



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Pomorze
Zachodnie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH
WARUNKÓW ZAMÓWIENIA
DLA POSTĘPOWANIA PROWADZONEGO
W TRYBIE PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO
O WARTOŚCI PONIŻEJ
WYRAŻONEJ W ZŁOTYCH RÓWNOWARTOŚCI
KWOTY 207.000 EURO
NA**

***„Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na
ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych
przez okres 2 miesięcy
na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej
w miastach wskazanych przez Zamawiającego”***



SZCZECIN 2015

KRYSTAL
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968

www.wzp.pl

Spis treści

Rozdział I – XXV:

I.	Nazwa (firma) oraz adres zamawiającego:	3
II.	Tryb udzielenia zamówienia:	3
III.	Opis przedmiotu zamówienia:	4
IV.	Opis części zamówienia, jeżeli Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych:	4
V.	Opis sposobu przedstawienia ofert wariantowych oraz minimalne warunki, jakim muszą odpowiadać oferty wariantowe, jeżeli Zamawiający dopuszcza ich składanie:	4
VI.	Informacja o przewidywanych zamówieniach uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy PZP:	4
VII.	Termin wykonania zamówienia:	4
VIII.	Opis warunków udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków. Podstawy wykluczenia z postępowania:	4
IX.	Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy PZP oraz wykazania, że nie podlegają wykluczeniu z postępowania, w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy PZP:	6
X.	Informacja o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów, a także wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z Wykonawcami oraz adres poczty elektronicznej lub strony internetowej Zamawiającego, jeżeli Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się drogą elektroniczną:	8
XI.	Wymagania dotyczące wadium:	9
XII.	Termin związania ofertą:	10
XIII.	Opis sposobu przygotowania ofert:	10
XIV.	Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert:	12
XV.	Opis sposobu obliczenia ceny:	12
XVI.	Informacja dotycząca walut obcych, w jakich mogą być prowadzone rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą, jeżeli Zamawiający przewiduje rozliczenia w walutach obcych:	13
XVII.	Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert:	13
XVIII.	Informacja o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty, w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego:	17
XIX.	Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:	17
XX.	Wzór umowy:	18
XXI.	Informacja o obowiązku osobistego wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia. Wskazanie części zamówienia, która może być powierzona podwykonawcom. Zmiany umowy:	18
XXII.	Maksymalna liczba Wykonawców, z którymi Zamawiający zawrze umowę ramową, jeżeli Zamawiający przewiduje zawarcie umowy ramowej:	25
XXIII.	Informacje dodatkowe dotyczące wysokości zwrotu kosztów udziału w postępowaniu, jeżeli zamawiający przewiduje ich zwrot oraz aukcji elektronicznej, jeżeli zamawiający przewiduje aukcję elektroniczną:	25
XXIV.	Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia:	26
XXV.	Wykaz załączników do SIWZ:	26

Szczecin, dnia 23 lipca 2015 r.

Znak sprawy: WOIRZL.II.272.25.2015.SK

I. Nazwa (firma) oraz adres zamawiającego:

Województwo Zachodniopomorskie – Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego w Szczecinie

ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin

Tel.: 0 914 467 184 (120)

Fax: 0 914 467 185

NIP: 851-28-71-498

REGON: 811683876

adres e-mail: zamowienia.publiczne@wzp.pl

www.bip.wzp.pl

Adres do korespondencji:

Województwo Zachodniopomorskie

– Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

ul. Piłsudskiego 40 – 42 (pokój 343)

70-421 Szczecin

Tel.: 0 914 467 184 (120)

Fax: 0 914 467 185

adres e-mail: zamowienia.publiczne@wzp.pl

Informacja:

W dokumentacji przetargowej Zamawiający posługuje się logo Kryształów Przetargów Publicznych.

Kryształy Przetargów Publicznych to prestiżowe nagrody miesięcznika „Przetargi Publiczne”. Celem nagród jest promowanie dobrych praktyk w dziedzinie zamówień publicznych i podkreślanie wartości racjonalnego zarządzania środkami publicznymi.

W 2014 r. Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego otrzymał tę prestiżową nagrodę za realizację projektu pn. Usługi budowy, wdrożenia i dostosowania systemów informatycznych oraz dostawę infrastruktury technicznej w ramach projektu „e-Administracja i e-Turystyka w województwie zachodniopomorskim” – podprojekt e-Administracja.

II. Tryb udzielenia zamówienia:

1. Zamówienie udzielane jest w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 10 ust. 1, art. 39 i nast. ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zmianami – dalej: „ustawa PZP”) oraz niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (dalej: „SIWZ”).
2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszej SIWZ stosuje się przepisy ustawy PZP oraz aktów wykonawczych do ustawy PZP.
3. Do udzielenia przedmiotowego zamówienia publicznego stosuje się przepisy dotyczące usług.

III. Opis przedmiotu zamówienia:

1. Przedmiotem zamówienia jest „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”.

Zamówienie obejmuje kompleksową usługę w zakresie przedmiotowych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych, tj. rezerwacja nośników reklam, zaprojektowanie reklam, wykonanie reklam, montaż reklam, ekspozycja reklam (w tym serwis), dokumentacja z ekspozycji reklam, demontaż reklam, utylizacja zdemontowanych reklam.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi Załącznik nr 7 do SIWZ.

2. Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (Klasyfikacji CPV):
79.34.00.00-9 – Usługi reklamowe i marketingowe
79.34.10.00-6 – Usługi reklamowe
3. Zamówienie jest współfinansowane ze środków Unii Europejskiej – Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013 z projektu: „Pomorze Zachodnie – wszystko czego potrzebujesz. Promocja turystyczna Województwa Zachodniopomorskiego” (nr decyzji UDA-RPZP.06.01.02-32-002/13-00) w 100 %.
4. Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zamówienia kwotę w wysokości: **521.137,01 zł brutto.**

IV. Opis części zamówienia, jeżeli Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych:

Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych w rozumieniu art. 2 pkt 6 ustawy PZP.

V. Opis sposobu przedstawienia ofert wariantowych oraz minimalne warunki, jakim muszą odpowiadać oferty wariantowe, jeżeli Zamawiający dopuszcza ich składanie:

Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

VI. Informacja o przewidywanych zamówieniach uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy PZP:

Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielania zamówień uzupełniających.

VII. Termin wykonania zamówienia:

1. Umowa o udzielenie zamówienia publicznego zostanie zawarta na czas oznaczony.
2. Termin wykonania zamówienia: **95 dni od dnia zawarcia umowy.**

VIII. Opis warunków udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków. Podstawy wykluczenia z postępowania:

1. W postępowaniu wzięć mogą udział Wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące:
 - 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania:

- Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny. Wykonawca potwierdza spełnianie warunku poprzez złożenie oświadczenia (Załącznik nr 2 do SIWZ).
- 2) posiadania wiedzy i doświadczenia, poprzez wykazanie, że **Wykonawca wykonał należycie** w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, co najmniej **2 (słownie: dwie) usługi polegające na przeprowadzeniu kampanii promocyjnych zawierających działania ambientowe***, o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto każda.
- * Zamawiający do działań ambientowych zalicza: niestandardowe działania promocyjne, cechujące się świeżością i oryginalnością, wykorzystujące kreatywne pomysły, przepełnione humorem i emocjami, angażujące i przyciągające uwagę, pozwalające na interakcje z odbiorcą, często szokujące.
- 3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
- Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny. Wykonawca potwierdza spełnianie warunku poprzez złożenie oświadczenia (Załącznik nr 2 do SIWZ).
- 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej.
- Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny. Wykonawca potwierdza spełnianie warunku poprzez złożenie oświadczenia (Załącznik nr 2 do SIWZ).
2. 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. **Oświadczenie winno być złożone na wzorze oświadczenia stanowiącym Załącznik nr 6 do SIWZ.**
- Podmiot, który zobowiązał się do udostępnienia zasobów zgodnie z powyższym zapisem odpowiada solidarnie z Wykonawcą za szkodę Zamawiającego powstałą wskutek nieudostępnienia tych zasobów, chyba że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy.
3. W postępowaniu wzięć mogą udział Wykonawcy, w stosunku do których nie zachodzą podstawy do wykluczenia z powodu niespełniania warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1, 2 i 2a ustawy PZP.

4. Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu na podstawie danych i informacji zawartych w żądanych i załączonych do oferty – dokumentach i oświadczeniach.

IX. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy PZP oraz wykazania, że nie podlegają wykluczeniu z postępowania, w okolicznościach, o których mowa w art. 24 ust. 1, 2 i 2a ustawy PZP:

1. Potwierdzenie przez Wykonawców spełniania warunków udziału w postępowaniu, opisanych szczegółowo w rozdziale VIII SIWZ, niepodlegania wykluczeniu oraz potwierdzenie, że oferowane usługi lub dostawy odpowiadają wymaganiom określonym przez Zamawiającego, nastąpi w oparciu o analizę przedłożonych przez Wykonawcę oświadczeń lub dokumentów, o których mowa poniżej.
2. W celu potwierdzenia, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ustawy PZP, Zamawiający żąda **oświadczenia o braku podstaw do wykluczenia**, według wzoru stanowiącego **Załącznik nr 3** do SIWZ.
3. W celu potwierdzenia, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 2 pkt. 5 ustawy PZP, Zamawiający żąda **listy podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej albo informację o tym, że nie należy do grupy kapitałowej** według wzoru stanowiącego **Załącznik nr 4** do SIWZ.
4. W celu potwierdzenia, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ustawy PZP, Zamawiający żąda, w formie oryginału lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez osobę uprawnioną do reprezentacji Wykonawcy w obrocie gospodarczym **aktualnego odpisu 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, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
Zamawiający dopuszcza złożenie przez Wykonawców dokumentu w postaci wydruku z rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego stanowiącego informację odpowiadającą odpisowi aktualnemu z rejestru przedsiębiorców pobraną na podstawie art. 4 ust. 4aa ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (Dz. U. z 2013 r., poz. 1203 ze zm.), a dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą wydruku z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej mającego moc zaświadczenia o wpisie w CEIDG na podstawie art. 38 ust. 4 i 5 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.).
5. Na potwierdzenie spełniania warunku określonego w Rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2) SIWZ należy przedstawić informacje o doświadczeniu Wykonawcy na formularzu pn.: „Doświadczenie Wykonawcy / Wykaz usług” – **Załącznik nr 5** do SIWZ.
Informacja musi potwierdzać spełnienie warunku, o którym mowa w Rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2) SIWZ. Informacja musi zawierać w szczególności: nazwę i opis wykonanej usługi – przeprowadzonej kampanii promocyjnej, nazwę i opis działań ambientowych w ramach przeprowadzonej kampanii promocyjnej, wartość usługi (w zł), termin realizacji (podanie okresu od ... do ...), nazwę zleceniodawcy.

- Do informacji muszą być dołączone dowody potwierdzające należyte wykonanie usług (np. poświadczenia, referencje, protokoły odbioru itp.).
6. Do oferty załączyć należy także **oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu** – zgodnie z Załącznikiem nr 2 do SIWZ.
 7. Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów, o których mowa w pkt 4 rozdziału IX SIWZ składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
 8. 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 § 4 ust. 1 pkt 1 lit. a tiret pierwszy rozporządzenia¹, 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.
 9. 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 miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, z wnioskiem o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących przedłożonego dokumentu.
 10. W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia:
 - 1) Dokumenty wymienione w pkt 2, 3 i 6 rozdziału IX SIWZ musi złożyć każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia bądź pełnomocnik występujący w imieniu wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.
 - 2) Dokumenty wymienione w pkt 4 rozdziału IX SIWZ albo odpowiadające im dokumenty określone w pkt 7 i 8 rozdziału IX SIWZ, winny być przedłożone przez każdego Wykonawcę.
 - 3) W celu wykazania spełnienia warunków szczegółowych, dokumenty wymienione w pkt 5 rozdziału IX SIWZ, winien przedłożyć w imieniu wszystkich ten, lub ci spośród Wykonawców, którzy łącznie spełniają dany warunek.
 11. W przypadku, gdy o udzielenie zamówienia ubiega się **wspólnie kilku Wykonawców** do oferty winni załączyć dokument **pełnomocnictwa** wystawionego zgodnie z dyspozycją art. 23 ust. 2 ustawy PZP, tj. o zakresie co najmniej: do reprezentowania w postępowaniu o udzielenie zamówienia Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.
 12. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego, umowy regulującej współpracę Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.
 13. Dokumenty, o których mowa w ogłoszeniu o zamówieniu oraz SIWZ Wykonawcy mogą składać w formie oryginału lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę, tj. przez osobę uprawnioną do reprezentacji Wykonawcy w obrocie gospodarczym.

¹ Rozporządzenie 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.

14. Jeżeli z przedstawionych dokumentów wynika, że osoba, która podpisała ofertę nie jest uprawniona do reprezentacji Wykonawcy w obrocie gospodarczym, do oferty załączyć należy dokument pełnomocnictwa (w formie oryginału). W przypadku złożenia kopii pełnomocnictwa musi być ono potwierdzone za zgodność z oryginałem przez notariusza.
15. Dodatkowo dla oświadczenia składanego zgodnie z wymaganiami art. 26 ust. 2b ustawy PZP (Załącznik nr 6 do SIWZ) wymaga się zachowania formy pisemnej (musi zostać złożone w oryginale).
16. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentu, gdy złożona przez Wykonawcę kopia dokumentu będzie nieczytelna lub będzie budzić wątpliwości co do jej prawdziwości.
17. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzi się w języku polskim. Dokumenty lub oświadczenia sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski. Zasada ta rozciąga się także na składane w toku postępowania wyjaśnienia, oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje, itp.
18. **Dodatkowe dokumenty, jakie muszą być złożone wraz z ofertą:**
 - 1) Dokument potwierdzający wniesienie wadium. Zasady wnoszenia wadium opisane są szczegółowo w rozdziale XI SIWZ.
 - 2) Dwa projekty graficzne kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych – zgodnie z wymaganiami opisanymi w rozdziale XVII pkt 3 SIWZ.

X. Informacja o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów, a także wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z Wykonawcami oraz adres poczty elektronicznej lub strony internetowej Zamawiającego, jeżeli Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się drogą elektroniczną:

1. Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Zamawiający i Wykonawcy przekazują pisemnie lub faksem lub elektronicznie (zamowienia.publiczne@wzp.pl).
2. Forma pisemna zastrzeżona jest dla złożenia oferty wraz z załącznikami, w tym oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnianie przez oferowany przedmiot zamówienia wymagań określonych przez Zamawiającego, a także zmiany lub wycofania oferty.
3. Jeżeli Wykonawca przekaże oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje faksem, elektronicznie i pisemnie, za datę ich złożenia przyjmuje się datę wpływu dokumentu, stosownie do formy przekazu. Dokument uważa się za złożony w terminie, jeżeli adresat mógł zapoznać się z jego treścią przed upływem wyznaczonego terminu, z uwzględnieniem pkt. 2.
4. Zawsze dopuszczalna jest forma pisemna.
5. Jeżeli oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje przekazywane są faksem lub drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania. Natomiast, jeżeli Wykonawca odstąpi od potwierdzenia faktu otrzymania oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji przekazywanych faksem lub drogą elektroniczną, dowód transmisji danych jest równoznaczny z otrzymaniem korespondencji przez Wykonawcę w momencie przekazania jej przez Zamawiającego.
6. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia. Zamawiający jest obowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak

nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

7. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami zostanie przekazana Wykonawcom, którym przekazano SIWZ, bez ujawnienia źródła zapytania, a także zamieszczona na stronie internetowej, na której zamieszczona jest niniejsza SIWZ.
8. Zamawiający nie będzie udzielał ustnych i telefonicznych informacji, wyjaśnień czy odpowiedzi na kierowane do Zamawiającego zapytania, w sprawach wymagających zachowania formy pisemnej. Uzyskane odpowiedzi nie będą wiążące dla Zamawiającego i Wykonawców.
9. Osobami uprawnionymi do porozumiewania się z Wykonawcami w związku z toczącym się postępowaniem są:
 - w zakresie proceduralnym:
Stefan Kujawski, tel.: 0 91 44 67 184, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin
 - w zakresie merytorycznym:
Anna Rączka, tel.: 0 91 44 19 160, ul. Korsarzy 34, 70 – 540 Szczecin.

XI. Wymagania dotyczące wadium:

1. Zamawiający żąda wniesienia wadium w wysokości **10 000,00 zł** (słownie: **dziesięć tysięcy złotych 00/100**).
2. Wadium może być wnoszone w jednej lub kilku następujących formach:
 - 1) pieniądzu;
 - 2) poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym;
 - 3) gwarancjach bankowych;
 - 4) gwarancjach ubezpieczeniowych;
 - 5) poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. Nr 109, poz. 1158, z późn. zm.).
3. **UWAGA!** W tytule przelewu wadium wnoszonego w pieniądzu należy wskazać dane identyfikujące postępowanie, tak aby przyporządkowanie wadium do danego postępowania nie budziło żadnych wątpliwości, przykładowo: „wadium w przetargu nieograniczonym nr **WOIRZL.II.272.25.2015.SK**”, „wadium w przetargu na „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”, itp.
4. Wadium wniesione w formie innej niż pieniężna winno zawierać w dokumencie poręczenia lub gwarancji oznaczenie postępowania którego wadium dotyczy, zgodnie z przykładem wskazanym powyżej.
5. Z wadium wniesionego przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia w formie innej niż pieniężna musi wynikać, że zabezpiecza ono ofertę wnoszoną przez Wykonawców składających ofertę wspólną.
6. Wadium wnosi się przed upływem terminu składania ofert.
7. Wadium wniesione w formie pieniężnej musi wpłynąć na konto Zamawiającego przed terminem składania ofert.

8. Wadium wniesione w pieniądzu Zamawiający przechowuje na osobnym rachunku bankowym.
9. Numer konta Zamawiającego, na które wnosi się wadium w formie pieniężnej: **PKO BP S.A. nr konta: 03 1020 4795 0000 9302 0130 2231.**
10. Zamawiający zwróci wadium wraz z odsetkami wynikającymi z umowy rachunku bankowego, na którym było ono przechowywane, pomniejszone o koszty prowadzenia rachunku bankowego oraz prowizji bankowej za przelew pieniędzy na rachunek bankowy wskazany przez Wykonawcę.
11. Wadium wniesione w formie innej niż pieniężna winno obowiązywać od dnia składania ofert (a nie od dnia następnego) przez cały okres związania ofertą, zgodnie art. 85 ustawy PZP.
12. Dokument wniesienia wadium musi być załączony do oferty.
13. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3 ustawy PZP, z przyczyn leżących po jego stronie, nie złożył dokumentów lub oświadczeń, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy PZP, lub pełnomocnictw, listy podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy PZP, lub informacji o tym, że nie należy do grupy kapitałowej, lub nie wyraził zgody na poprawienie omyłki, o której mowa w art. 87 ust. 2 pkt 3 ustawy PZP, co powodowało brak możliwości wybrania oferty złożonej przez Wykonawcę jako najkorzystniejszej.
14. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana:
 - 1) odmówił podpisania umowy w sprawie zamówienia publicznego na warunkach określonych w ofercie;
 - 2) nie wniósł wymaganego zabezpieczenia należytego wykonania umowy;
 - 3) zawarcie umowy w sprawie zamówienia publicznego stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie wykonawcy.
15. Zamawiający zwraca niezwłocznie wadium:
 - 1) wszystkim Wykonawcom niezwłocznie po wyborze oferty najkorzystniejszej lub unieważnieniu postępowania, z wyjątkiem Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, z zastrzeżeniem art. 46 ust. 4a ustawy PZP;
 - 2) Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, Zamawiający zwraca wadium niezwłocznie po zawarciu umowy w sprawie zamówienia publicznego oraz wniesieniu zabezpieczenia należytego wykonania umowy, jeżeli jego wniesienia żądano;
 - 3) na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.

XII. Termin związania ofertą:

1. Termin związania ofertą wynosi 30 dni, z tym, że bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
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.

XIII. Opis sposobu przygotowania ofert:

1. Ofertę sporządza się w języku polskim, w formie pisemnej, przy użyciu formularza (Oferty cenowej) stanowiącego **Załącznik nr 1a albo 1b do SIWZ**, wypełnionego na maszynie do pisania, komputerze albo ręcznie, długopisem w sposób czytelny.

2. Nieczytelne oferty mogą zostać odrzucone.
3. Oferta musi być złożona przed upływem terminu składania ofert.
4. W przypadku załączenia do oferty innych dokumentów niż wymagane przez Zamawiającego (np. materiałów reklamowych i informacyjnych) zaleca się, aby stanowiły one odrębną część, niezłączoną z ofertą w sposób trwały. Dokumenty takie nie będą podlegały ocenie przez zamawiającego.
5. Ofertę wraz z wymaganymi załącznikami, oświadczeniami i dokumentami zamieścić należy w kopercie zaadresowanej na Zamawiającego: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pokój 343) z następującym dopiskiem: „Oferta na Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesiące na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego” z dopiskiem „Nie otwierać przed dniem 31 LIPCA..... 2015 r. godz. 11:30”.
5. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
6. Wykonawca złoży ofertę zgodnie z wymaganiami SIWZ.
7. Zaleca się, aby wszystkie strony oferty i załączników były ponumerowane i parafowane. Brak ponumerowania i parafowania nie skutkuje odrzuceniem oferty.
8. Oferty winny być podpisane w wyznaczonych miejscach przez osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy (Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia) w obrocie gospodarczym.
9. Wszystkie miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany winny być parafowane przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy w obrocie gospodarczym.
10. Oferta wraz z wymaganymi załącznikami, oświadczeniami i dokumentami jest jawna, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zm.), a Wykonawca, nie później niż w terminie składania ofert, zastrzegł, że nie mogą być one udostępniane oraz wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Wykonawca nie może zastrzec informacji podawanych do publicznej wiadomości podczas otwarcia ofert (art. 86 ust. 4 ustawy PZP).
11. Zaleca się aby Wykonawca, który zastrzega w odniesieniu do informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa, że nie mogą być one udostępnione, złożył te informacje w osobnym segregatorze (opakowaniu) z odpowiednim oznaczeniem, zamieszczonym w tej samej kopercie, w której zamieszczona jest pozostała, jawna część oferty wraz z załącznikami, oświadczeniami i dokumentami.
12. Tajemnicą przedsiębiorstwa, zgodnie z art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) są: nie ujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, handlowe lub organizacyjne przedsiębiorstwa, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.
UWAGA: W przypadku braku wykazania (złożenia właściwego uzasadnienia w terminie składania ofert), iż zastrzeżone dane stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa, Zamawiający uzna, iż nie została spełniona przesłanka podjęcia niezbędnych działań w celu zachowania ich poufności i dane te staną się jawne od momentu otwarcia ofert.
13. Wykonawca może, przed upływem terminu do składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę

14. W zakresie składania oświadczeń woli dotyczących zmiany i wycofania oferty obowiązują takie same zasady jak dla składania ofert, tj. forma pisemna.
15. Zmiany dotyczące treści oferty powinny być przygotowane, opakowane oraz zaadresowane w ten sam sposób jak oferta z dopiskiem, odpowiednio: „Zmiana” albo „Wycofanie”.

XIV. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert:

1. Oferty należy składać w terminie do dnia 31 LIPCA 2015 r. do godziny 11:00 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pokój nr 343). Jeżeli oferta wykonawcy nie będzie oznaczona w wymagany sposób, Zamawiający nie będzie ponosić żadnej odpowiedzialności za nieterminowe wpłynięcie oferty. Zamawiający nie będzie ponosić odpowiedzialności za nieterminowe złożenie oferty w szczególności w sytuacji, gdy oferta nie zostanie złożona do wskazanego pokoju.
2. Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi tego samego dnia (... 31 LIPCA 2015 r.) o godzinie 11:30 w pok. 308 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin.
3. W przypadku złożenia oferty po terminie Zamawiający niezwłocznie zwraca ofertę, która została złożona po terminie.
4. Podczas otwarcia ofert Zamawiający podaje nazwy (firmy) oraz adresy Wykonawców, a także informacje wskazane w art. 86 ust. 4 ustawy PZP, jeżeli ich podanie przez Wykonawców było wymagane.
5. Informacje, o których mowa powyżej wpisuje się do odpowiedniego protokołu postępowania, którego treść Zamawiający niezwłocznie przekaże na wniosek Wykonawców, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert.
6. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający podaje kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

XV. Opis sposobu obliczenia ceny:

1. Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która uzyska najkorzystniejszy bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert.
2. Wykonawca obowiązany jest przedłożyć **Ofertę cenową** na **Załączniku nr 1a** albo **1b do SIWZ** (zgodnie z instrukcjami podanymi we właściwym załączniku).

UWAGA:

3. Wypełnienie Oferty cenowej – Załącznika na 1a do SIWZ ma zastosowanie tylko i wyłącznie w przypadku Wykonawcy, na którym ciąży obowiązek podatkowy w stosunku do całości przedmiotu zamówienia, zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.
4. Wypełnienie Oferty cenowej – Załącznika na 1b do SIWZ ma zastosowanie tylko i wyłącznie w przypadku Wykonawcy składającego ofertę, której wybór będzie prowadził do powstania u Zamawiającego (w całości lub w części zamówienia) obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

5. Podana przez Wykonawcę wypełniającego Ofertę cenową – Załącznik nr 1a do SIWZ cena oferty stanowi maksymalny limit ponoszonego przez Zamawiającego wydatku na sfinansowanie zamówienia. Cena ta nie podlega negocjacji, czy zmianie w toku postępowania z zastrzeżeniem art. 87 ust. 2 ustawy PZP.
6. W przypadku Wykonawcy wypełniającego Ofertę cenową – Załącznik nr 1b do SIWZ maksymalny limit ponoszonego przez Zamawiającego wydatku na sfinansowanie zamówienia zostanie obliczony na podstawie informacji (kwot) wskazanych przez Wykonawcę pkt 3 i pkt 4 Oferty cenowej – Załącznik nr 1b do SIWZ.
7. Cena musi być podana w złotych polskich (PLN), cyfrowo i słownie z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
8. W cenie oferty powinny być uwzględnione w szczególności:
 - wszystkie należności publiczno – prawne z tytułu obrotu przedmiotem zamówienia;
 - wszelkie opłaty i podatki, w tym podatek od towarów i usług (VAT);
 - a także wszelkie inne koszty jakie muszą być poniesione w celu prawidłowego realizowania przedmiotu zamówienia.
9. Cena oferty musi obejmować wszelkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia (tj. **Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego**), w tym wszelkie zobowiązania Wykonawcy zawarte w **Opisie przedmiotu zamówienia (Załącznik nr 7 do SIWZ) – dalej: „OPZ” i Umowie (której wzór został zawarty w rozdziale XX SIWZ)**, w szczególności (zgodnie z treścią OPZ):
 - koszt realizacji wszystkich obowiązków wskazanych w rozdziale IV. OPZ – „Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (szczegółowy opis przeprowadzenia działań ambientowych promujących Województwo Zachodniopomorskie)”.
10. 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.

XVI. Informacja dotycząca walut obcych, w jakich mogą być prowadzone rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą, jeżeli Zamawiający przewiduje rozliczenia w walutach obcych:

1. Rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą będą prowadzone w złotych polskich (PLN).
2. Zamawiający nie przewiduje rozliczenia w walutach obcych.

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

1. Przy dokonywaniu wyboru najkorzystniejszej oferty Zamawiający stosować będzie następujące kryteria oceny ofert:

Opis kryteriów oceny ofert:

Lp.	Nazwa kryterium	Kryterium (waga w %)	Punkty
1.	Cena	50	50
2.	Projekt graficzny kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych	50	50

2. W kryterium „Cena” (waga – 50%) ocena ofert zostanie dokonana przy zastosowaniu wzoru:

$$\text{Liczba punktów w kryterium „cena”} = \frac{\text{Najniższa cena brutto}}{\text{Cena badana brutto}} \times 50\% (\text{waga}) \times 100 \text{ pkt}$$

W kryterium „cena” oferta może uzyskać maksymalnie 50 punktów.

Do obliczenia punktów za kryterium „Cena” Zamawiający przyjmie cenę podaną w formularzu Oferty cenowej.

3. W kryterium „Projekt graficzny kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych” (waga 50%) ocena ofert zostanie dokonana na podstawie załączonych do złożonych ofert dwóch projektów graficznych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych (projekty należy dostarczyć do Zamawiającego w postaci wydruków papierowych o wymiarach 297x420 mm² lub w plikach PDF na dowolnym nośniku w formie elektronicznej).

Punkty w przedmiotowym kryterium zostaną przyznane przez Członków komisji przetargowej dokonujących oceny ofert, którzy:

- wypełnią indywidualne karty oceny ofert;
- dokonają oceny w opisany poniżej sposób.

Sposób przyznawania punktów w ramach kryterium „Projekt graficzny kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych”:

Członkowie komisji przetargowej dokonujący oceny – przyznają punkty pod względem stopnia spełnienia wymagań Zamawiającego w zakresie następujących podkryteriów:

- 1) **Ogólna estetyka projektu;**
- 2) **Kreatywność;**
- 3) **Zgodność tematyczna oraz hasłowa z obecnie prowadzoną krajową kampanią promocyjną;**
- 4) **Zgodność projektu z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego.**

² Wskazane wartości dot. wymiarów wydruków papierowych dwóch projektów graficznych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych są wartościami sugerowanymi przez Zamawiającego. Przedstawienie wydruków papierowych projektów graficznych o sugerowanych wymiarach gwarantuje Zamawiającemu możliwość rzetelnej oceny przedstawionych projektów graficznych. Przedstawienie projektów graficznych o wymiarach mniejszych lub większych niż zalecana, nie będzie podstawą do odrzucenia oferty.

Ocena szczegółowa w ramach poszczególnych podkryteriów (punkty zostaną przyznane przez Członków komisji przetargowej dokonujących oceny ofert)		
Lp.	Nazwa i opis podkryterium	Skala punktacji
1)	Ogólna estetyka projektu – ocenie poddane zostanie: — czytelność przekazu, — rozmieszczenie tekstu i grafik, — dobór kolorystyczny wpływający na odpowiedni kontrast treści, — dobór estetycznych zdjęć/grafik wykorzystanych w projektach, — wykorzystanie powierzchni zadruku, — czynniki w całości wpływające na wrażenia wizualne odbiorcy.	0 – 15
2)	Kreatywność – ocenie poddane zostanie: — innowacyjność w zastosowaniu grafiki, — wkomponowanie elementów graficznych w przestrzeń miejską lub mechanikę nośnika reklamowego (autobusu), — zastosowanie niekonwencjonalnych technik graficznych np. efektu 3 D.	0 – 15
3)	Zgodność tematyczna oraz hasłowa z obecnie prowadzoną ogólnopolską kampanią promocyjną Województwa Zachodniopomorskiego pod hasłem „Pomorze Zachodnie – Dobre na przyszłość” (www.dobrenaprzyszlosc.pl.) – ocenie poddane zostanie: — nawiązanie do tematyki ww. kampanii, tj. turystyki zdrowotnej – wellness & spa oraz uzdrowiska; turystyki aktywnej; turystyki rodzinnej, — bezpośrednie wykorzystanie lub nawiązanie do hasła kampanijnego „Pomorze Zachodnie – dobre na przyszłość”, mające na celu wzmocnienie i wydłużenie wymienionej kampanii,	0 – 10
4)	Zgodność projektu z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego – ocenie poddana zostanie: — zgodność z wytycznymi zawartymi w Systemie Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego, dostępnym pod adresem: www.siw.wzp.pl , w tym m. in. ogólne wytyczne, zasady stosowania loga Pomorza Zachodniego (np. jego umiejscowienie), określona kolorystyka.	0 – 10
Liczba punktów przyznana w ramach poszczególnych podkryteriów przez Członków komisji dokonujących oceny zostanie zsumowana, a następnie podzielona przez liczbę oceniających członków komisji (np. 8 + 9 + 10 = 27; 27:3 = 9 pkt).		

W wyniku ww. oceny szczegółowej:

- Punkty zostaną przyznane przez każdego Członka komisji przetargowej dokonującego oceny ofert, zgodnie z ww. założeniami.

- Wykonawca może uzyskać od 0 do 50 punktów od każdego członka komisji dokonującego oceny ofert.
- Członkowie Komisji Przetargowej dokonujący oceny będą przyznawać pełne punkty (ocena nie będzie zawierać punktacji pośredniej, np. 1,5 pkt, 2,8 pkt).
- Liczba punktów przyznana w tym kryterium przez Członków komisji dokonujących oceny zostanie zsumowana, a następnie podzielona przez liczbę oceniających członków komisji (np. $40 + 30 + 20 = 90$; $90:3 = 30$ pkt).

UWAGA!

Zamawiający – chcąc zagwarantować wysoką jakość i profesjonalizm realizacji zadania – wymaga, by w każdym z ww. podkryteriów oferta Wykonawcy uzyskała minimum 20% punktów możliwych do otrzymania.

Stwierdzenie, czy oferta uzyskała minimum 20% punktów w poszczególnych podkryteriach zostanie dokonane w oparciu o wyniki opisanej powyżej „Oceny szczegółowej w ramach poszczególnych podkryteriów”, w szczególności: liczba punktów przyznana w ramach poszczególnych podkryteriów przez Członków komisji dokonujących oceny zostanie zsumowana, a następnie podzielona przez liczbę oceniających członków komisji (np. $8 + 9 + 10 = 27$; $27 / 3 = 9$ pkt).

Jeżeli oferta uzyska mniej niż 20% możliwych do otrzymania punktów w danym podkryterium, zostanie odrzucona jako niespełniająca wymagań Zamawiającego na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP.

W kryterium „Projekt graficzny kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych” oferta może uzyskać maksymalnie 50 punktów.

4. Oceny dokonywać będą członkowie komisji przetargowej, stosując zasadę, iż oferta nieodrzucona, zawierająca najkorzystniejszy bilans ww. kryteriów oceny ofert jest ofertą najkorzystniejszą.
5. Liczba punktów za poszczególne kryteria oceny ofert (wskazane w pkt. 1) zostanie przyznana z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
6. Liczba punktów za poszczególne kryteria oceny ofert zostanie zsumowana i będzie stanowić końcową ocenę oferty.
7. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą końcową ocenę oferty.
8. 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 najniższą ceną (zgodnie z art. 91 ust. 4 ustawy PZP).
9. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert. Nie dopuszcza się prowadzenia między Zamawiającym a Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywanie jakiegokolwiek zmiany w jej treści.
10. Jeżeli cena oferty wydaje się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzi wątpliwości zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów,

w szczególności jest niższa o 30% od wartości zamówienia lub średniej arytmetycznej cen wszystkich złożonych ofert, zamawiający zwraca się o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny, w szczególności w zakresie:

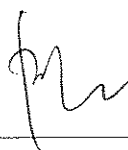
- 1) oszczędności metody wykonania zamówienia, wybranych rozwiązań technicznych, wyjątkowo sprzyjających warunków wykonywania zamówienia dostępnych dla wykonawcy, oryginalności projektu wykonawcy, kosztów pracy, których wartość przyjęta do ustalenia ceny nie może być niższa od minimalnego wynagrodzenia za pracę ustalonego na podstawie art. 2 ust. 3-5 ustawy z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę (Dz. U. Nr 200, poz. 1679, z 2004 r. Nr 240, poz. 2407 oraz z 2005 r. Nr 157, poz. 1314);
 - 2) pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów.
11. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na wykonawcy.
 12. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.
 13. Zamawiający poprawia w ofercie:
 - a) oczywiste omyłki pisarskie,
 - b) oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek,
 - c) inne omyłki polegające na niezgodności oferty ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty- niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
 14. Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli wystąpi, co najmniej jedna przesłanka unormowana w art. 89 ust. 1 lub 90 ust. 3 ustawy PZP.

XVIII. Informacja o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty, w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego:

1. Podpisanie umowy na realizację przedmiotu zamówienia nastąpi w terminie związania ofertą, w sposób ustalony indywidualnie z Wykonawcą, który złoży ofertę najkorzystniejszą pod względem kryteriów oceny ofert.
2. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny, chyba że zachodzą przesłanki unieważnienia postępowania, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy PZP.

XIX. Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.



XX. Wzór umowy:



UMOWA NR WTIG.I/2015

zawarta w dniu 2015 r. w Szczecinie

pomiędzy:

Województwem Zachodniopomorskim z siedzibą w Szczecinie przy ul. Korsarzy 34, reprezentowanym przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego w osobach:

- 1) Województwa Zachodniopomorskiego,
- 2) Województwa Zachodniopomorskiego,

zwanym dalej **Zamawiającym**

a

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

zwanym dalej **Wykonawcą**

Niniejsza umowa jest realizowana w ramach projektu: „Pomorze Zachodnie – Wszystko czego Potrzebujesz. Promocja turystyczna Województwa Zachodniopomorskiego”, współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013.

§ 1 Przedmiot umowy

1. Przedmiotem niniejszej umowy jest przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesiące na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego w opisie przedmiotu zamówienia stanowiącym załącznik nr 1 do umowy.

Zamówienie obejmuje kompleksową usługę w zakresie przedmiotowych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych, tj. rezerwacja nośników reklam, zaprojektowanie reklam, wykonanie reklam, montaż reklam, ekspozycja reklam (w tym serwis), dokumentacja z ekspozycji reklam, demontaż reklam, utylizacja zdemontowanych reklam.

2. W ramach realizacji przedmiotu umowy (o którym mowa w ust. 1) Wykonawca zobowiązuje się do:
 - 1) Rezerwacji nośników reklam (tj. powierzchni reklamowych na nośnikach reklam) w liczbie i w lokalizacjach wskazanych w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 2) Przygotowania dwóch projektów graficznych reklam wielkopowierzchniowych zgodnie z wytycznymi wskazanymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 3) Dostosowania projektu graficznego reklamy do nośnika reklamy danego typu – pojazdu (autobusu).

- 4) Składu i przygotowania do druku dwóch zaakceptowanych przez Zamawiającego projektów graficznych reklam w ilości i zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 5) Produkcji/druku opracowanego materiału reklamowego na wytrzymałej folii typu One Way Vision (OWV), zgodnie z zaakceptowanymi przez Zamawiającego projektami graficznymi reklam w ilości i zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 6) Wykorzystania przy realizacji przedmiotu zamówienia folii typu One Way Vision (OWV) posiadającej parametry techniczne wskazane w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 7) Oklejenia czterech autobusów przegubowych (nośników reklam) w każdej z lokalizacji wskazanej w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 8) Umieszczenia każdego z dwóch zaakceptowanych przez Zamawiającego projektów graficznych reklam na dwóch autobusach przegubowych komunikacji miejskiej (nośnikach reklam) w każdej z lokalizacji wskazanej w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 9) Przygotowania i przedstawienia do akceptacji Zamawiającego „Planu ekspozycji reklam” zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 10) Zapewnienia dwumiesięcznego okresu ekspozycji na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej (nośnikach reklam) w ilości i w lokalizacjach wskazanych w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 11) Serwisowania ekspozycji reklam w okresie ich ekspozycji zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 12) Przygotowania i przekazania Zamawiającemu dokumentacji z ekspozycji reklam (wykonania dokumentacji zdjęciowej w formie Raportu z realizacji ekspozycji reklamy na wszystkich pojazdach; sporządzenia Raportu końcowego dotyczącego czasu, miejsca oraz rodzaju nośnika reklamy, na którym dokonano ekspozycji) zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy.
 - 13) Demontażu reklam zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy, w szczególności: demontażu wszystkich reklam z autobusów przegubowych komunikacji miejskiej (nośników reklamy) po okresie ekspozycji lub w momencie wypowiedzenia umowy przez którąkolwiek ze stron z uwzględnieniem ewentualnego lakierowania powierzchni w przypadku, gdy przy usuwaniu reklamy nastąpi uszkodzenie lakieru.
 - 14) Utylizacji wszystkich reklam – wszystkich folii typu One Way Vision (OWV) pozostałych po demontażu na własny koszt, zgodnie z obowiązującymi normami i przepisami prawa.
3. Opracowane projekty kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych muszą być:
- 1) zgodne tematycznie oraz hasłowo z aktualnie realizowaną krajową kampanią promocyjną walorów turystycznych regionu pod hasłem „Pomorze Zachodnie – dobre wspomnienia na przyszłość”;
 - 2) zgodne z wytycznymi zawartymi w Systemie Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego (dostępnym pod adresem: www.siw.wzp.pl) oraz Wytycznymi Instytucji Zarządzającej RPO WZ na lata 2007-2013 dotyczącymi informacji i promocji projektu realizowanego w ramach RPO WZ (dostępnymi pod adresem: rpo2007-2013.wzp.pl/rpo/promocja_i_informacja/p-r-m-a-19839/logotypy_i_wytyczne.htm); w szczególności reklamy muszą zawierać odpowiednio wyeksponowane logo Pomorza

Zachodniego a także Narodowej Strategii Spójności oraz Unii Europejskiej (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego).

4. Wykonawca zobowiązuje się także w ramach wynagrodzenia określonego w § 6 ust 1 do ponownej produkcji/druku reklamy i jej umieszczenia na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej (nośnikach reklamy), w przypadku gdy reklama w trakcie eksploatacji ulegnie zniszczeniu.

§ 2 Termin i sposób realizacji przedmiotu umowy

1. Wykonawca zrealizuje przedmiot umowy, określony w § 1 w terminie do 2015 r.
2. Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu wykonania umowy, jeżeli z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego, Wykonawca nie będzie w stanie zrealizować umowy w uzgodnionym terminie.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia drobnych zmian w projektach przedstawionych przez Wykonawcę na etapie postępowania przetargowego zgodnie z Załącznikiem nr 1 do umowy.
4. Wykonawca dokona korekty projektów graficznych reklam w przeciągu kolejnych 3 dni od momentu otrzymania uwag Zamawiającego. W razie potrzeby ponownej poprawy projektów, Wykonawca dokona korekty projektów do momentu ich ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego.
5. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu przed rozpoczęciem ekspozycji – Plan ekspozycji reklam, zgodnie z wytycznymi zawartymi w Załączniku nr 1 do umowy. Wykonawca dokona korekty przedmiotowego planu w przeciągu kolejnych 3 dni od momentu otrzymania uwag Zamawiającego. W razie potrzeby ponownej poprawy przedmiotowego planu, Wykonawca dokona korekty planu do momentu jego ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego. Wykonawca może rozpocząć działania ambientowe (tj. rozpocząć ekspozycję reklamy) po zaakceptowaniu przez Zamawiającego powyższego Planu ekspozycji reklam.
6. Umieszczenie kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej (nośnikach reklamy) nastąpi nie później niż w terminie 20 dni od daty podpisania umowy.
7. Wykonawca zapewni dwumiesięczny okres ekspozycji na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej (nośnikach reklam) w ilości i w lokalizacjach wskazanych w Załączniku nr 1 do umowy
8. Czas ekspozycji reklamy jest liczony od daty umieszczenia (zakończenia wyklejania) reklamy na autobusie przegubowym komunikacji miejskiej (nośniku reklamy).
9. Demontaż reklamy z autobusów nastąpi po okresie ekspozycji lub w momencie wypowiedzenia umowy przez którąkolwiek ze stron.
10. Po zakończeniu okresu ekspozycji na danym autobusie przegubowym komunikacji miejskiej (nośniku reklamy), Wykonawca zobowiązany jest w ciągu 7 dni lub w innym uzgodnionym z właścicielem/zarządcą nośnika reklamy terminie do przywrócenia powłok lakierowanych i szyb do stanu pierwotnego.

§ 3 Obowiązki Zamawiającego

1. Zamawiający zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych od daty podpisania umowy uwag do projektów przedstawionych na etapie postępowania przetargowego, w celu ewentualnego wprowadzenia drobnych zmian (zgodnie z Załącznikiem nr 1 do umowy).

2. Zamawiający zobowiązuje się do współpracy z Wykonawcą na każdym etapie wykonania zadania będącego przedmiotem niniejszej umowy.
3. Zamawiający zobowiązuje się do udostępnienia Wykonawcy wszelkich materiałów, informacji i dokumentów, znajdujących się w jego posiadaniu, niezbędnych do należytego wykonania umowy. Zamawiający zobowiązuje się ponadto do udzielania Wykonawcy wszelkich niezbędnych wyjaśnień związanych z realizacją przedmiotowej umowy.

§ 4 Obowiązki Wykonawcy

1. Wykonawca oświadcza, że posiada wszelkie niezbędne uprawnienia i wiedzę wymaganą do właściwego wykonania przedmiotu umowy.
2. Wykonawca oceniając zakres i koszt wykonania przedmiotu umowy, zobowiązany jest przewidzieć wszelkie obowiązki, jakich wykonania będzie od niego wymagała realizacja umowy oraz wszelkie nałożone na niego ograniczenia bez prawa do dodatkowego wynagrodzenia z tego tytułu.
3. Jeżeli w przedmiocie umowy nie ujęto zagadnień wymaganych prawem lub potrzebnych do zrealizowania przedmiotu umowy, Wykonawca jest z mocy niniejszej umowy zobowiązany do ich opracowania lub pozyskania w terminach zabezpieczających terminowe zakończenie prac, własnym staraniem i bez dodatkowego wynagrodzenia.
4. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu zaakceptowane projekty graficzne dwóch reklam, będące przedmiotem umowy w postaci pliku w formacie PDF.
5. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu przed rozpoczęciem ekspozycji – Plan ekspozycji reklam zgodnie z § 2 ust. 5 niniejszej umowy.
6. Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzania stałych, bieżących kontroli jakości ekspozycji reklam.
7. Wykonawca zobowiązany jest do usuwania w terminie 2 dni wad/usterek reklam powstałych na etapie ich montażu lub w trakcie ich ekspozycji.
8. Zamawiający ma prawo do wnoszenia uwag na temat jakości wykonania/ekspozycji reklamy podczas ekspozycji. Uwagi wnoszone będą w formie pisemnej (dopuszcza się korespondencję w formie elektronicznej) z określeniem rodzaju zauważonych wad. Wykonawca zobowiązany jest do usunięcia stwierdzonych wad w terminie 2 dni od dnia ich ujawnienia.
9. Wykonawca zobowiąże się do ponownego umieszczenia reklamy na autobusach, w przypadku gdy reklama w trakcie eksploatacji ulegnie zniszczeniu.
10. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania dokumentacji zdjęciowej w formie raportu z realizacji ekspozycji reklamy na wszystkich pojazdach oraz sporządzenia raportu końcowego dotyczącego czasu, miejsca oraz rodzaju nośnika, na którym dokonano ekspozycji.
11. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za szkody powstałe w wyniku usuwania ekspozycji po okresie eksploatacji (np. uszkodzenia powłok lakierniczych pojazdów, odpryski, przebarwienia i wszelkie inne uszkodzenia pojazdów). Jeśli takie roszczenia ze strony osób trzecich zostaną zgłoszone, Wykonawca jest zobowiązany do usunięcia tego typu szkody we własnym zakresie i na własny koszt.
12. W przypadku zgłoszenia jakichkolwiek uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do ich uwzględnienia w terminie 2 dni od dnia zgłoszenia.

§ 5 Odbiór przedmiotu umowy

1. Odbiór przedmiotu umowy przez Zamawiającego nastąpi na podstawie protokołu zdawczo – odbiorczego podpisanego przez Wykonawcę i Zamawiającego.

2. Datę podpisania przez Zamawiającego protokołu zdawczo – odbiorczego, o którym mowa w ust. 1, traktuje się jako datę wykonania i odbioru prowadzonych działań ambientowych.
3. Do protokołu Wykonawca załącza pisemne oświadczenie, że przedmiot umowy jest kompletny i wykonany zgodnie z umową – z punktu widzenia celu, któremu ma służyć. Do protokołu dołącza się materiał zdjęciowy z realizacji ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych będących przedmiotem umowy oraz raport końcowy dotyczący czasu, miejsca oraz rodzaju nośnika reklamy, na którym dokonano ekspozycji – o których mowa w § 4 ust. 10 umowy.

§ 6 Wynagrodzenie

1. Wynagrodzenie Wykonawcy za realizację przedmiotu zamówienia wynosi: zł brutto (słownie:) i obejmuje podatek VAT w wysokości zł.
2. Zapłata wynagrodzenia nastąpi jednorazowo, po wykonaniu przedmiotu umowy, na podstawie prawidłowo wystawionej faktury VAT, na rachunek bankowy Wykonawcy w niej wskazany, w terminie 14 dni licząc od daty jej wpływu do Zamawiającego.
3. Fakturę, o której mowa w ust. 2 należy wystawić na:

Województwo Zachodniopomorskie

Ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin

NIP: 851 28 71 498

4. Za dzień zapłaty uważany będzie dzień obciążenia rachunku Zamawiającego.
5. Warunkiem wystawienia faktury VAT przez Wykonawcę, jej przyjęcia oraz zapłaty przez Zamawiającego jest podpisanie – bez zastrzeżeń – przez obie strony umowy, protokołu zdawczo – odbiorczego, o czym mowa w § 5 ust. 1

§ 7 Niewykonanie lub nienależyte wykonanie przedmiotu umowy

1. W przypadku niewykonania przez Wykonawcę przedmiotu umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w terminie określonym w § 2 ust. 1, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia, w wysokości odpowiadającej 0,5 % wartości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 6 ust. 1
2. Jeżeli okres opóźnienia przekroczy 14 dni, Zamawiającemu przysługuje, wedle jego uznania, prawo odstąpienia od niniejszej umowy w całości lub w tej części, której dotyczy opóźnienie. Oświadczenie o odstąpieniu może być złożone w terminie 30 dni od powstania uprawnienia do jego złożenia.
3. W wypadku nienależytego wykonania całości lub części przedmiotu zamówienia, to jest w szczególności stwierdzenia w protokole zdawczo-odbiorczym przez obie strony umowy zastrzeżeń, co do jakości i poprawności jego wykonania, Wykonawca zobowiązany będzie łącznie do:
 - 1) zapłaty na rzecz Zamawiającego kary umownej w wysokości odpowiadającej 1,5 % wartości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 6 ust. 1 oraz
 - 2) zapewnienia okresu dodatkowej ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych w miejscu i na czas, w którym usługa została wykonana nienależycie.
4. W sytuacji, gdy Zamawiający zrealizuje prawo do odstąpienia od umowy z przyczyn, o których mowa w ust. 2 będzie on również uprawniony do naliczenia Wykonawcy kary umownej z tytułu niewykonania przez niego całości przedmiotu zamówienia odpowiadającej 10 % kwoty wynagrodzenia brutto, o której mowa w § 6 ust. 1.

5. W sytuacji, gdy kara umowna, przewidziana w ust. 1, 3 i 4 nie pokrywa całości szkody, Zamawiającemu przysługuje prawo żądania odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych.
6. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie naliczonych kar umownych z przysługującego mu z tytułu wykonania przedmiotu niniejszej umowy wynagrodzenia, bez konieczności wcześniejszego wzywania go do zapłaty.
7. W razie wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie zamówienia nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili jego złożenia. Zamawiający może odstąpić od realizacji zamówienia, w ciągu 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o powyższych okolicznościach. W takim przypadku Wykonawca może żądać jedynie wynagrodzenia należnego mu z tytułu wykonania części zamówienia. Podstawą do określenia należnego Wykonawcy wynagrodzenia będzie stopień realizacji zamówienia oraz udokumentowanie kosztów poniesionych przez niego, a zaangażowanych w celu należytego przygotowania do wykonania umowy.

§ 8 Kontakty robocze

1. Osobą upoważnioną ze strony Zamawiającego do kontaktów z Wykonawcą oraz do odbioru przedmiotu zamówienia jest p. Anna Rączka, nr tel. (91) 44 19 160, e-mail: araczka@wzp.pl lub inny wskazany pracownik Biura Turystyki w Wydziale Turystyki i Gospodarki.
2. Osobą upoważnioną ze strony Wykonawcy do kontaktów z Zamawiającym jest

§ 9 Prawa autorskie

1. Wykonawca, z chwilą podpisania przez obie strony protokołu zdawczo-odbiorczego, w ramach przysługującego mu wynagrodzenia za wykonanie umowy, przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do treści kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych wskazanych w § 1, w zakresie rozporządzania nimi i korzystania z nich w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r., Nr 90, poz. 631 z późn. zm.) przez czas nieoznaczony, na następujących polach eksploatacji:
 - 1) utrwalanie dowolną techniką w dowolnej skali na dowolnym materiale,
 - 2) wprowadzanie do obrotu w całości lub w częściach w tym ich zbywanie,
 - 3) wprowadzanie ich w całości lub w częściach do pamięci komputerów i innych podobnie działających urządzeń,
 - 4) prawo adoptowania całości lub poszczególnych fragmentów kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych dla różnego rodzaju odbiorców przez nadanie im różnego rodzaju form oraz utrwalanie, powielanie, rozpowszechnianie i wprowadzanie do obrotu,
 - 5) wykorzystywanie kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych w całości lub w częściach i w ustalonej przez Zamawiającego formie do celów marketingowych,
 - 6) zwielokrotnianie w całości lub częściach dowolną techniką,
 - 7) prawo adaptacji, reprodukowania oraz wprowadzania wszelkich zmian, adaptacji, przeróbek i modyfikacji poszczególnych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych i ich części, w tym zmiana głębi kolorów, wielkości i innych podobnych w specjalistycznych graficznych programach komputerowych,
 - 8) wykorzystywanie w sieciach otwartych, wewnętrznych, przekazach satelitarnych,

- 9) rozpowszechnienia kopii zmodyfikowanych kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych, a także ich poszczególnych egzemplarzy,
 - 10) poprawianie, modyfikowanie i powielanie całości lub dowolnych elementów kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych,
 - 11) digitalizacja publikacji.
2. Korzystanie z kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych, o których mowa w § 1 ust. 1, przez Zamawiającego oraz przez podmioty, którym Zamawiający udzielił zgody na ich używanie, będące w jakikolwiek sposób powiązane z szeroko rozumianą działalnością Zamawiającego, mieści się w granicach przeniesionych na Zamawiającego praw autorskich i nie wymaga zapłaty na rzecz Wykonawcy jakiegokolwiek dodatkowego wynagrodzenia. Zamawiający posiada wyłączne prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego.
 3. Wykonawca oświadcza, iż do kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych wskazanych w § 1 ust. 1 umowy oraz do zdjęć i grafik wykorzystanych w ich treści przysługują mu wszelkie prawa, w tym w szczególności umożliwiające mu przeniesienie autorskich praw majątkowych stosownie do postanowień niniejszej umowy. Wykonawca oświadcza, że przyjmuje na siebie pełną odpowiedzialność w przypadku zaistnienia wad prawnych przedmiotu umowy lub naruszenia praw osób trzecich. W przypadku zgłoszenia przez osobę trzecią roszczenia, związanego z naruszeniem jej praw, wskutek realizacji niniejszej umowy, Wykonawca zobowiązuje się przejąć pełną odpowiedzialność z tego tytułu oraz wyrównać poniesione przez Zamawiającego szkody i zwrócić wszelkie poniesione koszty.

§ 10

1. Wszelkie zmiany umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Stosownie do przepisu art. 144 ustawy Prawo Zamówień Publicznych Zamawiający przewiduje możliwość zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy jeżeli zmiany te są dla Zamawiającego korzystne lub wynikły z okoliczności, których nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy. W szczególności zmianie może ulec termin realizacji przedmiotu umowy o czas występowania przeszkód o obiektywnym charakterze, które nie były przez Strony przewidziane, ani do których wystąpienia Strony umowy się nie przyczyniły.
3. Niezależnie od powyższego, Strony dopuszczają możliwość zmian będących następstwem zmian danych Stron ujawnionych w rejestrach publicznych oraz zmian dotyczących wskazania przedstawicieli stron wyznaczonych do prowadzenia spraw związanych z realizacją umowy, a także zmian korzystnych z punktu widzenia realizacji przedmiotu umowy, w szczególności przyspieszających realizację, obniżających koszt ponoszony przez Zamawiającego na wykonanie, utrzymanie lub użytkowanie przedmiotu umowy bądź zwiększających użyteczność przedmiotu umowy. W takiej sytuacji, Strony wprowadzą do umowy stosowne zmiany weryfikujące dotychczasowe brzmienie umowy bądź wskazujące nowe dane wynikające ze zmian w rejestrach publicznych albo też kierując się poszanowaniem wzajemnych interesów, zasadą równości Stron oraz ekwiwalentności świadczeń i przede wszystkim zgodnym zamiarem wykonania przedmiotu umowy, określą zmiany korzystne z punktu widzenia realizacji przedmiotu umowy.
4. Wszelkie zmiany wprowadzane do niniejszej umowy dokonywane będą z poszanowaniem obowiązków wynikających z obowiązującego prawa, w tym w szczególności art. 140 ust. 3 ustawy Prawo zamówień publicznych oraz zasad ogólnych rządzących tą ustawą.

§ 11

W sprawach nieuregulowanych postanowieniami umowy znajdują zastosowanie przepisy:

- 1) ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r., poz. 121 z późn. zm.),
- 2) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm).

§ 12

1. Spory powstałe w związku z realizacją umowy rozstrzygane będą przez Strony przede wszystkim na drodze polubownej.
2. W przypadku niemożności osiągnięcia porozumienia na drodze polubownej wszelkie spory powstałe w związku z realizacją umowy Strony poddają rozstrzygnięciu sądowi właściwemu dla siedziby Zamawiającego.

§ 13

Załącznikiem do niniejszej umowy stanowiącym jej integralną część jest:
Załącznik nr 1 – Opis przedmiotu zamówienia.

§ 14

Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

XXI. Informacja o obowiązku osobistego wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia. Wskazanie części zamówienia, która może być powierzona podwykonawcom. Zmiany umowy:

1. Zamawiający nie zastrzega wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia.
2. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w całym zakresie przedmiotu zamówienia. Zamawiający nie wymaga wskazania w ofercie jaka część zamówienia będzie realizowana przy udziale podwykonawców.
3. Zakres świadczenia Wykonawcy wynikający z umowy będzie tożsamy z jego zobowiązaniem zawartym w ofercie złożonej w niniejszym postępowaniu o udzielenie zamówienia.
4. Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzania zmian do treści umowy w zakresie wskazanym we wzorze umowy.

XXII. Maksymalna liczba Wykonawców, z którymi Zamawiający zawrze umowę ramową, jeżeli Zamawiający przewiduje zawarcie umowy ramowej:

Zamawiający nie prowadzi postępowania w celu zawarcia umowy ramowej.

XXIII. Informacje dodatkowe dotyczące wysokości zwrotu kosztów udziału w postępowaniu, jeżeli zamawiający przewiduje ich zwrot oraz aukcji elektronicznej, jeżeli zamawiający przewiduje aukcję elektroniczną:

1. Wszystkie koszty związane z uczestnictwem w postępowaniu, w szczególności z przygotowaniem i złożeniem ofert ponosi Wykonawca składający ofertę.
2. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
3. Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.

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

Wykonawcom przysługują środki ochrony prawnej określone w Dziale VI ustawy PZP.

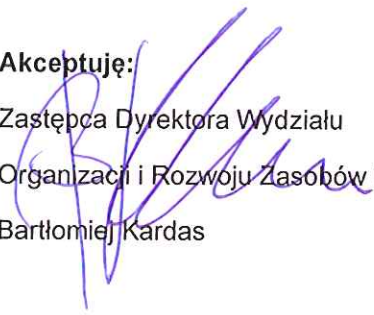
XXV. Wykaz załączników do SIWZ:

1. Oferta cenowa – Załącznik nr 1a.
2. Oferta cenowa – Załącznik nr 1b.
3. Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu – Załącznik nr 2.
4. Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania – Załącznik nr 3.
5. Lista podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej/informacja o tym, że wykonawca nie należy do grupy kapitałowej – Załącznik nr 4.
6. Doświadczenie Wykonawcy/Wykaz usług – Załącznik nr 5.
7. Oświadczenie składane zgodnie z wymaganiami art. 26 ust. 2 b ustawy Prawo zamówień publicznych – Załącznik nr 6.
8. Opis przedmiotu zamówienia – Załącznik nr 7.

Niniejszą SIWZ przedkłada do akceptacji Komisja Przetargowa w następującym składzie:

<u>Funkcja w Komisji Przetargowej:</u>	Imię i Nazwisko:	Podpis:
Przewodniczący Komisji:	Anna Rączka	
Członek:	Stanisław Prusiewicz	<i>SZKOŁEMÉ</i>
Członek:	Agnieszka Kempkiewicz	<i>Kempkiewicz</i>
Sekretarz Komisji	Joanna Dudka	<i>Joanna Dudka</i>

Akceptuję:


Zastępca Dyrektora Wydziału
Organizacji i Rozwoju Zasobów Ludzkich
Bartłomiej Kardas

Zatwierdzam:
z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA


Robert Grzywacz
.....
CZŁONEK ZARZĄDU
(Kierownik Zamawiającego)



Załącznik nr 1a do SIWZ

Uwaga: Niniejszy formularz cenowy wypełniają tylko i wyłącznie Wykonawcy, na których ciąży obowiązek podatkowy w stosunku do całości przedmiotu zamówienia, zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

Wykonawca składający niniejszy formularz nie wypełnia załącznika 1b do SIWZ.

Pełna nazwa Wykonawcy:

.....
.....

Adres siedziby Wykonawcy:

Ulica:

Kod, miejscowość:

Województwo:

Nr telefonu:.....

Nr faksu:.....

E-mail:.....

Dane teleadresowe osoby upoważnionej do kontaktowania się z Zamawiającym:

.....

Województwo Zachodniopomorskie
Urząd Marszałkowski Województwa
Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34
70-540 Szczecin

OFERTA CENOWA

W odpowiedzi na ogłoszenie o rozpoczęciu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 207 000 euro na „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”.

My niżej podpisani

.....
.....

działając w imieniu i na rzecz

.....
.....

K R Y S Z T A J
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

(nazwa (firma) dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców; w przypadku składania oferty wspólnej podać nazwy (firmy) i dokładne adresy wszystkich wykonawców składających wspólną ofertę)

1. Składamy ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia zgodnie ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia.
2. Oświadczamy, że wybór naszej oferty nie będzie prowadził do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.
3. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia i uznajemy się za związanych określonymi w niej postanowieniami i zasadami postępowania.
4. Oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia za łączną cenę brutto¹: zł (słownie:).
5. Uważamy się za związanych niniejszą ofertą przez czas wskazany w specyfikacji istotnych warunków zamówienia, tj. przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.
6. Oświadczamy, że sposób reprezentacji wykonawców składających wspólną ofertę dla potrzeb niniejszego zamówienia jest następujący:

.....
(Wypełniają jedynie przedsiębiorcy składający ofertę wspólną)

7. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się ze wzorem umowy i zobowiązujemy się, w przypadku wyboru naszej oferty, do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
8. Osobami upoważnionymi do kontaktu z Zamawiającym w sprawie niniejszego zamówienia są:
 1.tel.....fax.....
 2.tel.....fax.....
9. Ofertę niniejszą składamy na kolejno ponumerowanych stronach.
10. Załącznikami do niniejszej oferty są:
 1.,
 2.,
 3.,
 4.,
 5.

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

¹ Wypełnia wykonawca, na którym ciąży w całości obowiązek podatkowy zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.



Załącznik nr 1b do SIWZ

Uwaga: Niniejszy formularz cenowy wypełniają tylko i wyłącznie Wykonawcy składający ofertę, której wybór będzie prowadził do powstania u Zamawiającego (w całości lub w części) obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

Wykonawca składający niniejszy formularz nie wypełnia załącznika 1a do SIWZ.

Pełna nazwa Wykonawcy:

.....
.....

Adres siedziby Wykonawcy:

Ulica:

Kod, miejscowość:

Województwo:

Nr telefonu:

Nr faksu:

E-mail:

Dane teleadresowe osoby upoważnionej do kontaktowania się z Zamawiającym:

.....

Województwo Zachodniopomorskie
Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34
70-540 Szczecin

OFERTA CENOWA

W odpowiedzi na ogłoszenie o rozpoczęciu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 207 000 euro na „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”.

My niżej podpisani

.....
.....

działając w imieniu i na rzecz

.....
.....

(nazwa (firma) dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców; w przypadku składania oferty wspólnej podać nazwy (firmy) i dokładne adresy wszystkich

wykonawców składających wspólną ofertę)

1. Składamy ofertę na wykonanie przedmiotu zamówienia zgodnie ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia.
2. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia i uznajemy się za związanych określonymi w niej postanowieniami i zasadami postępowania.
3. Oświadczamy, że wybór naszej oferty będzie prowadził do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego (w całości lub w części) zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług¹:
 - rodzaj towaru/usługi, których dostawa/świadczenie prowadzi do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług²:.....
 - wymieniony rodzaj towaru/usługi wyczerpuje całość przedmiotu zamówienia³,
 - wymieniony rodzaj towaru/usługi wyczerpuje tylko część przedmiotu zamówienia, a wartość pozostałej części została ujęta w punkcie 4⁴
 - łączna wartość bez kwoty podatku wskazanego wyżej towaru/usługi, których dostawa/świadczenie prowadzi do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług jest następująca⁵: zł netto.
4. Oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia za łączną cenę brutto⁶: zł (słownie:).
- dotyczy tylko części przedmiotu zamówienia, a wartość pozostałej części została ujęta w punkcie 3⁷
5. Uważamy się za związanych niniejszą ofertą przez czas wskazany w specyfikacji istotnych warunków zamówienia, tj. przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.
6. Oświadczamy, że sposób reprezentacji wykonawców składających wspólną ofertę dla potrzeb niniejszego zamówienia jest następujący:
.....

(Wypełniają jedynie przedsiębiorcy składający ofertę wspólną)

7. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się ze wzorem umowy i zobowiązujemy się, w przypadku wyboru naszej oferty, do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
8. Osobami upoważnionymi do kontaktu z Zamawiającym w sprawie niniejszego zamówienia są:

¹ Wypełnia Wykonawca składający ofertę, której wybór będzie prowadził do powstania u Zamawiającego (w całości lub w części) obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

² Wypełnia Wykonawca składający ofertę, której wybór będzie prowadził do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

³ Zaznaczyć właściwie.

⁴ Zaznaczyć właściwie.

⁵ Wypełnia Wykonawca składający ofertę, której wybór będzie prowadził do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

⁶ Wypełnia Wykonawca, na którym ciąży obowiązek podatkowy (w stosunku do części zamówienia) zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług.

⁷ Zaznaczyć właściwie.

1.tel.....fax.....
2.tel.....fax.....

9. Ofertę niniejszą składamy na kolejno ponumerowanych stronach.

10. Załącznikami do niniejszej oferty są:

1.,
2.,
3.,
4.,
5.

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)



OŚWIADCZENIE O SPEŁNIANIU WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Oświadczam, że reprezentowany przeze mnie wykonawca spełnia wszystkie warunki udziału w przedmiotowym postępowaniu określone w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia oraz spełnia warunki określone w art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm.).

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

**OŚWIADCZENIE
O NIEPODLEGANIU WYKLUCZENIU Z POSTĘPOWANIA**

Oświadczam, że brak jest podstaw do wykluczenia reprezentowanego przeze mnie wykonawcy z przedmiotowego postępowania o udzielenie zamówienia w oparciu o art. 24 ust. 1, 2 i 2a ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.).

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

....., dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

**LISTA PODMIOTÓW NALEŻĄCYCH DO TEJ SAMEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ/
INFORMACJA O TYM, ŻE WYKONAWCA NIE NALEŻY DO GRUPY KAPITAŁOWEJ¹.**

Zgodnie z art. 26 ust. 2 pkt. 2d ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku - Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm. dalej: ustawa PZP):

1. **Składamy listę podmiotów, razem z którymi należymy do tej samej grupy kapitałowej,** o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt. 5 ustawy PZP w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. O ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50 poz. 331 z późn. zm.).

Lp.	Nazwa podmiotu	Adres podmiotu
1.		
2.		
3.		
.....		

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

2. **Informujemy, że nie należymy do grupy kapitałowej,** o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt. 5 ustawy PZP w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. O ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50 poz. 331 z późn. zm.).

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

..... , dnia
(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

¹ Należy wypełnić pkt 1 albo pkt 2

Pieczęć Wykonawcy	Doświadczenie Wykonawcy / Wykaz usług (Rozdział VIII pkt 1.2) SIWZ)
-------------------	---

Składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 207 000 euro na:

„Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”

oświadczamy, że posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie, tj. wykonałszymy należycie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, następujące usługi odpowiadające wymaganiom zawartym w SIWZ¹:

Nr kol.	1	2	3	4	5
Lp.	Nazwa i opis usługi – przeprowadzonej kampanii promocyjnej	Nazwa i opis działań ambientowych w ramach przeprowadzonej kampanii promocyjnej	Wartość usługi (w zł) ²	Termin realizacji	Nazwa zleceniodawcy oraz numer telefonu ³
1	Uzupelnic w sposob wskazujacy na spełnianie warunku udzialu w postepowaniu opisanego w rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2 SIWZ	Uzupelnic w sposob wskazujacy na spełnianie warunku udzialu w postepowaniu opisanego w rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2 SIWZ	Uzupelnic w sposob wskazujacy na spełnianie warunku udzialu w postepowaniu opisanego w rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2 SIWZ	Podac okres od (m-c/rok) do (m-c/rok)	
2					

¹ W postępowaniu wzięć mogą udział Wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące posiadania wiedzy i doświadczenia (opisane w rozdziale VIII pkt 1 ppkt 2 SIWZ), poprzez wykazanie, że Wykonawca wykonał należycie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, co najmniej 2 (słownie: dwie) usługi polegające na przeprowadzeniu kampanii promocyjnych zawierających działania ambientowe^{*}, o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto każda.

^{*} Zamawiający do działań ambientowych zalicza: niestandardowe działania promocyjne, cechujące się świeżością i oryginalnością, wykorzystujące kreatywne pomysły, przepełnione humorem i emocjami, angażujące i przyciągające uwagę, pozwalające na interakcje z odbiorcą, często szokujące.

² Wartość usługi podać w zł (w złotych polskich).

³ Zamawiający zaleca wskazanie numeru telefonu Zleceniodawcy.

Znak sprawy: WOIRZL.II.272.25.2015.SK

...					
-----	--	--	--	--	--

UWAGA! Wykonawca do każdej z wykazanych usług musi dołączyć dowody potwierdzające, ich należyte wykonanie (np. poświadczenia, referencje, protokoły odbioru itp.).

....., dnia

(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

....., dnia

(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji)

OŚWIADCZENIE
SKŁADANE ZGODNIE Z WYMAGANIAMI
ART. 26 UST. 2 B USTAWY PZP

My niżej podpisani

.....
.....

(osoby upoważnione do reprezentacji podmiotu trzeciego)

działając w imieniu i na rzecz

.....
.....

(nazwa (firma) dokładny adres podmiotu trzeciego)

Zobowiązujemy się do udostępnienia firmie:

.....
.....

(nazwa (firma) dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców); w przypadku składania oferty wspólnej podać nazwy (firmy) i dokładne adresy wszystkich wykonawców składających wspólną ofertę)

na czas realizacji zamówienia obejmującego „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego” swojego potencjału dotyczącego posiadania wiedzy i doświadczenia zgodnie z dyspozycją art. 26 ust. 2b ustawy PZP.

Udostępnienie potencjału będzie polegało na:

.....
.....

1

..... , dnia

(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji podmiotu trzeciego udostępniającego potencjał)

..... , dnia

(podpis osoby upoważnionej do reprezentacji podmiotu trzeciego udostępniającego potencjał)

UWAGA: Podmiot który zobowiązał się do udostępnienia zasobów odpowiada solidarnie z Wykonawcą za szkodę Zamawiającego powstałą wskutek nieudostępnienia tych zasobów, chyba że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy.

¹ Wskazać w jaki sposób będzie udostępniony potencjał. Z zapisu winno wynikać jednoznacznie w jaki sposób podmiot trzeci będzie zaangażowany w bezpośrednią realizację zamówienia.

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Spis rzeczy:

Rozdział I. Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (klasyfikacja CPV):	2
Rozdział II. Przedmiot zamówienia:	2
Rozdział III. Informacje wstępne:	2
1. Informacja o ogólnokrajowej kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego:	2
2. Atrakcyjność turystyczna Województwa Zachodniopomorskiego:	3
Rozdział IV. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (szczegółowy opis przeprowadzenia działań ambientowych promujących Województwo Zachodniopomorskie):	43
1. Cel działań ambientowych – uzupełniających do ogólnokrajowej kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego:	43
2. Format reklam.	53
3. Nośnik, lokalizacje i liczba kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych promujących Województwo Zachodniopomorskie.	53
4. Zaprojektowanie reklam – wymogi dotyczące treści i jakości reklamy.	63
5. Wykonanie reklam (materiału reklamowego).....	73
6. Montaż reklam.....	73
7. Ekspozycja reklam (plan ekspozycji, okres ekspozycji, serwis, dokumentacja z ekspozycji reklam).	83
8. Demontaż reklam.	103
9. Prawa autorskie.	103

Rozdział I. Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (klasyfikacja CPV):

79.34.00.00-9 usługi reklamowe i marketingowe

79.34.10.00-6 usługi reklamowe

Rozdział II. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielopowierzchniowych przez okres 2 miesiące na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego.

Zamówienie obejmuje kompleksową usługę w zakresie przedmiotowych kreatywnych reklam wielopowierzchniowych, tj. rezerwacja nośników reklam, zaprojektowanie reklam, wykonanie reklam, montaż reklam, ekspozycja reklam (w tym serwis), dokumentacja z ekspozycji reklam, demontaż reklam, utylizacja zdemontowanych reklam.

Rozdział III. Informacje wstępne:

1. Informacja o ogólnokrajowej kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego:

W ramach projektu systemowego „Pomorze Zachodnie – wszystko czego potrzebujesz. Promocja turystyczna Województwa Zachodniopomorskiego” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013 (poddziałanie 6.1.2 Regionalny system informacji turystycznej oraz rozwój produktów turystycznych na obszarze metropolitalnym) od października 2014 r. jest prowadzona ogólnopolska kampania promocyjna Województwa Zachodniopomorskiego pod hasłem „Pomorze Zachodnie – Dobre na przyszłość” (www.dobrenaprzyszosc.pl).

Kampania promocyjna obejmuje różne narzędzia promocji m.in.: reklamę telewizyjną, internetową, kinową oraz działania ambientowe.

W ramach kampanii Województwo Zachodniopomorskie promuje swoje priorytetowe produkty turystyczne :

- turystykę zdrowotną – wellness & spa oraz uzdrowiska;
- turystykę aktywną;
- turystykę rodzinną.

W celu wzmocnienia oraz wydłużenia siły przekazu, w ramach działań uzupełniających do kampanii Województwo Zachodniopomorskie postanowiło wykorzystać dodatkowe działania – kreatywnie zaprezentowany outdoor będący elementem ambientu, spójny i kompatybilny do trwającej kampanii.

2. Atrakcyjność turystyczna Województwa Zachodniopomorskiego:

Województwo Zachodniopomorskie jest regionem o ponadprzeciętnej atrakcyjności turystycznej. Siłą Województwa Zachodniopomorskiego w rozwoju turystyki jest różnorodność walorów naturalnych oraz ich położenie geograficzne, a także walory dziedzictwa kulturowego Regionu. Województwo Zachodniopomorskie należy do najpiękniejszych i najbardziej atrakcyjnych turystycznie regionów kraju. Bogactwo naturalne predestynuje tę okolicę do roli turystycznego giganta. Charakterystyczne dla tego terenu są liczne krainy pojezierne z bogatą fauną i florą, czystymi wodami, a przede wszystkim 185-kilometrowy pas wybrzeża Bałtyku, plaże pokryte piaskiem oddzielone od lądu wydhami z unikatową roślinnością i klifami. Specyfika położenia Województwa oraz wynikająca z tego różnorodność walorów przyrodniczo-krajobrazowych, sprawia, że Pomorze Zachodnie jest regionem cechującym się wysoką atrakcyjnością turystyczną.

Walory turystyczne

Bałtyk

Najistotniejszym dla turystyki obszarem Województwa jest wybrzeże morskie Bałtyku. Występuje tu cały zespół walorów środowiska jakie daje styk lądu z morzem. Wybrzeże Pomorza zachodniego to: szerokie, piaszczyste plaże z wydhami i lasami oraz płytkimi jeziorami nadmorskimi. Atrakcję krajobrazową stanowią na tym obszarze klifowe urwiska, z których jedno z najpotężniejszych (95 metrów wysokości) znajduje się w Międzyzdrojach i stanowi popularny punkt widokowy. Strome urwiska wykształcone są także w paru innych punktach wybrzeża. Obszar nadmorski Województwa Zachodniopomorskiego charakteryzuje się najkorzystniejszymi warunkami klimatycznymi w całym basenie Morza Bałtyckiego. Specyficzny mikroklimat w powiązaniu ze zdrowotnymi właściwościami wody morskiej oraz obecnością źródeł wód wglębnych i złóż surowców leczniczych, sprzyja rozwojowi funkcji sanatoryjnej i uzdrowiskowej. Poza typową turystyką rekreacyjną i wypoczynkową, bliskość morza stwarza warunki do rozwoju sportów wodnych i różnych form turystyki aktywnej oraz kwalifikowanej.

Pojezierza

Drugim obszarem o istotnym znaczeniu dla rozwoju turystyki są pojezierza powiązane w większości z terenami leśnymi. Na obszarze Województwa znajduje się ponad 1.600 jezior o powierzchni powyżej 1 ha zgromadzonych głównie na pojezierzach: Drawskim, Waleckim, Myśliborskim i Weltyńskim. Do największych zbiorników wodnych Województwa (powyżej 1.000 ha) zaliczamy 7 jezior: Dąbie (5,5 tys ha- największe jezioro deltowe w Polsce), Miedwie (3,5 tys ha), Jamno (2,2 tys ha), Drawsko, Wielimie, Bukowo, Lubie. Jeziora Dąbie i Miedwie zajmują odpowiednio IV i V miejsce w Polsce pod względem powierzchni, a Drawsko II miejsce pod względem głębokości (79,7m).

Krajobraz kulturowy Województwa Zachodniopomorskiego jest zróżnicowany. Obiektem zainteresowania turystycznego są w Województwie przede wszystkim bardzo liczne budynki i obszary zabytkowe, szlaki historyczne i kulturowe, a także licznie występujące fortyfikacje i miejsca związane z militariami.

Rozdział IV. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (szczegółowy opis przeprowadzenia działań ambientowych promujących Województwo Zachodniopomorskie):

1. Cel działań ambientowych – uzupełniających do ogólnokrajowej kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego:

a) Wnioski z badań ruchu turystycznego w Województwie Zachodniopomorskim:

Zgodnie z badaniami ruchu turystycznego wykonanymi w 2014r. ruch turystyczny w woj. zachodniopomorskim w skali roku ma nierównomierny rozkład.

Najwięcej osób podróżuje w miesiącach wakacyjnych (lipiec i sierpień) zwłaszcza w pasie nadmorskim, gdzie dominuje wypoczynek związany z plażowaniem.

Sezonowość turystyczna jest związana z pogodą oraz okresem urlopowym.

Na tej podstawie należy stwierdzić, że okres letni to najlepszy czas na promocję województwa wśród turystów, którzy podejmują spontaniczne decyzje dot. letnich wyjazdów.

Biorąc pod uwagę powyższe, można uznać, że środki ogólnodostępnego transportu w tym przypadku stanowią jeden z lepszych nośników informacji.

Reklama zewnętrzna umieszczana na środkach komunikacji miejskiej stała się powszechnym narzędziem promocji, trafiającym do szerokiego grona odbiorców.

b) Celem działań ambientowych jest:

- wzmocnienie siły przekazu oraz długości trwania ogólnopolskiej kampanii promocyjnej województwa zachodniopomorskiego, utrwalenia w świadomości potencjalnych turystów marki Pomorza Zachodniego,
- podtrzymywanie pozytywnego i spójnego wizerunku województwa wśród mieszkańców Polski,
- utrwalanie wiedzy na temat różnorodnych możliwości wypoczynku w województwie,
- zachęcenie odbiorców do przyjazdów na Pomorze Zachodnie w okresie jesiennym,
- wzrost konkurencyjności województwa Zachodniopomorskiego pod względem turystyki oraz zwiększenie ruchu turystycznego.

c) Grupy docelowe działań ambientowych:

- osoby preferujące wypoczynek na wybrzeżu i terenach pojeziernych,
- turyści szukający możliwości i form wypoczynku na Pomorzu Zachodnim,
- mieszkańcy innych województw, którzy jeszcze nie byli na Pomorzu Zachodnim,
- potencjalni turyści cechujący się spontanicznością w wyborze destynacji.

2. Format reklam.

Reklama wielkopowierzchniowa, tj. reklama całopojazdowa z szybami po stronie autobusu bez drzwi + tył autobusu.

W przypadku braku możliwości umieszczenia reklamy zgodnie z wytycznymi zamawiającego należy uwzględnić możliwie największą powierzchnię reklamową, którą można wykorzystać przy wskazanym nośniku (pojeździe) odpowiednim dla określonej lokalizacji.

3. Nośnik, lokalizacje i liczba kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych promujących Województwo Zachodniopomorskie.

Kreatywne reklamy wielkopowierzchniowe promujące Województwo Zachodniopomorskie (dalej jako: „reklamy”) muszą zostać umieszczone na nośnikach i w lokalizacjach określonych poniżej.

Nośniki reklam¹, które mają zostać wykorzystane przy promocji stanowią autobusy przegubowe komunikacji miejskiej kursujące na liniach dziennych przebiegających przez centrum poniżej wymienionych miast (głównymi ciągami komunikacyjnymi miast, głównymi ulicami miast) w następujących 16 lokalizacjach:

- Białystok
- Bydgoszcz
- Gdańsk
- Katowice
- Kielce
- Kraków
- Lublin
- Łódź
- Olsztyn
- Opole
- Poznań
- Rzeszów
- Toruń
- Warszawa
- Wrocław
- Zielona Góra

Reklamy należy umieścić na ww. nośniku reklam (tj. autobusach przegubowych komunikacji miejskiej, kursujących na liniach dziennych przebiegających przez centrum ww. miast (głównymi ciągami komunikacyjnymi miast, głównymi ulicami miast) w wyżej wymienionych

16 lokalizacjach (miastach).

W każdej z wyżej wymienionych lokalizacji należy umieścić reklamy na czterech autobusach przegubowych.

Liczba lokalizacji	Liczba nośników reklam w każdej lokalizacji	Łączna liczba nośników reklam	Łączna liczba reklam
16	4	64	64

¹ Nośnik reklam w tym dokumencie (Opisie przedmiotu zamówienia), rozumiany jest jako: autobus przegubowy komunikacji miejskiej kursujący na linii dziennej przebiegającej przez centrum jednego z miast (głównymi ciągami komunikacyjnymi miasta, głównymi ulicami miasta), lokalizacji wskazanych w Rozdziale IV pkt 3.

Rezerwacja nośników reklam:

Wykonawca zobowiązany jest zarezerwować ww. nośniki reklam – tj. powierzchnie reklamowe na nośnikach reklam – w lokalizacjach i liczbie określonych powyżej.

W przypadku braku możliwości zapewnienia wymaganych przez Zamawiającego powierzchni (potwierdzonej pisemnie przez zarządców/właścicieli nośników reklamowych – autobusów komunikacji miejskiej) dopuszcza się ekspozycję reklamy na autobusach komunikacji podmiejskiej (kursujących na liniach dziennych przebiegających w maksymalnym oddaleniu 30 km od centrum wskazanych powyżej lokalizacji).

4. Zaprojektowanie reklam – wymogi dotyczące treści i jakości reklamy.

a) Wykonawca opracowuje i składa wraz z ofertą projekty graficzne dwóch reklam:

- zgodnych tematycznie (dot. SPA&WELLNESS i/lub turystyka rodzinna i/lub turystyka aktywna) oraz hasłowo z aktualnie realizowaną krajową kampanią promocyjną walorów turystycznych regionu pod hasłem „Pomorze Zachodnie – dobre wspomnienia na przyszłość”;
- zgodnych z wytycznymi zawartymi w Systemie Identyfikacji Wizualnej Województwa Zachodniopomorskiego (dostępnym pod adresem: www.siw.wzp.pl) oraz Wytycznymi Instytucji Zarządzającej RPO WZ na lata 2007-2013 dotyczącymi informacji i promocji projektu realizowanego w ramach RPO WZ (dostępnymi pod adresem: rpo2007-2013.wzp.pl/rpo/promocja_i_informacja/p-r-m-a-19839/logotypy_i_wytyczne.htm), w szczególności reklamy muszą zawierać odpowiednio wyeksponowane logo Pomorza Zachodniego a także Narodowej Strategii Spójności oraz Unii Europejskiej (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego);
- zaprojektowane reklamy powinny być kreatywne poprzez m.in. zastosowanie niestandardowych metod graficznych tj. trójwymiaru lub wkomponowania grafiki w przestrzeń miejską/w mechanikę pojazdu itd.
- przedstawione projekty powinny mieć ujednolicony layout.

b) Ustalenie ostatecznej wersji projektów graficznych dwóch reklam:

- Projekty graficzne dwóch reklam złożone przez Wykonawcę (z którym zostanie zawarta umowa) wraz z ofertą zostaną wykorzystane podczas przedmiotowych działań ambientowych, z zastrzeżeniem możliwości wprowadzenia/zgłoszenia drobnych zmian do projektów przez Zamawiającego (rozmieszczenie poszczególnych elementów, rozmiar czcionki, dodanie drobnych elementów graficznych, wprowadzenie nieznacznych zmian w kolorystyce).

- Zamawiający przekaże Wykonawcy (w terminie określonym w umowie) uwagi do projektów graficznych reklam przedstawionych na etapie składania ofert w celu wprowadzenia drobnych zmian w przedmiotowych projektach.
- Wykonawca zobowiązany jest do korekty projektów graficznych reklam (w terminie określonym w umowie) zgodnie z uwagami przekazanymi przez Zamawiającego. W przypadkach wystąpienia potrzeby ponownych popraw projektów graficznych reklam, Wykonawca zobowiązany będzie do dokonywania korekt projektów graficznych reklam do momentu ich ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego.
- Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu zaakceptowanych projektów graficznych dwóch reklam w postaci pliku w formacie PDF.

5. Wykonanie reklam (materiału reklamowego).

Wykonawca jest zobowiązany do:

- Dostosowania zaakceptowanych projektów graficznych reklam do nośnika reklamy – danego typu pojazdu (autobusu przegubowego).
- Składu i przygotowania do druku dwóch zaakceptowanych przez Zamawiającego projektów graficznych reklam w ilości i zgodnie z wytycznymi wskazanymi w niniejszym dokumencie.
- Produkcji/druku opracowanego materiału reklamowego na wytrzymałej folii typu One Way Vision (OWV) zgodne z zaakceptowanymi projektami graficznymi reklam w ilości i zgodnie z wytycznymi wskazanymi w niniejszym dokumencie.
- Wykorzystana przy realizacji przedmiotu zamówienia folia typu One Way Vision (OWV) musi posiadać następujące parametry techniczne:
 - Grubość użytej folii OWV (bez papieru ochronnego i warstwy klejącej) musi wynosić od 140 mikronów (μ) do 160 mikronów (μ);
 - Przepuszczalność światła na poziomie 40-50%;
 - Druk folii OWV rozdzielczością w dobrej jakości tj. grafika przedstawiona na autobusie ma być wyraźna i czytelna, bez widocznych pixeli.
 - Zastosowana technologia druku: twardy solwent
- Wykorzystana przy realizacji przedmiotu zamówienia Folia typu One Way Vision (OWV) musi być dostosowana do wielkości i rodzaju nośnika reklam (autobusu przegubowego) oraz wytrzymała i odporna na działanie warunków atmosferycznych.

6. Montaż reklam.

Wykonawca jest zobowiązany do:

- Oklejenia czterech autobusów przegubowych (nośników reklam) w każdej ze wskazanych w pkt 3 lokalizacji, w tym w szczególności:
 - Odpowiednie przygotowanie powierzchni nośnika reklamy (powierzchnia, na którą zostanie naklejony materiał reklamowy musi zostać oczyszczona z kurzu, smarów oraz innych zanieczyszczeń, które mogłyby wpłynąć niekorzystnie na przyklejenie się materiału reklamowego).
 - Sprawdzenie (przed naklejeniem materiału reklamowego na nośnik reklamy), czy między materiałem reklamowym (zastosowaną folią typu One Way Vision), a podłożem nie zachodzą reakcje chemiczne.
- Każdy z dwóch opracowanych projektów graficznych reklam (opisanych w pkt 4; zaakceptowanych przez Zamawiającego) musi zostać umieszczony na dwóch nośnikach reklam w każdej z 16 lokalizacji (tj. dwóch autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w każdej z 16 lokalizacji) wskazanych w pkt 3.

7. Ekspozycja reklam (plan ekspozycji, okres ekspozycji, serwis, dokumentacja z ekspozycji reklam).

a) Plan ekspozycji reklam:

Wykonawca jest zobowiązany do:

Przedstawienia Zamawiającemu przed rozpoczęciem ekspozycji – Planu ekspozycji reklam, zawierającego:

- listę nośników reklam,
- lokalizacje nośników reklam (zgodnie z wymogami zawartymi w pkt 3), wraz z podaniem informacji wskazującej linię kursowania nośników reklam (fakultatywnie Wykonawca może załączyć mapy poszczególnych lokalizacji / miast przedstawiające przebieg linii kursowania nośników reklamy).
- planowane terminy ekspozycji na wszystkich nośnikach (z uwzględnieniem wymogów zawartych w pkt 7 ppkt b),
- wskazanie projektów graficznych (opisanych w pkt 4), które będą wykorzystane na poszczególnych nośnikach reklam (zgodnie z wymogiem zawartym w pkt 6).

Powyższy Plan ekspozycji może mieć formę tabeli zawierającej:

- następujące kolumny: dane identyfikacyjne nośnika reklamy (autobusu przegubowego), miasto – lokalizacja, linia kursowania nośnika reklamy, planowany termin ekspozycji, eksponowany projekt graficzny;
- wiersze w liczbie odpowiedniej dla wykazywanych nośników reklamy (autobusów przegubowych).

Zamawiający dokona weryfikacji ww. Planu ekspozycji reklam w zakresie jego zgodności z wymogami zawartymi w tym dokumencie (Opisie przedmiotu zamówienia).

Wykonawca dokona korekty przedmiotowego planu zgodnie z uwagami Zamawiającego. W razie potrzeby ponownej poprawy przedmiotowego planu, Wykonawca dokona korekty planu do momentu jego ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego.

Po zaakceptowaniu przez Zamawiającego ww. Planu ekspozycji reklam – Wykonawca może rozpocząć działania ambientowe (tj. rozpocząć ekspozycję reklamy).

b) Okres ekspozycji reklam:

2 miesiące w terminie wskazanym przez Zamawiającego, jednakże rozpoczęcie działań ambientowych (tj. rozpoczęcie ekspozycji reklam) powinno nastąpić nie później niż w terminie 20 dni od daty podpisania umowy.

- Czas ekspozycji reklamy jest liczony od daty umieszczenia (zakończenia wyklejania) reklamy na nośniku reklamy przez okres dwóch miesięcy.
- Ekspozycja wszystkich reklam powinna nastąpić jednocześnie. W przypadku braku możliwości rezerwacji wszystkich wskazanych nośników reklam w jednakowym czasie, przesunięcie czasowe pomiędzy ekspozycją reklamy na pierwszym i ostatnim nośniku może wynosić do 10 dni.

Działania ambientowe (tj. ekspozycję reklamy) należy zakończyć maksymalnie (nie później niż) w dniu 18 października.

Wykonawca jest zobowiązany do:

Zapewnienia dwumiesięcznego okresu ekspozycji na nośnikach reklamy w ilości i lokalizacjach wskazanych w pkt 3.

c) Serwis ekspozycji reklam:

Wykonawca jest zobowiązany do serwisowania reklam w okresie ekspozycji, w tym:

- Przeprowadzania stałych, bieżących kontroli jakości ekspozycji reklam.
- **Dbłości o poprawną ekspozycję reklam** (np. czystość ekspozycji) w szczególności naprawy ewentualnych uszkodzeń reklam powstałych w trakcie okresu ekspozycji.
- Ponownej produkcji/druku reklamy (zgodnie z pkt 5) i jej umieszczenia na nośniku reklamy, w przypadku gdy reklama w trakcie eksploatacji ulegnie zniszczeniu.
- Usuwania w terminie 2 dni wad/usterek reklam:
 - powstałych na etapie montażu lub ekspozycji reklam;

- o zgłoszonych przez Zamawiającego podczas ekspozycji (uwagi Zamawiającego dotyczące jakości wykonania/ekspozycji reklam określające rodzaj zauważonych wad).

d) Dokumentacja z ekspozycji reklam:

Wykonawca jest zobowiązany do sporządzenia następującej dokumentacji z ekspozycji reklam:

- Wykonania dokumentacji zdjęciowej w formie Raportu z realizacji ekspozycji reklamy na wszystkich pojazdach (dokumentacja fotograficzna / raport – musi obejmować wszystkie wykorzystane nośniki reklam).
- Sporządzenia Raportu końcowego dotyczącego czasu, miejsca oraz rodzaju nośnika reklamy, na którym dokonano ekspozycji.

8. Demontaż reklam.

Wykonawca jest zobowiązany do:

- Demontażu wszystkich reklam z nośników reklamy po okresie ekspozycji lub w momencie wypowiedzenia umowy przez którąkolwiek ze stron z uwzględnieniem ewentualnego lakierowania powierzchni nośników reklamy w przypadku, gdy przy usuwaniu reklamy nastąpi uszkodzenie lakieru.
- Przywrócenia powłok lakierowanych i szyb do stanu pierwotnego (stanu zastanego przed ekspozycją) po zakończeniu okresu ekspozycji na danym nośniku reklamy – danym autobusem przegubowym, w ciągu 7 dni lub w innym uzgodnionym z właścicielem/zarządcą nośnika reklamy terminie.
- Utylizacji wszystkich reklam – wszystkich folii typu One Way Vision (OWV) pozostałych po demontażu na własny koszt, zgodnie z obowiązującymi normami i przepisami prawa.

9. Prawa autorskie.

- Wykonawca w ramach przedmiotu zamówienia przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do przedmiotowych reklam wraz z autorskimi prawami majątkowymi do treści w nich wykorzystanych w zakresie, czasie i na polach eksploatacji określonych w umowie zawartej w wyniku przeprowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

