e-mail: zampub@pomorskie.eu
adres strony internetowej: www.pomorskie.eu

II. Tryb udzielenia zamówienia

Postępowanie niniejsze prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego z zachowaniem zasad określonych ustawą Pzp o wartości szacunkowej nie przekraczającej kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp.

III. Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”.

Etap I – przygotowanie kreacji na potrzeby kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015”.

1. Opracowanie przez Wykonawcę konceptu przewodniego dla kampanii na podstawie briefu dla kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015”, stanowiącego załącznik nr 2 do umowy, w terminie 3 (trzech) dni od dnia podpisania umowy. Opis konceptu powinien obejmować informację o przesłaniu, jakie powinno towarzyszyć realizowanej kampanii promocyjnej funduszy europejskich „Zmieniamy Pomorskie 2015” wraz z uzasadnieniem. Koncept musi zawierać się w przedziale 3000-5000 znaków bez spacji.

2. Opracowanie przez Wykonawcę, w terminie 3 (trzech) dni od dnia podpisania umowy, 3 (trzech) haseł reklamowych wskazujących na efektywne wykorzystanie funduszy europejskich w województwie pomorskim, które będą wykorzystywane w trakcie kampanii.

3. Opracowanie przez Wykonawcę w uzgodnieniu z Zamawiającym w terminie 3 (trzech) dni od podpisania umowy projektów kreacji graficznych oraz projektu kreacji audio (reklama radiowa) w postaci:

- a) jednego projektu graficznego ogłoszenia w formie paska informacyjnego o wymiarach nie mniejszych niż 15x10 cm, z zapowiedzią na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- b) jednego projektu graficznego reklamy na nośniki typu billboard o powierzchni minimum 6x3 m, na nośniki typu citylight oraz na nośniki typu cityscroll, ramki w wagonach PKM Szybka Kolej Miejska w Trójmieście Sp. z o.o. (dalej zwana SKM Trójmiasto) i gablotach SKM Trójmiasto,
- c) jednego projektu graficznego baniera reklamowego na powłokę balonu latającego,
- d) jednego projektu graficznego na potrzeby 17-tu całostronicowych ogłoszeń prasowych,
- e) jednego projektu graficznego na potrzeby 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w layoucie dziennika regionalnego,
- f) jednego projektu graficznego na potrzeby 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej związanej z publikacją zdjęć i prac laureatów konkursów na łamach dziennika regionalnego,
- g) jednego projektu graficznego na potrzeby całostronicowego artykułu sponsorowanego w dzienniku regionalnym,
- h) jednego projektu graficznego na potrzeby ½ stronicowego ogłoszenia o konkursach w dzienniku regionalnym i ½ stronicowego podsumowania wyników konkursów,
- i) jednego projektu graficznego mapy rowerowej Trójmiasta zgodnie z następującymi parametrami: zadruk dwustronny, w pełnym kolorze, na papierze matowym do zastosowań

mapowych o gramaturze 90-125 g/m², w rozmiarze 98 x 68 cm, składanej „w harmonię” do wielkości około 13 x 22 cm (liczba łamań 7 x 3),

- j) jednego projektu graficznego mapy rowerowej województwa pomorskiego zgodnie z następującymi parametrami: zadruk dwustronny, w pełnym kolorze, na papierze matowym do zastosowań mapowych o gramaturze 90-125 g/m², w rozmiarze 98 x 68 cm, składanej „w harmonię” do wielkości około 13 x 22 cm (liczba łamań 7 x 3),
- k) jednego projektu graficznego reklamy w formacie JPEG lub GIF lub FLASH lub JavaScript na potrzeby emisji w wydaniu internetowym prasy oraz na stronie internetowej radia regionalnego wg następujących parametrów: minimalny rozmiar bannera 750 x 200 px,
- l) jednego scenariusza 45-sekundowej reklamy radiowej.

4. Opracowanie przez Wykonawcę w uzgodnieniu z Zamawiającym w terminie 3 (trzech) dni od podpisania umowy koncepcji:

- a) 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w formie wydania specjalnego do dziennika regionalnego,
- b) 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego,
- c) rowerowej mapy Trójmiasta na podstawie przygotowanego projektu graficznego,
- d) rowerowej mapy województwa pomorskiego na podstawie przygotowanego projektu graficznego,
- e) 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych w dzienniku regionalnym oraz w jego wydaniu internetowym na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich woj. pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,
- f) 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie dla młodzieży gimnazjalnej, ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych, o powierzchni ½ strony w dzienniku regionalnym oraz jego wydaniu internetowym,
- g) 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy dla młodzieży gimnazjalnej, ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych, o powierzchni ½ strony w dzienniku regionalnym,
- h) 15 (piętnastu) audycji radiowych o długości minimum 5 minut, dotyczących startupów założonych dzięki wsparciu funduszy europejskich,
- i) 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda, wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo podczas każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji z 16 powiatów ziemskich woj. pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście.

5. Wykonawca przy tworzeniu kreacji graficznych i kreacji audio oraz ww. koncepcji zobowiązuje się m.in. do stosowania Wytocznych w zakresie informacji i promocji projektów dofinansowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, stanowiących załącznik nr 11 do Zasad Wdrażania RPO 2014-2020. Dokument zostanie przekazany Wykonawcy drogą elektroniczną w dniu podpisania umowy.

Etap II – kampania prasowa

1. Przeprowadzenie kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015” w jednym tytule prasy codziennej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, poprzez publikację: reklam prasowych, włądek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach i podsumowań konkursów, w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku, obejmującej:

a) dokonanie przez Wykonawcę zakupu powierzchni reklamowej na potrzeby emisji:

- 17 (siedemnastu) ogłoszeń w formie paska informacyjnego z zapowiedzią o wymiarach nie mniejszych niż 15 x 10 cm, na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych ogłoszeń prasowych,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w ostatnim tygodniu kampanii w prasie, w dniu największego tygodniowego nakładu,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu największego nakładu dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,
- 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie,
- 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy, o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie.

b) wykonanie (na podstawie kreacji graficznej i opracowanych koncepcji) oraz opublikowanie przez Wykonawcę na łamach dziennika regionalnego:

- 17 (siedemnastu) ogłoszeń w formie paska informacyjnego z zapowiedzią o wymiarach nie mniejszych niż 15 x 10 cm, na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych ogłoszeń prasowych,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu największego tygodniowego nakładu,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu jego największego nakładu,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,
- 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie,
- 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie.

c) dokonanie innych niezbędnych czynności w celu zamieszczenia ogłoszeń i wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie i podsumowań konkursów w dzienniku regionalnym.

2. Wykonawca przeprowadzi na łamach dziennika regionalnego konkursy o tematyce funduszy europejskich w regionie, dla czterech kategorii wiekowych, tj. dla młodzieży gimnazjalnej, młodzieży ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym oraz uczniów szkół podstawowych. Z tym zastrzeżeniem, że konkursy dla młodzieży gimnazjalnej i młodzieży ponadgimnazjalnej muszą być konkursami fotograficznymi, natomiast konkursy dla dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych muszą być konkursami plastycznymi.

2.1 Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania koncepcji ww. konkursów.

2.2 Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania regulaminu ww. konkursów, a następnie opublikuje je na stronie internetowej dziennika regionalnego, w czasie ich trwania. W ramach

przygotowanych regulaminów konkursów Zamawiający zobowiązuje się do uzyskania od uczestników konkursów praw autorskich do wykorzystania ich prac w ramach przedmiotowej kampanii oraz na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego. W ramach przygotowanych regulaminów konkursów Zamawiający zobowiązuje się ponadto do uzyskania od uczestników konkursów zgody na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego.

2.3 Wykonawca ufunduje nagrody rzeczowe dla uczestników konkursów w obu kategoriach na łączną kwotę: 12 000 zł, w tym I nagroda o wartości 1500 zł x 4, II nagroda o wartości 1000 zł x 4, III nagroda o wartości 500 zł x 4 (po jednej nagrodzie I, II i III dla każdej z kategorii wiekowych). Ewentualne obciążenia fiskalne z tytułu przyznanych nagród ponosi Wykonawca.

3. Wykonawca dokona publikacji ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie oraz podsumowań konkursów w dzienniku regionalnym zgodnie z następującymi założeniami:

- a) prasa drukowana, jeden tytuł (dziennik) o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o nakładzie dziennym na województwo pomorskie minimum 12 000 egzemplarzy,
- b) format ogłoszenia w formie paska informacyjnego: min. 15 x 10 cm na stronie tytułowej,
- c) format ogłoszenia prasowego: cała strona,
- d) format wkładki prasowej: 4 strony,
- e) format artykułu sponsorowanego: 1 strona,
- f) format ogłoszeń o konkursach: ½ strony,
- g) format ogłoszenia podsumowującego konkursy: ½ strony,
- h) miejsce ekspozycji ogłoszeń prasowych, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach, podsumowań konkursów: kolumny redakcyjne, full kolor.

4. W ramach przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązuje się ponadto do emisji w wydaniu internetowym dziennika regionalnego:

- a) stworzonego przez Wykonawcę na podstawie projektu graficznego banneru internetowego o wymiarach min. 750x200 px, w wydaniu internetowym gazety w terminie pokrywającym się z datami emisji w prasie, zgodnie z następującymi parametrami: minimalna liczba odsłon – 200 tysięcy, geotargetowanie na woj. pomorskie, czas emisji – 17 dni, capping – 3,
- b) emisji treści z 2 (dwóch) wkładek prasowych w dniach ich emisji w wydaniu papierowym dziennika regionalnego,
- c) emisji 17 (siedemnastu) artykułów sponsorowanych w dniach ich emisji w wydaniu papierowym dziennika regionalnego,
- d) emisji 5 (pięciu) pięciominutowych videorelacji dotyczących tematyki artykułów sponsorowanych, stanowiących skróconą wersję wizualną z wybranych 17 artykułów sponsorowanych,
- e) 4 (czterech) emisji ogłoszeń o konkursach i 4 (czterech) informacji podsumowujących konkursy w trakcie ich trwania,
- f) emisji minimum 17 (siedemnastu) postów na stronach mediów społecznościowych dziennika regionalnego.

Etap III – kampania radiowa

1. Przeprowadzenie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w stacji radiowej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o tematyce regionalnej dotyczącej województwa pomorskiego w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku poprzez:

a) dokonanie przez Wykonawcę zakupu czasu antenowego na potrzeby emisji:

- 135 (stu trzydziestu pięciu) reklam o długości 45 sekund każda, na antenie rozgłośni o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, w dniach od poniedziałku do piątku (9 emisji dziennie x 15 dni emisyjnych, w tym 3 emisje poranne, 3 emisje popołudniowe i 3 emisje wieczorne),
- 15 (piętnastu) programów o długości minimum 5 minut każdy na temat startupów,
- 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo z każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji na antenie rozgłośni. Relacje muszą dotyczyć inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,

b) realizację (na podstawie przygotowanej kreacji audio oraz koncepcji) oraz emisję:

- 45-sekundowej reklamy oraz jej 135-krotną emisję na antenie rozgłośni o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, w dniach od poniedziałku do piątku (9 emisji dziennie x 15 dni emisyjnych, w tym 3 emisje poranne, 3 emisje popołudniowe i 3 emisje wieczorne),
- 15 (piętnastu) programów o długości minimum 5 minut każdy na temat startupów,
- 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo z każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji na antenie rozgłośni. Relacje muszą dotyczyć inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,

c) dokonanie innych niezbędnych czynności w celu zamieszczenia reklam, programów na temat startupów oraz relacji radiowych w stacji radiowej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o tematyce regionalnej dot. województwa pomorskiego.

2. Wykonawca przeprowadzi na antenie konkurs wiedzy o funduszach europejskich dla słuchaczy.

2.1 Wykonawca przygotowuje koncepcję konkursu.

2.2 Wykonawca przygotowuje regulamin konkursu, a następnie opublikuje go na stronie internetowej rozgłośni radiowej w czasie jego trwania. W ramach przygotowanego regulaminu konkursu Zamawiający zobowiązuje się do uzyskania od uczestników konkursów zgody na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego.

2.3 Wykonawca ufunduje nagrody rzeczowe dla uczestników konkursu na łączną kwotę: 3400 zł, tj. 17 nagród rzeczowych po 200 zł każda. Ewentualne obciążenia fiskalne z tytułu przyznanych nagród ponosi Wykonawca.

3. Wykonawca dokona emisji reklam, programów o startupach i relacji radiowych wraz z konkursem w jednej rozgłośni radiowej o zasięgu regionalnym zgodnie z następującymi założeniami:

- a) zasięg: województwo pomorskie,
- b) słuchalność dzienna w dni powszednie: minimum 6 %.

4. Wykonawca zobowiązuje się do umieszczenia skrótów lub całości programów i relacji na stronie internetowej rozgłośni oraz umieści minimum 17 (siedemnaście) postów na stronach mediów społecznościowych rozgłośni, powiązanych tematycznie z relacjami radiowymi.

Etap IV- kampania outdoor

1. Przeprowadzenie kampanii na nośnikach typu outdoor zlokalizowanych na terenie województwa pomorskiego, w terminie od 1.10 do 15.10.2015 roku, obejmującej:

- a) zakup powierzchni reklamowej na:
 - 40 (czterdziestu) nośnikach, o wymiarach minimum 3 x 6 m (+/- 10%)
 - 30 (trzydziestu) nośnikach typu citylight o wymiarach 1,8 x 1,2 m (+/- 10%)
 - 10 (dziesięciu) nośnikach typu cityscroll o wymiarach 3,54 x 2,47 m (+/- 10%)
- b) przygotowanie (na podstawie projektu graficznego reklamy outdoor) i wydrukowanie przez Wykonawcę:
 - 40 (czterdziestu) reklam przeznaczonych na nośniki typu billboard,
 - 30 (trzydziestu) reklam na nośniki typu citylight,
 - 10 (dziesięciu) reklam na nośniki cityscroll,
- c) podjęcie wszystkich niezbędnych działań w celu zamieszczenia reklamy na nośnikach zewnętrznych, w tym umieszczenia reklam na ww. nośnikach.

1.1 Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu lokalizacji nośników odpowiadającej dwukrotności każdego z typów nośników planowanych do wykorzystania w ramach kampanii. Nośniki muszą być zlokalizowane przy głównych ciągach komunikacyjnych i głównych arteriach komunikacyjnych Trójmiasta. W przypadku braku wystarczającej ilości nośników o wymiarach 3x6 m na terenie Trójmiasta Zamawiający dopuszcza ich umieszczenie przy głównych arteriach komunikacyjnych województwa pomorskiego lub wykorzystanie nośników 3 x 4 m.

2. Przeprowadzenie reklamy w SKM Trójmiasto w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku poprzez emisję reklamy:

- a) w ramach wewnątrz wagonów SKM Trójmiasto. Wymiary plakatów: 411 x 588 mm. Emisja w terminie od 25.09 do 16.10 br. w ilości 60 sztuk.
- b) w gablotach na peronach SKM Trójmiasto. Wymiary plakatów: 841 x 1189 mm. Emisja w terminie od 25.09 do 16.10 br. w ilości 5 sztuk.

2.1 Wykonawca zobowiązany jest do wydrukowania, wyklejenia i zdjęcia plakatów przygotowanych na powyższe nośniki z uwzględnieniem specyfikacji technicznej dostawcy nośników (w tym ilość niezbędnej nadwyżki plakatów).

2.2 Ostateczny termin wyklejenia/zamieszczenia plakatów na w ramach pociągów SKM Trójmiasto i na peronach SKM Trójmiasto mija na 24 godziny przed początkową datą emisji.

2.3 Zamawiający nie wymaga zdejmowania czy zaklejania plakatów z nośników w terminie kończącym ich emisję, jednak ewentualna emisja dłuższa, niż określono, będzie realizowana na koszt Wykonawcy.

Etap V – minieventy dla mieszkańców woj. pomorskiego

1. Przeprowadzenie 17 (siedemnastu) minieventów zrealizowanych w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz jednej lokalizacji w Trójmieście, w terminach pokrywających się z relacjami prasowymi oraz relacjami radiowymi, tj. od 25.09 do 16.10.2015 roku.

1.1 Czas trwania każdego z 17 (siedemnastu) minieventów musi wynieść minimum 2 godziny, między godziną 10.00 a 18.00.

1.2 Lokalizacje minieventów w danym powiecie muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego i jeśli to konieczne, posiadać wymaganą przepisami prawa zgodę na ich przeprowadzenie w danej lokalizacji.

1.3 Wykonawca zapewni na potrzeby wszystkich minieventów obsługę składającą się z minimum: dwóch osób do obsługi trucka, dwóch hostess do dystrybucji materiałów prasowych, jednego dziennikarza prasowego, jednego dziennikarza radiowego, którzy będą komunikować mieszkańcom cele realizacji kampanii w trakcie trwania minieventów.

1.4 Wykonawca zobowiązuje się do oznakowania miejsca realizacji minieventów w elementy promocyjne Zamawiającego oraz elementy promocyjne wydawcy radiowego oraz wydawcy prasowego.

1.5 Wykonawca zapewni na potrzeby każdego z eventów minimum: dwa stoły, osiem krzeseł i dwa parasole stojące.

1.6 Wykonawca zabezpieczy na potrzeby wszystkich minieventów truck z kawą i herbatą dla mieszkańców. Minimalna liczba napojów do rozdysponowania wśród mieszkańców każdego z powiatów powinna wynieść 300 sztuk x 17 lokalizacji minieventów.

1.7 Wykonawca przygotuje na potrzeby wszystkich 17 minieventów minimum łącznie 5500 sztuk papierowych kubków o poj. minimum 250 ml (około 300 sztuk na każde wydarzenie).

1.8 Wykonawca oznakuje kubki zgodnie z oczekiwaniami Zamawiającego.

1.9 Wykonawca wykona (na podstawie projektu graficznego i koncepcji), a następnie wydrukuje 20 000 map rowerowych Trójmiasta i 20 000 map rowerowych województwa pomorskiego przygotowane zgodnie z parametrami określonymi w pkt. 2.1.4 lit c i d. oraz dostarczy je na miejsce realizacji wszystkich minieventów po około 1100 sztuk każdej mapy na każdy z minieventów.

1.10 Wykonawca dostarczy na potrzeby 17 minieventów po 1000 sztuk (łącznie 17 000 sztuk) aktualnego wydania dziennika regionalnego, które będzie nieodpłatnie rozdawane w miejscowościach, w których będą odbywać się minieventy.

1.11 Wykonawca dostarczy na miejsce realizacji wszystkich minieventów po 1000 sztuk (łącznie 17 000 sztuk) wkładki prasowej w formie wydania specjalnego dziennika regionalnego.

1.12 Wykonawca dostarczy na miejsce realizacji ostatniego z eventów 1000 sztuk wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane w dzienniku regionalnym.

1.13 Wykonawca zabezpieczy na czas realizacji eventów dostęp do mediów niezbędnych do prowadzenia eventów, w tym energię elektryczną oraz dostęp do bezprzewodowego Internetu dla uczestników wydarzeń.

1.14 Wykonawca zabezpieczy na potrzeby wszystkich minieventów sprzęt nagłaśniający, umożliwiający przekazanie mieszkańcom i uczestnikom wszystkich minieventów komunikatu dotyczącego realizowanej kampanii promocyjnej funduszy europejskich.

1.15 Zamawiający, ze względu na czas trwania eventu (minimum 2 h) nie wymaga zapewnienia mobilnych toalet.

2. Wykonawca zapewni na miejscu realizacji wszystkich minieventów balon latający, a następnie umieści na jego powłoce dwa bannery reklamowe o powierzchni między 40 a 60 m2 każdy.

2.1 Bannery reklamowe muszą zostać przygotowane przez Wykonawcę zgodnie z opracowanym projektem graficznym.

2.2 Balon musi operować w 16 powiatach ziemskich przez minimum 2 h w trakcie trwania każdego z minieventów oraz trzykrotnie przez 4 h na terenie na terenie Trójmiasta.

Etap VI – raport pokampanijny

1. Wykonawca przygotowuje i dostarczy Zamawiającemu do dnia 16.11.2015 roku. raport z realizacji kampanii zawierający co najmniej:

- a) pliki graficzne związane z kreacją kampanii, w tym koncept przewodni, hasła, pliki graficzne przygotowanych projektów graficznych oraz pliki tekstowe i audio, które powstały w trakcie realizacji kampanii,
- b) pojedyncze egzemplarze dziennika regionalnego, w których pojawiły się ogłoszenia, wkładki prasowe, artykuły sponsorowane, ogłoszeń o konkursach, podsumowania konkursów zamieszczone przez Wykonawcę,
- c) printscreeny ze stron www. gazety internetowej wskazujące na umieszczenie ogłoszeń, wkładek, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach i podsumowań konkursów,
- d) pliki video i audio zawierające 5 videorelacji oraz 17 minimum 12 minutowych relacji radiowych wraz z konkursami,
- e) dokumentację fotograficzną z minieventów zawierających minimum 15 zdjęć z każdej lokalizacji, dokumentujących pracę Wykonawcy,
- f) płytę CD zawierającą zdjęcia każdego z nośników reklamy zewnętrznej (outdoor) potwierdzającego umieszczenie reklamy w zaakceptowanych przez Zamawiającego lokalizacjach.

1.1 Wykonawcę przygotowuje raport i dostarczy go do siedziby Zamawiającego na adres wskazany w umowie w formie papierowej (3 egzemplarze) oraz w formacie elektronicznym typ pliku: PDF (w wersji do wydruku) i DOC.

2. Pozostałe uregulowania dotyczące przedmiotu zamówienia zostały opisane w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiący załącznik nr 1 do SIWZ oraz wzorze umowy stanowiącej załącznik nr 8 do SIWZ.

3. Dodatkowo Zamawiający informuje, że:

- 1) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- 2) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- 3) Zamawiający nie przewiduje dokonywania zamówień uzupełniających.
- 4) Rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą prowadzone będą w PLN.
- 5) Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.
- 6) Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w niniejszym postępowaniu.
- 7) Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.
- 8) Zamawiający nie przewiduje ustanowienia dynamicznego systemu zakupów.
- 9) Zamawiający nie ogranicza możliwości ubiegania się o zamówienie publiczne tylko dla Wykonawców, u których ponad 50% pracowników stanowią osoby niepełnosprawne.
- 10) Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
- 11) Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy.

IV. Termin wykonania zamówienia

1. Zamawiający ustala wymagany termin wykonywania przedmiotu zamówienia **od dnia podpisania umowy do dnia 16.11.2015 r.**
2. Przez wykonanie przedmiotu zamówienia rozumie się odebranie zaakceptowanego przez Zamawiającego raportu pokampanijnego zatwierdzonego protokołem zdawczo-odbiorczym.

V. Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tych warunków

1. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp, dotyczące:

1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek ich posiadania;

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie. Ocena spełnienia wyżej wskazanego warunku nastąpi na podstawie przedstawionego przez Wykonawcę oświadczenia

o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ust.1 ustawy, o którym mowa w rozdz. VI ust.1 pkt 1) SIWZ (wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do SIWZ**).

2) posiadania wiedzy i doświadczenia;

Warunek ten zostanie spełniony jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy to w tym okresie, wykonał należycie co najmniej 2 (dwie) usługi w zakresie promocji lub marketingu lub realizacji kampanii promocyjnej produktu/ów lub miejsca lub wydarzenia o minimalnej wartości (brutto) 300 000 zł łącznie.

Ocena spełnienia wyżej wskazanego warunku nastąpi na podstawie przedstawionego przez Wykonawcę oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ust.1 ustawy Pzp, o którym mowa w rozdz. VI ust.1 pkt 1 SIWZ (wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do SIWZ**) oraz dokumentów, o których mowa w rozdz. VI ust. 1 pkt 3) SIWZ (wzór wykazu usług stanowi **załącznik nr 6 do SIWZ**).

3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym;

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie. Ocena spełnienia wyżej wskazanego warunku nastąpi na podstawie przedstawionego przez Wykonawcę oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ust.1 ustawy, o którym mowa w rozdz. VI ust.1 pkt 1) SIWZ (wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do SIWZ**).

4) dysponowania odpowiednimi osobami zdolnymi do wykonywania zamówienia;

Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że dysponuje lub będzie dysponował min. trzyosobowym zespołem, który będzie uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia i posiadać następujące doświadczenie niezbędne do realizacji zamówienia w tym:

- a) co najmniej jedną (1) osobą, która w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, była odpowiedzialna za przygotowanie kreacji kampanii promocyjnych lub miejsca lub produktu/ów lub wydarzenia,
- b) co najmniej jedną (1) osobą, która w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, była odpowiedzialna za realizację kampanii promocyjnej miejsca lub produktu/ów lub wydarzenia w prasie lub radiu lub na nośnikach reklamy zewnętrznej.

- c) co najmniej (1) osobą, która w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, była odpowiedzialna za realizację minimum 3 eventów promocyjnych miejsca lub produktu/ów lub wydarzenia.

UWAGA: Wyżej wskazane funkcje poszczególnych osób nie mogą być łączone. Każda z osób musi wykazać doświadczenie co najmniej w jednym ze wskazanych w warunku w/w punktów (a-c) przy czym doświadczenie tych osób musi obejmować łącznie doświadczenie w całym zakresie postawionego warunku - punkty (a-c).

Ocena spełnienia wyżej wskazanego warunku nastąpi na podstawie przedstawionego przez Wykonawcę oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ust.1 ustawy Pzp, o którym mowa w rozdz. VI ust.1 pkt 1 SIWZ (wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do SIWZ**) oraz dokumentów, o których mowa w rozdz. VI ust. 1 pkt 3) SIWZ (wzór wykazu usług stanowi **załącznik nr 7 do SIWZ**).

5) sytuacji ekonomicznej i finansowej;

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie. Ocena spełnienia wyżej wskazanego warunku nastąpi na podstawie przedstawionego przez Wykonawcę oświadczenia

o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu zgodnie z art. 22 ust.1 ustawy, o którym mowa w rozdz. VI ust.1 pkt 1) SIWZ (wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do SIWZ**).

2. W prowadzonym postępowaniu mogą uczestniczyć Wykonawcy, którzy wykazali brak podstaw do wykluczenia z powodu niespełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp.
3. Dokumenty stanowiące załączniki wymagane przez specyfikację powinny zostać wypełnione przez Wykonawcę wg warunków i postanowień zawartych w SIWZ.
4. Zamawiający wykluczy z postępowania o udzielenie zamówienia wykonawcę, który w okresie 3 lat przed wszczęciem postępowania, w sposób zawiniony poważnie naruszył obowiązki zawodowe, w szczególności, gdy Wykonawca w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa nie wykonał lub nienależycie wykonał zamówienie, co Zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą dowolnych środków dowodowych, chyba że Wykonawca udowodni, że podjął konkretne środki techniczne, organizacyjne i kadrowe, które mają zapobiec zawinonemu i poważnemu naruszaniu obowiązków zawodowych w przyszłości oraz naprawił szkody powstałe w wyniku naruszenia obowiązków zawodowych lub zobowiązał się do ich naprawienia.
5. Ocena spełniania warunków udziału w postępowaniu nastąpi na podstawie dokumentów i oświadczeń, przedłożonych przez Wykonawcę wraz z ofertą i dokumentów wyszczególnionych w rozdziale VI SIWZ na zasadzie: spełnia – nie spełnia.

VI. Wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia wykazania spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz dokumentów potwierdzających, iż przedmiot zamówienia odpowiada wymaganiom określonym przez Zamawiającego.

1. W celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp, do oferty należy załączyć:

- 1) Oświadczenie Wykonawcy o spełnianiu warunków określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp (wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 3 do SIWZ),
- 2) **Wykaz wykonanych głównych usług**, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów, czy zostały wykonane należycie – **wg wzoru na załączniku nr 6 do SIWZ**,
UWAGA:
Zgodnie z §1 ust. 2 pkt 1 Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2013 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy, oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane (Dz. U z 2013 r., poz. 231), zwanego dalej Rozporządzeniem dowodami tymi są:
 - poświadczenie, z tym że w odniesieniu do nadal wykonywanych dostaw lub usług okresowych lub ciągłych poświadczenie powinno być wydane nie wcześniej niż na 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu albo ofert
 - oświadczenie wykonawcy – jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia, o którym mowa wyżej.
 - W przypadku gdy zamawiający jest podmiotem, na rzecz którego usługi wskazane w wykazie, o którym mowa w §1 ust.1 pkt 3) Rozporządzenia, zostały wcześniej wykonane, wykonawca nie ma obowiązku przedkładania dowodów, o których mowa w § 1 ust. 2 Rozporządzenia.
- 3) **Wykaz osób**, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia w zakresie wskazanym w rozdziale V ust. 1 pkt 4 wraz z informacjami na temat ich doświadczenia, niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami; według wzoru **załącznika nr 7 do SIWZ**
2. W celu wykazania spełniania warunku udziału w postępowaniu dotyczącego braku podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp, należy złożyć następujące dokumenty:
 - 1) Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania z powodu niespełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp – wzór formularza oświadczenia stanowi **załącznik nr 4 do SIWZ**.
 - 2) Aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
3. **W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 2 pkt 5 do oferty należy dołączyć listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej albo informację o tym, że Wykonawca nie należy do grupy kapitałowej** – **wg wzoru jak w załączniku nr 5 do SIWZ**.
4. Dokumenty sporządzone w języku obcym będą składane wraz z tłumaczeniem na język polski.
5. Dokumenty składane przez wykonawców zagranicznych:
 - 1) Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast dokumentów, o których mowa w rozdziale VI ust. 2 pkt 2) SIWZ składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości,
 - 2) Dokumenty, o których mowa w rozdziale VI ust. 5 pkt 1) SIWZ, powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

- 3) Jeżeli w kraju miejsca zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w rozdziale VI ust. 5 pkt 1) SIWZ, zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie, w którym określa się także osoby uprawnione do reprezentacji wykonawcy, złożone przed właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio kraju miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, lub przed notariuszem. Przepis rozdziału VI ust. 5 pkt 2) SIWZ stosuje się odpowiednio.
- 4) W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez wykonawcę mającego siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio kraju miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, z wnioskiem o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących przedłożonego dokumentu.
6. Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia, zdolnościach finansowych lub ekonomicznych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić zamawiającemu, iż będzie dysponował tymi zasobami w trakcie realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby wykonania zamówienia.
7. Podmiot, który zobowiązał się do udostępnienia zasobów zgodnie z ust. 6 SIWZ, **odpowiada solidarnie** z wykonawcą za szkodę zamawiającego powstałą wskutek nieudostępnienia tych zasobów, chyba że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy.
8. **Wymagane dokumenty powinny być przedstawione w formie oryginału lub kserokopii potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez osobę lub osoby, uprawnione do reprezentowania Wykonawcy, z wyjątkiem dokumentów, o których mowa w rozdziale VI ust. 1 pkt 1), ust. 3 oraz ust. 6 SIWZ, które powinny być przedstawione w oryginale lub notarialnie potwierdzonej kopii.**
9. **W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku innych podmiotów, na zasobach których wykonawca polega na zasadach określonych w art. 26 ust. 2b ustawy Pzp, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio wykonawcy lub tych podmiotów muszą być poświadczone za zgodność z oryginałem odpowiednio przez wykonawcę lub te podmioty.**

VII. Wykonawcy występujący wspólnie

1. Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. W przypadku spółki cywilnej Zamawiający przyjmuje, że Wykonawcami w rozumieniu art. 2 ust. 11 ustawy Pzp, są wspólnicy spółki cywilnej, których udział w postępowaniu traktowany jest jako wspólne ubieganie się o udzielenie zamówienia w rozumieniu art. 23 ust. 1 ustawy Pzp.
2. Wykonawcy występujący wspólnie ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.
3. Pełnomocnictwo do dokonywania czynności, o których mowa w ust. 2 powinno mieć postać dokumentu stwierdzającego ustanowienie pełnomocnika, podpisanego przez uprawnionych do ich reprezentacji przedstawicieli wszystkich pozostałych wykonawców. W zakresie formy, pełnomocnictwo musi odpowiadać przepisom Kodeksu Cywilnego (oryginał lub notarialnie potwierdzona kopia).

4. Wykonawcy, o których mowa w ust. 1, ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy.
5. W przypadku wyboru oferty Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Zamawiający może żądać przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego dostarczenia umowy regulującej współpracę tych podmiotów (w formie oryginału lub kserokopii potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę).
6. Każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia musi złożyć dokumenty o których mowa w rozdziale VI ust. 2 pkt 1) i 2) oraz ust. 3 SIWZ.
7. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia złożą łącznie Formularz oferty oraz jeden komplet dokumentów, o których mowa w rozdziale VI ust. 1 SIWZ.

VIII. Udzielanie wyjaśnień na temat SIWZ.

1. Każdy uczestnik postępowania ma prawo zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści niniejszej specyfikacji. Zamawiający udzieli wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.
2. Pytania Wykonawców powinny być formułowane na piśmie i przesłane pocztą na adres Zamawiającego lub faksem na nr (0-58) 32-68-557 lub drogą elektroniczną (e-mail Zamawiającego: zampub@pomorskie.eu).
3. Analogicznie wszystkie oświadczenia, wyjaśnienia, zawiadomienia oraz informacje Zamawiającego będą dostarczane wykonawcom w tej samej formie.
4. W przypadku braku potwierdzenia otrzymania wiadomości przez Wykonawcę, zamawiający domniema, iż pismo wysłane przez zamawiającego na numer faksu, lub e-maila lub adres podany przez wykonawcę zostało mu doręczone w sposób umożliwiający zapoznanie się wykonawcy z treścią pisma.
5. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający przekaze Wykonawcom, którym przekazał SIWZ, bez ujawniania źródła zapytania. Wyjaśnienia zostaną przesłane wykonawcom pisemnie lub faksem lub e-mailem oraz zamieszczane na stronie internetowej:
<http://www.bip.pomorskie.eu/Article/id,12.html>

IX. Wymagania dotyczące wadium.

Zamawiający w niniejszym postępowaniu nie wymaga wniesienia wadium.

X. Termin związania ofertą

1. Termin związania Wykonawcy złożoną ofertą wynosi 30 dni.
2. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
3. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XI. Opis sposobu przygotowania ofert

1. Oferta powinna zostać sporządzona według wzoru formularza ofertowego, stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ.
2. Do oferty należy dołączyć oświadczenia i dokumenty wymienione w rozdziale VI SIWZ oraz ewentualne pełnomocnictwa.
3. Zaleca się, aby oferta wraz ze wszystkimi załącznikami była spięta w sposób uniemożliwiający jej zdekompletowanie.

4. Ofertę sporządza się w języku polskim z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności.
5. Zaleca się aby każda ze stron oferty była ponumerowana i zaparafowana przez Wykonawcę lub osobę/osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy.
6. **Oferta wraz ze wszystkimi załącznikami musi być podpisana przez Wykonawcę lub osobę/osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy. Pełnomocnictwo powinno być dołączone do oferty o ile nie wynika z innych załączonych dokumentów. Pełnomocnictwo powinno być złożone w oryginale lub notarialnie potwierdzonej kopii.**
7. W przypadku braku pieczęci imiennej osoby podpisującej ofertę, podpisy złożone przez Wykonawcę w Formularzu oferty oraz innych formularzach zawartych w SIWZ powinny być czytelne.
8. Poprawki powinny być naniesione czytelnie i sygnowane podpisem Wykonawcy lub osoby/osób upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy.
9. Wykonawca winien umieścić ofertę w zamkniętej kopercie zaadresowanej na Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk. Na kopercie należy umieścić nazwę i adres Wykonawcy, oraz napis:

„Wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015””

Nie otwierać przed dniem2015 r. Do godz.:00”.

10. Wykonawca umieści na kopercie także swoją nazwę (firmę) oraz adres.
11. Koperta winna być szczelnie zamknięta w sposób uniemożliwiający zapoznanie się z treścią oferty, przed jej otwarciem.
12. Wykonawca przed upływem terminu składania ofert, może wprowadzić zmiany do złożonej oferty. Wprowadzenie zmian do złożonych ofert należy dokonać w formie określonej w ust. 9, z dopiskiem „Zmiana oferty”.
13. Wykonawca przed upływem terminu składania ofert może wycofać swoją ofertę poprzez wysłanie informacji do Zamawiającego o wycofaniu swojej oferty, pod warunkiem, iż informacja ta dotrze do Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert.
14. Oferta jest jawna od chwili jej otwarcia, z wyjątkiem informacji, które stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503 z późn. zm.), co do których Wykonawca zastrzegł – nie później niż w terminie składania ofert – że nie mogą być udostępnione i muszą być oznaczone klauzulą „Tajemnica przedsiębiorstwa”. **Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa.**
15. Przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się nie ujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.
16. Zaleca się, aby dokumenty te były spięte w sposób pozwalający na ich oddzielenie od reszty oferty. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp.
17. Wykonawca ponosi koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
18. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.

UWAGA:

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca złożył wstępną koncepcję kampanii promocyjnej, stanowiącej element niezbędny dokonania oceny zgodnie z kryterium oceny ofert „Wstępna koncepcja kampanii promocyjnej” określonym w rozdziale XV ust. 2 pkt 2) SIWZ, w wersji

papierowej lub elektronicznej na nośniku CD-ROM w formacie PDF (czytelny skan wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej w wersji elektronicznej).

XII. Miejsce oraz termin składania ofert

1. Oferty należy składać w Kancelarii Ogólnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk, pokój nr 4a (czynna w dni robocze: od poniedziałku do piątku od godz. 7.45 do godz. 15.45).
2. Termin składania ofert upływa **dnia2015 r. o godz.:30.**

XIII. Miejsce oraz termin otwarcia ofert

1. Oferty zostaną otwarte w dniu **.....2015 r. o godz.:00** w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego w Gdańsku ul. Okopowa 21/27, pok. nr 133 H.
2. Wykonawcy mogą być obecni przy otwieraniu ofert.
3. Bezpośrednio przed otwarciem ofert przewodniczący komisji przetargowej poinformuje Wykonawców, jaką kwotę Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
4. Podczas otwarcia ofert Zamawiający poda nazwy (firmy) oraz adresy Wykonawców, a także informacje dotyczące ceny ofert. Termin wykonania zamówienia i warunki płatności zostały określone w SIWZ.
5. Zamawiający, na wniosek Wykonawców, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert, przekaze im niezwłocznie informacje o których mowa w ust. 3 - 4.

XIV. Opis sposobu obliczania ceny

1. Cena przedmiotu zamówienia powinna uwzględniać wszystkie elementy związane z prawidłową realizacją niniejszego zamówienia.
2. Cena musi uwzględniać wymagania SIWZ i być wyliczona na podstawie opisu przedmiotu zamówienia oraz obejmować wszystkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu, należytej oraz zgodnej z obowiązującymi przepisami, realizacji przedmiotu zamówienia.
3. Cenę należy podać w PLN i wyliczyć na podstawie indywidualnej kalkulacji wykonawcy, uwzględniając doświadczenie i wiedzę zawodową Wykonawcy, jak i wszelkie koszty niezbędne do wykonania przedmiotu zamówienia, podatki oraz rabaty, upusty itp., których Wykonawca zamierza udzielić.
4. Nie przewiduje się żadnych przedpłat ani zaliczek na poczet realizacji przedmiotu umowy, a płatność nastąpi zgodnie z zapisem umowy, której wzór załączono do SIWZ (załącznik nr 8 do SIWZ). Umowy zostaną podpisane z zachowaniem terminu wskazanego w art. 94 ustawy Pzp.
5. Cena oferty winna być podana do dwóch miejsc po przecinku.
6. Niedopuszczalne są żadne negocjacje cenowe.
7. Cena oferty winna zostać przedstawiona w Formularzu Ofertowym, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do SIWZ.
8. Cena oferty winna zawierać: stawkę podatku VAT, cenę netto oraz cenę brutto.
9. Jeżeli złożono ofertę, której wybór prowadziłby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług, zamawiający w celu oceny takiej oferty dolicza do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. Wykonawca, składając ofertę, informuje zamawiającego, czy wybór oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku

podatkowego, wskazując nazwę (rodzaj) towaru lub usługi, których dostawa lub świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku.

10. Cena podana w ofercie powinna być ceną kompletną, jednoznaczną i ostateczną.
11. Rozliczenie między Zamawiającym a Wykonawcą prowadzone będą w PLN.
12. Cena brutto oferty powinna obejmować również wynagrodzenie Wykonawcy z tytułu przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich, na zasadach określonych w umowie.

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

1. Wszystkie oferty nie podlegające odrzuceniu oceniane będą na podstawie następujących kryteriów, którymi są:

L.P.	Kryterium	Waga %
1	Cena brutto wykonania zamówienia (C)	30
2	Wstępna koncepcja kampanii promocyjnej (WK)	70
2.1	Kreacja (K)	20
2.1.1	<i>Zarys konceptu przewodniego kampanii (K₁)</i>	6
2.1.2	<i>Zarys koncepcji graficznej, w tym wstępny projekt reklamy prasowej (K₂)</i>	2
2.1.3	<i>Wstępne hasła reklamowe (K₃)</i>	2
2.1.4	<i>Zarys konceptu programów radiowych (K₄)</i>	5
2.1.5	<i>Zarys konceptu reportażu prasowych (K₅)</i>	3
2.1.6	<i>Zarys koncepcji konkursów wiedzy przeprowadzonych na antenie radia (K₈)</i>	2
2.2	Dotarcie poprzez media do grupy docelowej (ZT)	30
2.2.1	<i>Zasięg dzienny stacji radiowej dla grupy docelowej województwo pomorskie, 25+ na podstawie badania RadioTrack fale: kwiecień 2015 – czerwiec 2015 (ZT₁)</i>	10
2.2.2	<i>Nakład gazety w województwie pomorskim na podstawie badania PBC za grudzień 2014 – maj 2015 r. (ZT₂)</i>	5
2.2.3	<i>Ilość realnych użytkowników w miesiącu odwiedzających regionalną stronę internetową gazety na podstawie badania Megapanel PBI/Gemius realizowane przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius SA. za miesiąc kwiecień 2015 r. (ZT₃)</i>	6
2.3.4	<i>Ilość billboardów o rozmiarze 6 x 3 m. w Trójmieście (ZT₄)</i>	3
2.2.5	<i>Ilość citylightów w Trójmieście (ZT₅)</i>	3
2.2.6	<i>Ilość cityscrolli w Trójmieście (ZT₆)</i>	3
2.3	Eventy (E)	20
2.3.1	<i>Koncept i scenariusz eventów (E₁)</i>	10
2.3.2	<i>Koncepcja zaangażowania mediów (E₂)</i>	6
2.3.3	<i>Zabezpieczenie techniczne relacji transmisji radiowej na żywo (E₃)</i>	4

Przy czym 1% = 1 punkt

2. Sposób oceny ofert:

- 1) dla kryterium: „Cena” (C):

$$C = [C_N / C_R \times 30\%] \times 100$$

C – ilość punktów dla kryterium

C_N – najniższa oferowana cena

C_R – cena oferty rozpatrywanej

- 2) dla kryterium „**Wstępna koncepcja kampanii promocyjnej**” (WK) - waga kryterium 70% (70 pkt) będzie wyliczane następująco:

$$WK = K + ZT + E$$

gdzie:

K – kryterium częściowe „**Kreacja**”

ZT – kryterium częściowe „**Dotarcie poprzez media do grupy docelowej**”

K – kryterium częściowe „**Eventy**”

- 2.1) dla podkryterium „**Kreacja**” (K) - waga kryterium 20% (20 pkt) będzie wyliczane następująco:

$$K = K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5 + K_6$$

gdzie:

ZK₁ – kryterium częściowe „*Zarys konceptu przewodniego kampanii*”

ZK₂ – kryterium częściowe „*Zarys koncepcji graficznej, w tym wstępny projekt reklamy prasowej*”,

ZK₃ – kryterium częściowe „*Wstępne hasła reklamowe*”

ZK₄ – kryterium częściowe „*Zarys konceptu programów radiowych*”,

ZK₅ – kryterium częściowe „*Zarys konceptu reportaży prasowych*”

ZK₆ – kryterium częściowe „*Zarys koncepcji konkursów wiedzy przeprowadzonych na antenie radia*”,

Zamawiający informuje, iż w przypadku gdy Wykonawca nie opíše w wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej jednej lub więcej wymaganych w/w informacji otrzyma 0 pkt. za kryterium częściowe, które nie zostało opisane w w/w koncepcji.

- 2.1.1) Kryterium częściowe K₁ : Zarys konceptu przewodniego kampanii z wagą 6% będzie wyliczane następująco:

Zarys konceptu przewodniego kampanii – waga kryterium 6% (6 pkt), przy ocenie tego parametru będzie miało znaczenie: spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu, sposób sformułowania konceptu – na tyle nowatorski, by otwierał pole dla oryginalnej, zapamiętywalnej kreacji.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Zarys konceptu przewodniego kampanii nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Propozycja formy i stylu komunikacji nie jest dostosowana do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Zarys konceptu przewodniego kampanii jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Propozycja formy i stylu komunikacji nie jest dostosowana do grupy docelowej wskazanej w briefie.	2
3.	Zarys konceptu przewodniego kampanii jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Propozycja formy i stylu komunikacji jest dostosowana do grupy docelowej wskazanej w briefie.	4
4.	Zarys konceptu przewodniego kampanii jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Propozycja formy i stylu komunikacji jest dostosowana do grupy docelowej wskazanej w briefie. Zaproponowana forma i styl komunikacji wyróżniają się na tle typowych rozwiązań stosowanych w innych kampaniach.	6

2.1.2) Kryterium cząstkowe K₂ : *Zarys koncepcji graficznej, w tym wstępny projekt reklamy prasowej* 2% będzie wyliczane następująco:

Zarys koncepcji graficznej, w tym wstępny projekt reklamy prasowej – waga kryterium 2% (2 pkt), przy ocenie tego parametru będzie miało znaczenie: spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu, sposób sformułowania konceptu – wpływ zaproponowanych rozwiązań formalnych (layout, liternictwo) zastosowanych w koncepcie na zauważalność i zapamiętywalność przekazu.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane layout, liternictwo nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu, lub zaproponowany layout, liternictwo nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	1
3.	Przedstawiony zarys konceptu jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane layout, liternictwo są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	2

2.1.3) Kryterium cząstkowe K₃ : *Wstępne hasła reklamowe 2% będzie wyliczane następująco:*

Wstępne hasła reklamowe – waga kryterium 2 % (2 pkt), przy ocenie tego parametru będzie miało znaczenie: zapamiętywalność – warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu powinna ułatwiać kodowanie komunikatu w świadomości odbiorców oraz zrozumiałość opierająca się na przekazaniu konkretnego komunikatu, dobranego według specyfiki danej grupy docelowej. Przekaz nie powinien utrudniać jego odbioru przez stosowanie niejasnych, abstrakcyjnych form komunikacji.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu nie ułatwia kodowania komunikatu w świadomości odbiorców. Forma i styl komunikatu nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Warstwa rytmiczna, konstrukcyjno-składniowa sloganu powinna ułatwiać kodowania komunikatu w świadomości odbiorców. Forma i styl komunikatu są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	2

2.1.4) Kryterium cząstkowe K₄ : *Zarys konceptu programów radiowych 5% będzie wyliczane następująco:*

Zarys konceptu programów radiowych – waga kryterium 5% (5 pkt). Zamawiający oceni spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu oraz atrakcyjność zaproponowanych działań. Zamawiający oceni pomysłowość, potencjał a

także sposób wykorzystania mediów. Zaproponowane działania promocyjne powinny mieć na celu dotarcie za pośrednictwem mediów z informacją o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 do wskazanych grup docelowych.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu, lub zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	3
3.	Przedstawiony zarys konceptu jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	5

2.1.5) Kryterium cząstkowe K₅ : *Zarys konceptu reportażu prasowych* z wagą 3% będzie wyliczane następująco:

Zarys konceptu reportażu prasowych – waga kryterium 3% (3 pkt). Zamawiający oceni spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu oraz atrakcyjność zaproponowanych działań. Zamawiający oceni pomysłowość, potencjał a także sposób wykorzystania mediów. Zaproponowane działania promocyjne powinny mieć na celu dotarcie za pośrednictwem mediów z informacją o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 do wskazanych grup docelowych.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu, lub zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	1
3.	Przedstawiony zarys konceptu jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	3

2.1.6) Kryterium cząstkowe K₆ : *Zarys koncepcji konkursów wiedzy przeprowadzonych na antenie radia* z wagą 2% będzie wyliczane następująco:

Zarys koncepcji konkursów wiedzy przeprowadzonych na antenie radia – waga kryterium 2% (2 pkt). Zamawiający oceni spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu oraz atrakcyjność zaproponowanych działań. Zamawiający oceni pomysłowość, potencjał a także sposób wykorzystania mediów. Zaproponowane działania promocyjne powinny mieć na celu dotarcie za pośrednictwem mediów z informacją o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 do wskazanych grup docelowych.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	0
2.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu, lub zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	1
3.	Przedstawiony zarys konceptu jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie.	2

W ramach wyżej wymienionego podkryterium punkty zostaną przyznane indywidualnie przez członków komisji przetargowej (oprócz sekretarza komisji przetargowej).

Indywidualne oceny członków komisji przetargowej odnoszące się do ww. kryteriów częściowych zostaną zsumowane, a następnie suma ocen indywidualnych zostanie podzielona przez liczbę osób dokonujących oceny.

2.2) dla podkryterium „Dotarcie poprzez media do grupy docelowej” (ZT) – waga kryterium 30% (30 pkt).

Dotarcie poprzez media do grupy docelowej dotyczy utrwalenia komunikatów w grupie docelowej.

Podkryterium „Dotarcie poprzez media do grupy docelowej” (ZT) będzie wyliczane następująco:

$$ZT = ZT_1 + ZT_2 + ZT_3 + ZT_4 + ZT_5 + ZT_6$$

gdzie:

ZT_1 – kryterium częściowe „Zasięg dzienny stacji radiowej dla grupy celowej województwo pomorskie, 25+ na podstawie badania RadioTrack fale: kwiecień 2015 – czerwiec 2015”

ZT₂ – kryterium cząstkowe „Nakład gazety w województwie pomorskim na podstawie badania PBC za grudzień 2014 – maj 2015 r.”

ZT₃ – kryterium cząstkowe „Ilość realnych użytkowników w miesiącu odwiedzających regionalną stronę internetową gazety na podstawie badania Megapanel PBI/Gemius realizowane przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius SA. za miesiąc kwiecień 2015 r.”

ZT₄ – kryterium cząstkowe „Ilość billboardów o rozmiarze 6 x 3 m. w Trójmieście”

ZT₅ – kryterium cząstkowe „Ilość citylightów w Trójmieście”

ZT₆ – kryterium cząstkowe „Ilość cityscrolli w Trójmieście”

2.2.1 Kryterium cząstkowe (ZT₁): „Zasięg dzienny stacji radiowej dla grupy celowej województwo pomorskie, 25+ na podstawie badania RadioTrack fale: kwiecień 2015 – czerwiec 2015” z wagą 10% (10 pkt.) będzie wyliczane następująco:

$$ZT_1 = [ZT_N / ZT_R \times 10\%] \times 100$$

ZT₁ – ilość punktów dla kryterium

ZT_N – zasięg dzienny stacji radiowej oferty rozpatrywanej

ZT_R – najwyższy zasięg dzienny stacji radiowej

2.2.2 Kryterium cząstkowe (ZT₂): „Nakład gazety w województwie pomorskim” z wagą 5% (5 pkt.) będzie wyliczane następująco:

$$ZT_2 = [ZT_N / ZT_R \times 5\%] \times 100$$

ZT₂ – ilość punktów dla kryterium

ZT_N – nakład gazety w województwie pomorskim oferty rozpatrywanej

ZT_R – najwyższy nakład gazety w województwie pomorskim

2.2.3 Kryterium cząstkowe (ZT₃): „Ilość realnych użytkowników w miesiącu odwiedzających regionalną stronę internetową gazety na podstawie badania Megapanel PBI/Gemius realizowane przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius SA. za miesiąc kwiecień 2015 r.” z wagą 6% (6 pkt.) będzie wyliczane następująco:

$$ZT_3 = [ZT_N / ZT_R \times 6\%] \times 100$$

ZT₃ – ilość punktów dla kryterium

ZT_N – ilość realnych użytkowników w miesiącu odwiedzających regionalną stronę internetową gazety oferty rozpatrywanej

ZT_R – najwyższa ilość realnych użytkowników w miesiącu odwiedzających regionalną stronę internetową gazety

2.2.4 Kryterium cząstkowe (ZT₄): „Ilość billboardów o rozmiarze 6 x 3 m. w Trójmieście” z wagą 3% (3 pkt.) będzie wyliczane następująco:

Za 40 – 35 szt. billboardów zlokalizowanych w Trójmieście – 3 pkt.

Za 34 – 30 szt. billboardów zlokalizowanych w Trójmieście – 1 pkt

2.2.5 Kryterium cząstkowe (ZT₅): „Ilość citylightów w Trójmieście” z wagą 3% (3 pkt.) będzie wyliczane następująco:

Za 30 – 25 szt. citylightów zlokalizowanych w Trójmieście – 3 pkt.

Za 24 – 20 szt. citylightów zlokalizowanych w Trójmieście – 1 pkt

2.2.6 Kryterium cząstkowe (ZT₆): „Ilość cityscrolli w Trójmieście” z wagą 3% (3 pkt.) będzie wyliczane następująco:

Za 10 – 8 szt. citylightów zlokalizowanych w Trójmieście – 3 pkt.

Za 7 – 5 szt. citylightów zlokalizowanych w Trójmieście – 1 pkt

Zamawiający informuje, iż w przypadku gdy Wykonawca nie opisze w wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej jednej lub więcej wymaganych w/w informacji otrzyma 0 pkt. za kryterium cząstkowe, które nie zostało opisane w w/w koncepcji.

W ramach wyżej wymienionego podkryterium punkty zostaną przyznane indywidualnie przez członków komisji przetargowej (oprócz sekretarza komisji przetargowej).

Indywidualne oceny członków komisji przetargowej odnoszące się do ww. kryteriów cząstkowych zostaną zsumowane, a następnie suma ocen indywidualnych zostanie podzielona przez liczbę osób dokonujących oceny

2.3) dla podkryterium „Event” (E) – waga kryterium 20% (20 pkt) i dotyczy:

Zaproponowane działania promocyjne powinny mieć na celu dotarcie za pośrednictwem mediów z informacją o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 do wskazanych grup docelowych.

Podkryterium „Eventy” (E) będzie wyliczane następująco:

$$E = E_1 + E_2 + E_3$$

gdzie:

E₁ – kryterium cząstkowe „Koncept i scenariusz eventów”

E₂ – kryterium cząstkowe „Koncepcja zaangażowania mediów”,

E₃ – kryterium cząstkowe „Zabezpieczenie techniczne relacji transmisji radiowej na żywo”,

2.3.1 Kryterium cząstkowe (E₁): „Koncept i scenariusz eventów” z wagą 10% będzie wyliczane następująco:

Koncept i scenariusz eventów - waga kryterium 10% (10 pkt)

Zamawiający oceni spójność zaproponowanego konceptu z założeniami merytorycznymi briefu, atrakcyjność oraz pomysłowość przedstawionych wydarzeń. Zaproponowane działania promocyjne powinny mieć na celu zachęcenie jak największej liczby osób do uczestnictwa w wydarzeniu oraz dotarcie za pośrednictwem mediów z informacją o Regionalnym Programie

Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 dla wskazanych grup docelowych.

Ocena kryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis kryterium	Liczba punktów
1.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie i nie zachęcają do udziału w wydarzeniu.	0
2.	Przedstawiony zarys konceptu nie jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu, lub zaproponowane działania nie są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie i nie zachęcają do udziału w wydarzeniu.	5
3.	Przedstawiony zarys konceptu jest spójny z założeniami merytorycznymi briefu. Zaproponowane działania są dostosowane do grupy docelowej wskazanej w briefie i zachęcają do udziału w wydarzeniu.	10

2.3.2 Kryterium częściowe (E₂): „Koncepcja zaangażowania mediów” z wagą 6% (6 pkt) będzie wyliczane następująco:

- emisja relacji z eventu w radiu regionalnym powyżej 30 minut – 6 pkt
- emisja relacji z eventu w radiu regionalnym od 29 minut do 20 minut – 4 pkt
- emisja relacji z eventu w radiu regionalnym od 12 minut do 19 minut – 3 pkt

2.3.3 Kryterium częściowe (E₃): „Zabezpieczenie techniczne relacji transmisji radiowej na żywo” z wagą 4% (4 pkt) będzie wyliczane następująco:

- wykorzystanie wozu satelitarnego 4 pkt.
- wykorzystanie stałego łącza internetowego 2 pkt.

Zamawiający informuje, iż w przypadku gdy Wykonawca nie opíše w wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej jednej lub więcej wymaganych w/w informacji otrzyma 0 pkt. za kryterium częściowe, które nie zostało opisane w w/w koncepcji.

W ramach wyżej wymienionego podkryterium punkty zostaną przyznane indywidualnie przez członków komisji przetargowej (oprócz sekretarza komisji przetargowej).

Indywidualne oceny członków komisji przetargowej odnoszące się do ww. kryteriów częściowych zostaną zsumowane, a następnie suma ocen indywidualnych zostanie podzielona przez liczbę osób dokonujących oceny

UWAGA – dotyczy wszystkich podkryteriów oraz kryteriów częściowych:

1. Wykonawca do Oferty winien dołączyć wstępną koncepcję kampanii promocyjnej, na podstawie której Zamawiający dokona oceny ofert w w/w podkryteriach.
2. Na wstępną koncepcję kampanii promocyjnej, składają się następujące informacje:
 - 1) Kreacja (K) wraz z kryteriami częściowymi
 - 2) Dotarcie poprzez media do grupy docelowej (ZT) wraz z kryteriami częściowymi

3) Eventy (E) wraz z kryteriami częściowymi

3. W przypadku nie dołączenia do oferty wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej, oferta Wykonawcy uzyska „0” punktów za w/w kryterium.
4. W przypadku nie dołączenia do oferty poszczególnych informacji częściowych wymaganych w wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej, oferta Wykonawcy uzyska „0” punktów w nie opisanych kryteriach częściowych.

3. Sposób obliczenia całkowitej liczby punktów:

$$P = C + WK$$

P – całkowita liczba punktów dla rozpatrywanej oferty

C – liczba punktów uzyskanych w kryterium „Cena”

WK – liczba punktów uzyskanych w kryterium „Wstępna koncepcja kampanii promocyjnej”

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
6. Komisja przetargowa poprawi w ofertach:
 - 1) oczywiste omyłki pisarskie;
 - 2) oczywiste omyłki rachunkowe;
 - 3) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z SIWZ, nie powodujące istotnych zmian w treści oferty, niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
7. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.

XVI. Zasady i tryb wyboru najkorzystniejszej oferty.

1. Wyboru najkorzystniejszej oferty dokonuje Zamawiający po uprzednim sprawdzeniu, porównaniu i ocenie ofert przez komisję przetargową na podstawie kryteriów oceny określonych w rozdziale XV SIWZ.
2. Oferta wykonawcy zostanie odrzucona, jeżeli:
 - 2) będzie niezgodna z ustawą;
 - 3) jej treść nie będzie odpowiadać treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, z zastrzeżeniem rozdziału XV ust. 6 pkt 3) SIWZ,
 - 4) jej złożenie stanowiło będzie czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;
 - 5) będzie zawierała rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia;
 - 6) zostanie złożona przez wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia;

- 7) będzie zawierać błędy w obliczeniu ceny;
 - 8) wykonawca w terminie 3 dni od dnia otrzymania zawiadomienia nie zgodzi się na poprawienie omyłek, o których mowa w rozdziale XV ust. 6 pkt 3) SIWZ;
 - 9) będzie nieważna na podstawie odrębnych przepisów.
3. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą ocenę w oparciu o przyjęte kryterium.

XVII. Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

Zamawiający nie żąda w niniejszym postępowaniu wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

XVIII. Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, ogólne warunki umowy.

1. Istotne dla stron postanowienia zostały wskazane we wzorze umowy, który stanowi załącznik nr 8 do SIWZ.
2. Umowa zostanie zawarta w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Do umowy mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego, jeżeli przepisy ustawy nie stanowią inaczej.
4. Umowa jest jawna i podlega udostępnieniu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej.
5. Wszelkie zmiany zawartej umowy będą wymagały pisemnego aneksu pod rygorem nieważności.
6. Istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty mogą dotyczyć:
 - 1) zmiany warunków i terminów płatności;
 - 2) zmiany sposobu realizacji zamówienia, jeśli rozwiązania zaproponowane przez Zamawiającego lub Wykonawcę przyczyni się do uzyskania wyższej jakości końcowej zamówienia, przy czym zmiana ta nie będzie miała wpływu na wysokość wynagrodzenia Wykonawcy;
 - 3) zmiany terminów wskazanych w § 1 ust.2 pkt 2.2 ppkt 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1, 2.4.2, 2.5.1 oraz § 6 wzoru umowy.
7. Zmiany, o których mowa w ust. 6 mogą nastąpić w uzasadnionych przypadkach:
 - 1) ust. 6 pkt 1) -2) mogą nastąpić w przypadku:
 - a) wystąpienia „siły wyższej”. Pod pojęciem siły wyższej Zamawiający rozumie okoliczności, które pomimo zachowania należytej staranności są nieprzewidywalne oraz, którym nie można zapobiec lub przeciwstawić się skutecznie.
 - b) gdy zmiany te są korzystne dla Zamawiającego.
 - 2) w zakresie ust. 6 pkt 1 w przypadku zmian powszechnie obowiązujących przepisów w trakcie realizacji umowy, z wyłączeniem zmian przepisów dotyczących zwiększenia wysokości podatku VAT.
 - 3) w zakresie ust. 6 pkt 3 mogą nastąpić gdy:
 - a) ich utrzymanie nie jest możliwe z przyczyn niezawinionych lub niezależnych od stron
 - b) wystąpienia „siły wyższej”. Pod pojęciem siły wyższej Zamawiający rozumie okoliczności, które pomimo zachowania należytej staranności są nieprzewidywalne oraz, którym nie można zapobiec lub przeciwstawić się skutecznie.
 - c) w przypadku przedłużenia się terminu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia,
8. Wykonawca wnioskujący o zmianę Umowy, przedłoży Zamawiającemu pisemne uzasadnienie konieczności wprowadzenia zmian do Umowy, określając jednocześnie nowy termin realizacji zamówienia.

XIX. Sposób porozumiewania się z wykonawcami

1. Do kontaktowania się z wykonawcami upoważniony:

w sprawach proceduralnych

p. Sławomir Klos - pracownik Departamentu Zamówień Publicznych i Administracji

w sprawach merytorycznych:

p.

2. Wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Wykonawcy przekazują pisemnie na adres Zamawiającego lub faksem na numer (58) 32 68 557 lub e-mailem: zampub@pomorskie.eu, analogicznie wszystkie oświadczenia, wyjaśnienia, zawiadomienia oraz informacje Zamawiającego będą dostarczane Wykonawcom w tej samej formie - **z zastrzeżeniem, że dokumenty i oświadczenia uzupełniane w trybie art. 26 ust. 3 ustawy Pzp muszą być dostarczone w formie pisemnej tj. pocztą na adres Zamawiającego.**
3. W przypadku braku potwierdzenia otrzymania wiadomości przez Wykonawcę, Zamawiający domniema, iż pismo wysłane przez Zamawiającego na numer faksu lub adres e-mailowy podany przez Wykonawcę zostało mu doręczone w sposób umożliwiający zapoznanie się Wykonawcy z treścią pisma.

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

1. Wykonawcom, także innym podmiotom, jeżeli mają lub mieli interes w uzyskaniu zamówienia oraz ponieśli lub mogą ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Pzp, przysługują środki ochrony prawnej.
2. Odwołanie przysługuje wyłącznie wobec czynności:
 - 1) opisu sposobu oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu,
 - 2) wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia,
 - 3) odrzucenia oferty odwołującego.
3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w terminie 5 dni od dnia przesłania informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej formę jego wniesienia – jeżeli zostały przesłane faxem lub drogą elektroniczną, albo terminie 10 dni - jeżeli zostały przesłane w inny sposób.
4. Odwołanie wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, a także wobec postanowień SIWZ, wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia o zamówieniu w Biuletynie Zamówień Publicznych lub SIWZ na stronie internetowej.
- 5.. Pozostałe postanowienia dotyczące środków ochrony prawnej regulują przepisy Działu VI Pzp. Wykonawca może, w terminie przewidzianym do wniesienia odwołania poinformować Zamawiającego o niezgodnej z przepisami ustawy Pzp czynności podjętej przez niego lub zaniechaniu czynności, do której jest on zobowiązany na podstawie ustawy, na które nie przysługuje odwołanie na podstawie art. 180 ust. 2

*Załącznik nr 1 do SIWZ
Załącznik nr 2 do Umowy*

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Etap I – przygotowanie kreacji na potrzeby kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015”.

1. Opracowanie przez Wykonawcę konceptu przewodniego dla kampanii na podstawie briefu dla kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015”, stanowiącego załącznik nr 2 do umowy, w terminie 3 (trzech) dni od dnia podpisania umowy. Opis konceptu powinien obejmować informację o przesłaniu, jakie powinno towarzyszyć realizowanej kampanii promocyjnej funduszy europejskich „Zmieniamy Pomorskie 2015” wraz z uzasadnieniem. Koncept musi zawierać się w przedziale 3000-5000 znaków bez spacji.

1.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek merytorycznych do przesłanego przez Wykonawcę konceptu w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od dnia ich otrzymania. (Zamawiający przez jeden dzień roboczy rozumie dni tygodnia od poniedziałku do piątku).

1.2 Wykonawca prześle Zamawiającemu poprawiony koncept w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia poprawek przez Zamawiającego.

1.3 Zamawiający dokona akceptacji poprawionego przez Wykonawcę konceptu w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty otrzymania opisu zgodnego z wniesionymi przez Zamawiającego poprawkami.

2. Opracowanie przez Wykonawcę, w terminie 3 (trzech) dni od dnia podpisania umowy, 3 (trzech) haseł reklamowych wskazujących na efektywne wykorzystanie funduszy europejskich w województwie pomorskim, które będą wykorzystywane w trakcie kampanii.

2.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek i uwag do zaprezentowanych przez Wykonawcę haseł w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

2.2 Wykonawca prześle poprawione hasła w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia poprawek przez Zamawiającego.

2.3 Zamawiający dokona akceptacji poprawionych haseł w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty otrzymania materiału zgodnego z wniesionymi poprawkami.

3. Opracowanie przez Wykonawcę w uzgodnieniu z Zamawiającym w terminie 3 (trzech) dni od podpisania umowy projektów kreacji graficznych oraz projektu kreacji audio (reklama radiowa) w postaci:

- a) jednego projektu graficznego ogłoszenia w formie paska informacyjnego o wymiarach nie mniejszych niż 15x10 cm, z zapowiedzią na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- b) jednego projektu graficznego reklamy na nośniki typu billboard o powierzchni minimum 6x3 m, na nośniki typu citylight oraz na nośniki typu cityscroll, ramki w wagonach PKM Szybka Kolej Miejska w Trójmieście Sp. z o.o. (dalej zwana SKM Trójmiasto) i gablotach SKM Trójmiasto,
- c) jednego projektu graficznego bannera reklamowego na powłokę balonu latającego,
- d) jednego projektu graficznego na potrzeby 17-tu całostronicowych ogłoszeń prasowych,
- e) jednego projektu graficznego na potrzeby 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w layoutie dziennika regionalnego,
- f) jednego projektu graficznego na potrzeby 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej związanej z publikacją zdjęć i prac laureatów konkursów na łamach dziennika regionalnego,

- g) jednego projektu graficznego na potrzeby całostronicowego artykułu sponsorowanego w dzienniku regionalnym,
- h) jednego projektu graficznego na potrzeby ½ stronicowego ogłoszenia o konkursach w dzienniku regionalnym i ½ stronicowego podsumowania wyników konkursów,
- i) jednego projektu graficznego mapy rowerowej Trójmiasta zgodnie z następującymi parametrami: zadruk dwustronny, w pełnym kolorze, na papierze matowym do zastosowań mapowych o gramaturze 90-125 g/m², w rozmiarze 98 x 68 cm, składanej „w harmonię” do wielkości około 13 x 22 cm (liczba łamań 7 x 3),
- j) jednego projektu graficznego mapy rowerowej województwa pomorskiego zgodnie z następującymi parametrami: zadruk dwustronny, w pełnym kolorze, na papierze matowym do zastosowań mapowych o gramaturze 90-125 g/m², w rozmiarze 98 x 68 cm, składanej „w harmonię” do wielkości około 13 x 22 cm (liczba łamań 7 x 3),
- k) jednego projektu graficznego reklamy w formacie JPEG lub GIF lub FLASH lub JavaScript na potrzeby emisji w wydaniu internetowym prasy oraz na stronie internetowej radia regionalnego wg następujących parametrów: minimalny rozmiar banneru 750 x 200 px,
- l) jednego scenariusza 45-sekundowej reklamy radiowej.

3.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek i uwag do przesłanych przez Wykonawcę umowy projektów kreacji graficznych i projektu kreacji audio w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

3.2 Wykonawca prześle Zamawiającemu poprawione projekty kreacji graficznych oraz projekt kreacji audio w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia poprawek przez Zamawiającego.

3.3 Zamawiający dokona akceptacji poprawionych przez Wykonawcę projektów kreacji graficznych oraz projektu kreacji audio w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty otrzymania od Wykonawcy projektów graficznych i projektów graficznych wraz z tekstem, zgodnych z wniesionymi przez Zamawiającego poprawkami.

4. Opracowanie przez Wykonawcę w uzgodnieniu z Zamawiającym w terminie 3 (trzech) dni od podpisania umowy koncepcji:

- a) 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w formie wydania specjalnego do dziennika regionalnego,
- b) 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego,
- c) rowerowej mapy Trójmiasta na podstawie przygotowanego projektu graficznego,
- d) rowerowej mapy województwa pomorskiego na podstawie przygotowanego projektu graficznego,
- e) 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych w dzienniku regionalnym oraz w jego wydaniu internetowym na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich woj. pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,
- f) 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie dla młodzieży gimnazjalnej, ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych, o powierzchni ½ strony w dzienniku regionalnym oraz jego wydaniu internetowym,
- g) 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy dla młodzieży gimnazjalnej, ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych, o powierzchni ½ strony w dzienniku regionalnym,
- h) 15 (piętnastu) audycji radiowych o długości minimum 5 minut, dotyczących startupów założonych dzięki wsparciu funduszy europejskich,

- i) 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda, wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo podczas każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji z 16 powiatów ziemskich woj. pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście.

4.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek i uwag do przesłanych przez Wykonawcę koncepcji, w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

4.2 Wykonawca prześle Zamawiającemu poprawione koncepcje w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia poprawek przez Zamawiającego.

4.3 Zamawiający dokona akceptacji poprawionych przez Wykonawcę koncepcji w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty otrzymania od Wykonawcy koncepcji zgodnych z wniesionymi przez Zamawiającego poprawkami.

5. Wykonawca przy tworzeniu kreacji graficznych i kreacji audio oraz ww. koncepcji zobowiązuje się m.in. do stosowania Wytycznych w zakresie informacji i promocji projektów dofinansowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, stanowiących załącznik nr 11 do Zasad Wdrażania RPO 2014-2020. Dokument zostanie przekazany Wykonawcy drogą elektroniczną w dniu podpisania umowy.

Etap II – kampania prasowa

1. Przeprowadzenie kampanii „Zmieniamy Pomorskie 2015” w jednym tytule prasy codziennej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, poprzez publikację: reklam prasowych, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach i podsumowań konkursów, w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku, obejmującej:

a) dokonanie przez Wykonawcę zakupu powierzchni reklamowej na potrzeby emisji:

- 17 (siedemnastu) ogłoszeń w formie paska informacyjnego z zapowiedzią o wymiarach nie mniejszych niż 15 x 10 cm, na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych ogłoszeń prasowych,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w ostatnim tygodniu kampanii w prasie, w dniu największego tygodniowego nakładu,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu największego nakładu dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,
- 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie,
- 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy, o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie.

b) wykonanie (na podstawie kreacji graficznej i opracowanych koncepcji) oraz opublikowanie przez Wykonawcę na łamach dziennika regionalnego:

- 17 (siedemnastu) ogłoszeń w formie paska informacyjnego z zapowiedzią o wymiarach nie mniejszych niż 15 x 10 cm, na stronie tytułowej dziennika regionalnego,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych ogłoszeń prasowych,

- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu największego tygodniowego nakładu,
- 1 (jednej) czterostronicowej wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane na łamach dziennika regionalnego w ostatnim tygodniu kampanii, w dniu jego największego nakładu,
- 17 (siedemnastu) całostronicowych artykułów sponsorowanych na temat inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji | w Trójmieście,
- 4 (czterech) ogłoszeń o konkursie o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie,
- 4 (czterech) ogłoszeń podsumowujących konkursy o powierzchni ½ strony każde ogłoszenie.

c) dokonanie innych niezbędnych czynności w celu zamieszczenia ogłoszeń i wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie i podsumowań konkursów w dzienniku regionalnym.

1.1 Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu plików poglądowych projektów ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie, podsumowań konkursów w terminie do 3 (trzech) dni roboczych przed ich pierwszą emisją.

1.2 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag i poprawek do przesłanych plików poglądowych projektów ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie, podsumowań konkursów w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

1.3 Wykonawca prześle poprawione pliki poglądowe projektów ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie, podsumowań konkursów w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia uwag przez Zamawiającego.

1.4 Zamawiający dokona akceptacji plików poglądowych projektów ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie, podsumowań konkursów przesłanych przez Wykonawcę najpóźniej w dzień poprzedzający ich publikację.

2. Wykonawca przeprowadzi na łamach dziennika regionalnego konkursy o tematyce funduszy europejskich w regionie, dla czterech kategorii wiekowych, tj. dla młodzieży gimnazjalnej, młodzieży ponadgimnazjalnej, dzieci w wieku przedszkolnym oraz uczniów szkół podstawowych. Z tym zastrzeżeniem, że konkursy dla młodzieży gimnazjalnej i młodzieży ponadgimnazjalnej muszą być konkursami fotograficznymi, natomiast konkursy dla dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów szkół podstawowych muszą być konkursami plastycznymi.

2.1 Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania koncepcji ww. konkursów.

2.2 Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania regulaminu ww. konkursów, a następnie opublikuje je na stronie internetowej dziennika regionalnego, w czasie ich trwania. W ramach przygotowanych regulaminów konkursów Zamawiający zobowiązuje się do uzyskania od uczestników konkursów praw autorskich do wykorzystania ich prac w ramach przedmiotowej kampanii oraz na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego. W ramach przygotowanych regulaminów konkursów Zamawiający zobowiązuje się ponadto do uzyskania od uczestników konkursów zgody na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego.

2.3 Wykonawca ufunduje nagrody rzeczowe dla uczestników konkursów w obu kategoriach na łączną kwotę: 12 000 zł, w tym I nagroda o wartości 1500 zł x 4, II nagroda o wartości 1000 zł x 4, III

nagroda o wartości 500 zł x 4 (po jednej nagrodzie I, II i III dla każdej z kategorii wiekowych). Ewentualne obciążenia fiskalne z tytułu przyznanych nagród ponosi Wykonawca.

2.4 Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia do akceptacji Zamawiającego koncepcji konkursów oraz regulaminów konkursów w terminie do 3 (trzech) dni roboczych przed ich ogłoszeniem.

2.5 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag i poprawek do przesłanych koncepcji konkursów i regulaminów konkursów w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

2.6 Wykonawca prześle poprawione koncepcje konkursów i regulaminy konkursów w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia uwag przez Zamawiającego.

2.7 Zamawiający dokona akceptacji koncepcji konkursów i regulaminów konkursów przesłanych przez Wykonawcę najpóźniej w dzień poprzedzający publikację ogłoszeń o konkursach.

3. Wykonawca dokona publikacji ogłoszeń, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursie oraz podsumowań konkursów w dzienniku regionalnym zgodnie z następującymi założeniami:

- a) prasa drukowana, jeden tytuł (dziennik) o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o nakładzie dziennym na województwo pomorskie minimum 12 000 egzemplarzy,
- b) format ogłoszenia w formie paska informacyjnego: min. 15 x 10 cm na stronie tytułowej,
- c) format ogłoszenia prasowego: cała strona,
- d) format wkładki prasowej: 4 strony,
- e) format artykułu sponsorowanego: 1 strona,
- f) format ogłoszeń o konkursach: ½ strony,
- g) format ogłoszenia podsumowującego konkursy: ½ strony,
- h) miejsce ekspozycji ogłoszeń prasowych, wkładek prasowych, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach, podsumowań konkursów: kolumny redakcyjne, full kolor.

4. W ramach przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązuje się ponadto do emisji w wydaniu internetowym dziennika regionalnego:

- a) stworzonego przez Wykonawcę na podstawie projektu graficznego banneru internetowego o wymiarach min. 750x200 px, w wydaniu internetowym gazety w terminie pokrywającym się z datami emisji w prasie, zgodnie z następującymi parametrami: minimalna liczba odsłon – 200 tysięcy, geotargetowanie na woj. pomorskie, czas emisji – 17 dni, capping – 3,
- b) emisji treści z 2 (dwóch) wkładek prasowych w dniach ich emisji w wydaniu papierowym dziennika regionalnego,
- c) emisji 17 (siedemnastu) artykułów sponsorowanych w dniach ich emisji w wydaniu papierowym dziennika regionalnego,
- d) emisji 5 (pięciu) pięciominutowych videorelacji dotyczących tematyki artykułów sponsorowanych, stanowiących skróconą wersję wizualną z wybranych 17 artykułów sponsorowanych,
- e) 4 (czterech) emisji ogłoszeń o konkursach i 4 (czterech) informacji podsumowujących konkursy w trakcie ich trwania,
- f) emisji minimum 17 (siedemnastu) postów na stronach mediów społecznościowych dziennika regionalnego.

Etap III – kampania radiowa

1. Przeprowadzenie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w stacji radiowej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o tematyce regionalnej dotyczącej województwa pomorskiego w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku poprzez:

a) dokonanie przez Wykonawcę zakupu czasu antenowego na potrzeby emisji:

- 135 (stu trzydziestu pięciu) reklam o długości 45 sekund każda, na antenie rozgłośni o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, w dniach od poniedziałku do piątku (9 emisji dziennie x 15 dni emisyjnych, w tym 3 emisje poranne, 3 emisje popołudniowe i 3 emisje wieczorne),
- 15 (piętnastu) programów o długości minimum 5 minut każdy na temat startupów,
- 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo z każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji na antenie rozgłośni. Relacje muszą dotyczyć inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,

b) realizację (na podstawie przygotowanej kreacji audio oraz koncepcji) oraz emisję:

- 45-sekundowej reklamy oraz jej 135-krotną emisję na antenie rozgłośni o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie, w dniach od poniedziałku do piątku (9 emisji dziennie x 15 dni emisyjnych, w tym 3 emisje poranne, 3 emisje popołudniowe i 3 emisje wieczorne),
- 15 (piętnastu) programów o długości minimum 5 minut każdy na temat startupów,
- 17 (siedemnastu) relacji radiowych o długości minimum 12 minut każda wraz z minimum 2-minutowym wejściem na żywo z każdej relacji oraz konkursem w każdym dniu emisji relacji na antenie rozgłośni. Relacje muszą dotyczyć inwestycji i projektów sfinansowanych ze środków funduszy europejskich w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz na terenie jednej lokalizacji w Trójmieście,

c) dokonanie innych niezbędnych czynności w celu zamieszczenia reklam, programów na temat startupów oraz relacji radiowych w stacji radiowej o zasięgu regionalnym na województwo pomorskie o tematyce regionalnej dot. województwa pomorskiego.

1.1 Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu plików audio zawierających zrealizowaną reklamę radiową, programy o startupach oraz relacje radiowe w terminie 3 (trzech) dni roboczych przed ich pierwszą emisją.

1.2 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag i poprawek do przesłanych plików audio zawierających zrealizowaną reklamę radiową, programy o startupach oraz relacje radiowe w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

1.3 Wykonawca prześle poprawione pliki audio zawierające zrealizowaną reklamę radiową, programy o startupach oraz relacje radiowe w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia uwag przez Zamawiającego.

1.4 Zamawiający dokona akceptacji plików audio zawierających zrealizowaną reklamę radiową, programy o startupach oraz relacje radiowe przesłanych przez Wykonawcę najpóźniej w dzień poprzedzający ich emisję.

2. Wykonawca przeprowadzi na antenie konkurs wiedzy o funduszach europejskich dla słuchaczy.

2.1 Wykonawca przygotowuje koncepcję konkursu.

2.2 Wykonawca przygotowuje regulamin konkursu, a następnie opublikuje go na stronie internetowej rozgłośni radiowej w czasie jego trwania. W ramach przygotowanego regulaminu konkursu Zamawiający zobowiązuje się do uzyskania od uczestników konkursów zgody na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego.

2.3 Wykonawca ufunduje nagrody rzeczowe dla uczestników konkursu na łączną kwotę: 3400 zł, tj. 17 nagród rzeczowych po 200 zł każda. Ewentualne obciążenia fiskalne z tytułu przyznanych nagród ponosi Wykonawca.

2.4 Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia do akceptacji Zamawiającemu koncepcji konkursu oraz regulaminu konkursu w terminie 3 (trzy) dni roboczych przed jego ogłoszeniem.

2.5 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag i poprawek do przesłanej koncepcji konkursu i regulaminu konkursu w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

2.6 Wykonawca wniesie wymagane poprawki w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia uwag przez Zamawiającego.

2.7 Zamawiający dokona akceptacji koncepcji konkursu i regulaminu konkursu najpóźniej w dzień poprzedzający ich emisję na antenie.

3. Wykonawca dokona emisji reklam, programów o startupach i relacji radiowych wraz z konkursem w jednej rozgłośni radiowej o zasięgu regionalnym zgodnie z następującymi założeniami:

- a) zasięg: województwo pomorskie,
- b) słuchalność dzienna w dni powszednie: minimum 6 %.

4. Wykonawca zobowiązuje się do umieszczenia skrótów lub całości programów i relacji na stronie internetowej rozgłośni oraz umieści minimum 17 (siedemnaście) postów na stronach mediów społecznościowych rozgłośni, powiązanych tematycznie z relacjami radiowymi.

Etap IV- kampania outdoor

1. Przeprowadzenie kampanii na nośnikach typu outdoor zlokalizowanych na terenie województwa pomorskiego, w terminie od 1.10 do 15.10.2015 roku, obejmującej:

- a) zakup powierzchni reklamowej na:
 - 40 (czterdziestu) nośnikach, o wymiarach minimum 3 x 6 m (+/- 10%)
 - 30 (trzydziestu) nośnikach typu citylight o wymiarach 1,8 x 1,2 m (+/- 10%)
 - 10 (dziesięciu) nośnikach typu cityscroll o wymiarach 3,54 x 2,47 m (+/- 10%)
- b) przygotowanie (na podstawie projektu graficznego reklamy outdoor) i wydrukowanie przez Wykonawcę:
 - 40 (czterdziestu) reklam przeznaczonych na nośniki typu billboard,
 - 30 (trzydziestu) reklam na nośniki typu citylight,
 - 10 (dziesięciu) reklam na nośniki cityscroll,
- c) podjęcie wszystkich niezbędnych działań w celu zamieszczenia reklamy na nośnikach zewnętrznych, w tym umieszczenia reklam na ww. nośnikach.

1.1 Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu lokalizacji nośników odpowiadającej dwukrotności każdego z typów nośników planowanych do wykorzystania w ramach kampanii. Nośniki muszą być zlokalizowane przy głównych ciągach komunikacyjnych i głównych arteriach komunikacyjnych Trójmiasta. W przypadku braku wystarczającej ilości nośników o

wymiarach 3x6 m na terenie Trójmiasta Zamawiający dopuszcza ich umieszczenie przy głównych arteriach komunikacyjnych województwa pomorskiego lub wykorzystanie nośników 3 x 4 m.

1.2 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu wykaz nośników najpóźniej w terminie do 5 (pięciu) dni roboczych przed zamieszczeniem pierwszych reklam.

1.3 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do zaproponowanych lokalizacji w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty ich otrzymania.

1.4 Wykonawca prześle poprawioną listę lokalizacji w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty wniesienia uwag przez Zamawiającego.

1.5 Zamawiający dokona akceptacji lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę w terminie 1 (jednego) dnia roboczego od daty otrzymania lokalizacji zgodnych z wniesionymi przez Zamawiającego poprawkami.

2. Przeprowadzenie reklamy w SKM Trójmiasto w terminie od 25.09 do 16.10.2015 roku poprzez emisję reklamy:

- a) w ramach wewnątrz wagonów SKM Trójmiasto. Wymiary plakatów: 411 x 588 mm. Emisja w terminie od 25.09 do 16.10 br. w ilości 60 sztuk.
- b) w gablotach na peronach SKM Trójmiasto. Wymiary plakatów: 841 x 1189 mm. Emisja w terminie od 25.09 do 16.10 br. w ilości 5 sztuk.

2.1 Wykonawca zobowiązany jest do wydrukowania, wyklejenia i zdjęcia plakatów przygotowanych na powyższe nośniki z uwzględnieniem specyfikacji technicznej dostawcy nośników (w tym ilość niezbędnej nadwyżki plakatów).

2.2 Ostateczny termin wyklejenia/zamieszczenia plakatów na w ramach pociągów SKM Trójmiasto i na peronach SKM Trójmiasto mija na 24 godziny przed początkową datą emisji.

2.3 Zamawiający nie wymaga zdejmowania czy zaklejania plakatów z nośników w terminie kończącym ich emisję, jednak ewentualna emisja dłuższa, niż określono, będzie realizowana na koszt Wykonawcy.

Etap V – minieventy dla mieszkańców woj. pomorskiego

1. Przeprowadzenie 17 (siedemnastu) minieventów zrealizowanych w 16 powiatach ziemskich województwa pomorskiego oraz jednej lokalizacji w Trójmieście, w terminach pokrywających się z relacjami prasowymi oraz relacjami radiowymi, tj. od 25.09 do 16.10.2015 roku.

1.1 Czas trwania każdego z 17 (siedemnastu) minieventów musi wynieść minimum 2 godziny, między godziną 10.00 a 18.00.

1.2 Lokalizacje minieventów w danym powiecie muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego i jeśli to konieczne, posiadać wymaganą przepisami prawa zgodę na ich przeprowadzenie w danej lokalizacji.

1.3 Wykonawca zapewni na potrzeby wszystkich minieventów obsługę składającą się z minimum: dwóch osób do obsługi trucka, dwóch hostess do dystrybucji materiałów prasowych, jednego dziennikarza prasowego, jednego dziennikarza radiowego, którzy będą komunikować mieszkańcom cele realizacji kampanii w trakcie trwania minieventów.

1.4 Wykonawca zobowiązuje się do oznakowania miejsca realizacji minieventów w elementy promocyjne Zamawiającego oraz elementy promocyjne wydawcy radiowego oraz wydawcy prasowego.

1.5 Wykonawca zapewni na potrzeby każdego z eventów minimum: dwa stoły, osiem krzeseł i dwa parasole stojące.

1.6 Wykonawca zabezpieczy na potrzeby wszystkich minieventów truck z kawą i herbatą dla mieszkańców. Minimalna liczba napojów do rozdysponowania wśród mieszkańców każdego z powiatów powinna wynieść 300 sztuk x 17 lokalizacji minieventów.

1.7 Wykonawca przygotuje na potrzeby wszystkich 17 minieventów minimum łącznie 5500 sztuk papierowych kubków o poj. minimum 250 ml (około 300 sztuk na każde wydarzenie).

1.8 Wykonawca oznakuje kubki zgodnie z oczekiwaniami Zamawiającego.

1.9 Wykonawca wykona (na podstawie projektu graficznego i koncepcji), a następnie wydrukuje 20 000 map rowerowych Trójmiasta i 20 000 map rowerowych województwa pomorskiego przygotowane zgodnie z parametrami określonymi w pkt. 2.1.4 lit c i d. oraz dostarczy je na miejsce realizacji wszystkich minieventów po około 1100 sztuk każdej mapy na każdy z minieventów.

1.10 Wykonawca dostarczy na potrzeby 17 minieventów po 1000 sztuk (łącznie 17 000 sztuk) aktualnego wydania dziennika regionalnego, które będzie nieodpłatnie rozdawane w miejscowościach, w których będą odbywać się minieventy.

1.11 Wykonawca dostarczy na miejsce realizacji wszystkich minieventów po 1000 sztuk (łącznie 17 000 sztuk) wkładki prasowej w formie wydania specjalnego dziennika regionalnego.

1.12 Wykonawca dostarczy na miejsce realizacji ostatniego z eventów 1000 sztuk wkładki prasowej podsumowującej konkursy zrealizowane w dzienniku regionalnym.

1.13 Wykonawca zabezpieczy na czas realizacji eventów dostęp do mediów niezbędnych do prowadzenia eventów, w tym energię elektryczną oraz dostęp do bezprzewodowego Internetu dla uczestników wydarzeń.

1.14 Wykonawca zabezpieczy na potrzeby wszystkich minieventów sprzęt nagłaśniający, umożliwiający przekazanie mieszkańcom i uczestnikom wszystkich minieventów komunikatu dotyczącego realizowanej kampanii promocyjnej funduszy europejskich.

1.15 Zamawiający, ze względu na czas trwania eventu (minimum 2 h) nie wymaga zapewnienia mobilnych toalet.

2. Wykonawca zapewni na miejscu realizacji wszystkich minieventów balon latający, a następnie umieści na jego powłoce dwa bannery reklamowe o powierzchni między 40 a 60 m2 każdy.

2.1 Bannery reklamowe muszą zostać przygotowane przez Wykonawcę zgodnie z opracowanym projektem graficznym.

2.2 Balon musi operować w 16 powiatach ziemskich przez minimum 2 h w trakcie trwania każdego z minieventów oraz trzykrotnie przez 4 h na terenie na terenie Trójmiasta.

Etap VI – raport pokampanijny

1. Wykonawca przygotowuje i dostarczy Zamawiającemu do dnia 16.11.2015 roku. raport z realizacji kampanii zawierający co najmniej:

- a) pliki graficzne związane z kreacją kampanii, w tym concept przewodni, hasła, pliki graficzne przygotowanych projektów graficznych oraz pliki tekstowe i audio, które powstały w trakcie realizacji kampanii,
- b) pojedyncze egzemplarze dziennika regionalnego, w których pojawiły się ogłoszenia, wkładki prasowe, artykuły sponsorowane, ogłoszeń o konkursach, podsumowania konkursów zamieszczone przez Wykonawcę,
- c) printscreeny ze stron www, gazety internetowej wskazujące na umieszczenie ogłoszeń, wkładek, artykułów sponsorowanych, ogłoszeń o konkursach i podsumowań konkursów,
- d) pliki video i audio zawierające 5 videorelacji oraz 17 minimum 12 minutowych relacji radiowych wraz z konkursami,
- e) dokumentację fotograficzną z minieventów zawierających minimum 15 zdjęć z każdej lokalizacji, dokumentujących pracę Wykonawcy,

-
- f) płytę CD zawierającą zdjęcia każdego z nośników reklamy zewnętrznej (outdoor) potwierdzającego umieszczenie reklamy w zaakceptowanych przez Zamawiającego lokalizacjach.

1.1 Wykonawcę przygotowuje raport i dostarczy go do siedziby Zamawiającego na adres wskazany w umowie w formie papierowej (3 egzemplarze) oraz w formacie elektronicznym typ pliku: PDF (w wersji do wydruku) i DOC.

1.2 Raport musi uwzględniać uwagi zgłoszone przez Zamawiającego.

1.3 Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag do przesłanego raportu w terminie 3 (trzech) dni roboczych od daty ich otrzymania.

1.4 Wykonawca zobowiązany jest niezwłocznie uwzględnić uwagi dotyczące wykonania przedmiotu umowy zgłoszone przez Zamawiającego.

1.5 Zamawiający dokona akceptacji poprawionej wersji raportu w terminie 3 (trzech) dni roboczych od daty otrzymania poprawionej wersji raportu.

Załącznik nr 2 do SIWZ
Załącznik nr 1 do
Umowy

OFERTA

Dot. postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

Nazwa Wykonawcy:

.....

adres:

.....

województwo: e-mail:

.....

NIP: Regon:

.....

numer telefonu: numer

faksu:

.....
Adres do korespondencji (należy wypełnić jeśli korespondencja ma być przekazywana na adres inny niż siedziba Wykonawcy)

1. Oferuję (-emy) wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie objętym specyfikacją istotnych warunków zamówienia za cenę w wysokości:

Wartość netto:zł

wartość brutto:zł

(słownie złotych.....),

w tym stawka podatku VAT:[%}

Cena brutto oferty powinna obejmować również wynagrodzenie Wykonawcy z tytułu przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich, na zasadach określonych w umowie.

2. Oświadczam/my, że wskazana cena w Formularzu Ofertowym obejmuje cały zakres przedmiotu zamówienia wskazanego przez Zamawiającego w SIWZ, uwzględnia wszystkie wymagane opłaty i koszty niezbędne do zrealizowania całości przedmiotu zamówienia, bez względu na okoliczności i źródła ich powstania.

3. Akceptuję warunki płatności wskazane w SIWZ i Istotnych postanowieniach umowy. W trakcie realizacji umowy nie przewiduje się możliwości waloryzacji ww. stawki o wskaźnik inflacji.
4. Oświadczam/y, że zapoznaliśmy się ze SIWZ i nie wnosimy do niej zastrzeżeń oraz zdobyliśmy konieczne informacje do przygotowania oferty.
5. Oświadczam/y, że jesteśmy związani złożoną ofertą przez okres 30 dni - bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
6. Akceptuję/emy przedstawione w SIWZ istotne postanowienia umowy i we wskazanym przez Zamawiającego terminie zobowiązujemy się do podpisania umowy, na określonych w SIWZ warunkach, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
7. Oświadczam/my, że zapoznaliśmy się ze wszystkimi warunkami zamówienia oraz dokumentami dotyczącymi przedmiotu zamówienia i akceptujemy je bez zastrzeżeń.
8. Oświadczam/my, że w cenie oferty zostały uwzględnione wszystkie koszty wykonania zamówienia i realizacji przyszłego świadczenia umownego. Ponadto w ofercie nie została zastosowana cena dumpingowa i oferta nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji, zgodnie z art. 5-17 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
9. Zostaliśmy poinformowani, że możemy wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jednocześnie wykazując, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa oraz zastrzec w odniesieniu do tych informacji, aby nie były one udostępnione innym uczestnikom postępowania.
10. Oświadczam/y, że niniejsza oferta zawiera na stronach nr informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
11. Ofertę zawiera kolejno ponumerowanych stron.
12. Integralnymi załącznikami niniejszej oferty zgodnie z wymaganiami SIWZ są:
 1.
 2.
 3.

Pouczony o odpowiedzialności karnej, m. in. z art. 297 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r.- Kodeks karny (Dz. U. z 1997 r., nr 88, poz. 553, ze zm.) oświadczam, że oferta oraz załączone do niej dokumenty opisują stan prawny i faktyczny aktualny na dzień złożenia oferty.

.....
miejscowość, data

.....
czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub
osoby właściwie do tego upoważnionej

Oświadczenie Wykonawcy
o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu z art. 22 ust. 1
ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych
(tekst jednolity Dz. U. z 2013 r. poz. 907 ze zm.),

w imieniu :

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

Nazwa (firma) i adres

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na:

**Wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod
hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”**

OŚWIADCZAM/-Y, ŻE:

Spełniam/-y warunki udziału w postępowaniu określone w art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 907, ze zm.) dotyczące:

- 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania,
- 2) posiadania wiedzy i doświadczenia,
- 3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
- 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej,

.....
miejscowość, data

.....
czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub
osoby właściwie do tego upoważnionej

(nazwa wykonawcy)

**Oświadczenie Wykonawcy
o braku podstaw do wykluczenia z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1
ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych
(tj. Dz. U. z 2013 poz. 907 ze zm.),**

w imieniu :

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

Nazwa (firma) i adres

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na:

**Wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod
hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”**

OŚWIADCZAM/-Y, ŻE:

Nie podlegam/-y wykluczeniu z przedmiotowego postępowania w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.).

.....
miejsowość, data

.....
*czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub
osoby właściwie do tego upoważnionej*

Załącznik nr 5 do SIWZ

Informacja Wykonawcy dotycząca przynależności do grupy kapitałowej

Przystępując do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na:

Wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

Zgodnie z dyspozycją art. 26 ust. 2d w zw. z art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy Pzp z dnia 29 stycznia 2004 roku (tj. Dz. U. z 2013 poz. 907 ze zm.),

OŚWIADCZAM/-Y, ŻE¹:

-nie należę do grupy kapitałowej (w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.),

.....
miejsowość, data

.....
*czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub osoby
właściwie do tego upoważnionej*

-należę do grupy kapitałowej (w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.), i w załączeniu składam listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej

Uwaga: Jeżeli Wykonawca należy do grupy kapitałowej, wraz z ofertą składa listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej

.....
miejsowość, data

.....
*czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub osoby
właściwie do tego upoważnionej*

¹ Podpisać właściwe

Załącznik nr 6 do SIWZ

(nazwa wykonawcy)

Zamawiający: **Województwo Pomorskie**
ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk
NIP 583-31-63-786, Regon 191674836

Nazwa Wykonawcy:

.....

adres:

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego na wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

Wykaz wykonanych głównych usług

w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie

Lp.	Przedmiot usługi	Podmiot, na rzecz którego usługa została wykonana (nazwa i adres zamawiającego)	Wartość brutto usługi (w PLN)	Data wykonania usługi (oddo) (dzień-miesiąc-rok)	Podmiot realizujący usługę	
					Polegamy na wiedzy i doświadczeniu innych podmiotów	Usługę wykonaliśmy sami
1						
....						

UWAGA!!

Do wykazu należy załączyć dowody dotyczące głównych usług określające, czy usługi te zostały wykonane należycie.

.....
miejsowość, data

.....
czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub
osoby właściwie do tego upoważnionej

Załącznik nr 7 do SIWZ

(nazwa wykonawcy)

Zamawiający: **Województwo Pomorskie**
ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk
NIP 583-31-63-786, Regon 191674836

Nazwa Wykonawcy:

.....

adres:

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego na wykonanie kampanii promocyjnej funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

**WYKAZ OSÓB POSIADAJĄCYCH KWALIFIKACJE
NIEZBĘDNE DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Oświadczamy, że niżej wymienione osoby będą uczestniczyć w wykonaniu przedmiotu zamówienia i odpowiadają swoim doświadczeniem wymogom niniejszego zamówienia.

L.p.	Imię i nazwisko	Przedmiot wykonanej usługi (na potwierdzenie warunku określonego w rozdz. V ust 1 pkt 4 SIWZ)	Termin wykonania usługi od...do... (dd.mm.rr.)	Odbiorca usługi	Podstawa do dysponowania
1					
2					
3					

.....
miejsowość, data

.....
czytelny podpis (imię i nazwisko)
lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy lub
osoby właściwie do tego upoważnionej

Kampania promocyjna funduszy europejskich w województwie pomorskim pod hasłem „Zmieniamy Pomorskie 2015”

Termin realizacji:

od dnia podpisania umowy do 16.11.2015 r.

Zasięg:

województwo pomorskie

Cel działania:

1. Promocja Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego 2014 – 2020 (RPO 2014 -2020)
2. Popularyzacja możliwości rozwoju województwa pomorskiego jaką dają inwestycje za 8 mld zł środków w ramach RPO 2014 -2020
3. Upowszechnienie efektów wdrażania Funduszy Europejskich w województwie pomorskim, w tym prezentacja Pomorskiego jako miejsca:
 - dobrze skomunikowanego z otoczeniem zewnętrznym, posiadającego rozwiniętą sieć dróg;
 - stwarzającego wszechstronne możliwości rozwoju, zwłaszcza osobom przedsiębiorczym, wykształconym, z aspiracjami i kreatywnym oraz małym i średnim podmiotom gospodarczym;
 - promującego i wspierającego innowacje;
 - zintegrowanego społecznie, stwarzającego możliwości godnej egzystencji i poprawy sytuacji tych osób, rodzin i społeczności, które z różnych względów znajdują się w trudnym położeniu życiowym;
 - zapewniającego wysoki poziom bezpieczeństwa zdrowotnego, socjalnego i publicznego;
 - oferującego wyrównany dostęp do wysokiego poziomu świadczeń i usług w sferach: edukacji, kultury, sportu i rekreacji.
4. Wzrost świadomości zmian zachodzących we własnym życiu, wywołanych bezpośrednio lub pośrednio poprzez fundusze europejskie dedykowane województwu pomorskiemu.
5. Wzrost świadomości funduszy europejskich dedykowanych województwu pomorskiemu.

Założenia:

1. Budowanie pozytywnego wizerunku woj. pomorskiego przez pryzmat funduszy europejskich
2. Budowanie pozytywnych skojarzeń z funduszami europejskimi i ich wpływu na rozwój gospodarczy regionu.
3. Promocja kategorii inwestycji, które będą finansowane w ramach RPO 2014 -2020, takich jak: innowacyjność, przedsiębiorczość, edukacja i kształcenie zawodowe, aktywizacja bezrobotnych, rewitalizacja, turystyka, zdrowie, transport publiczny, infrastruktura drogowa, energetyka, środowisko.
4. Przedstawienie RPO 2014 -2020 jako kontynuacji Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007 – 2013
5. Upowszechnienie informacji o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 (możliwości finansowania projektów) poprzez zachęcanie do

odwiedzenia strony rpo.pomorskie.eu oraz kontaktu z Głównym Punktem Informacyjnym Funduszy Europejskich w województwie pomorskim.

Narzędzia:

- Reklama prasowa
- Reklama radiowa
- Reklama outdoor
- Reklama internetowa
- Eventy

Kampania będzie dotyczyć 2 obszarów:

EFRR – skupia się na infrastrukturze (drogi, lotniska, wyższe uczelnie, szpitale, inkubatory, parki naukowo-technologiczne, infrastruktura turystyczna, kulturalna);

EFS – skupia się na eliminacji barier (wyrównywanie szans edukacyjnych, podnoszenie kwalifikacji, eliminacje wykluczenia społecznego w tym osób niepełnosprawnych);

Harmonogram:

sierpień 2015: brief kampanii i stworzenie kreacji

Sierpień-wrzesień 2015- przygotowanie procedury przetargowej

Wrzesień 2015- wybór wykonawcy.

Wrzesień – październik 2015 realizacja kampanii

Październik-listopad 2015 - podsumowanie i rozliczenie kampanii

Grupa docelowa:

Mieszkańcy regionu grupa 25+, osoby ze średnim i wyższym wykształceniem, mieszkańcy małych, średnich i dużych miast woj. pomorskiego. Do grupy docelowej zaliczamy studentów, absolwentów, specjalistów, osoby opiniotwórcze oraz osoby aspirujące, dla których ważny jest rozwój i samorealizacja, pozycja zawodowa, niezależność oraz bycie modnym; osoby ceniące równowagę życiową (life balance), ale także osoby poszukujące, które poprzez swoją aktywność budują wizerunek i tożsamość.

W kontekście segmentacji 4C's, kluczowe grupy docelowe to Aspirujący i Poszukujący.