

**Szczecin: WYNAJEM POWIERZCHNI
BILLBOARDOWEJ NA POTRZEBY KAMPANII
PROMOCYJNEJ WOJEWÓDZTWA
ZACHODNIOPOMORSKIEGO
OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - usługi**

Zamieszczanie ogłoszenia: obowiązkowe.

Ogłoszenie dotyczy: zamówienia publicznego.

SEKCJA I: ZAMAWIAJACY

I. 1) NAZWA I ADRES: Województwo Zachodniopomorskie-Urząd
Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Korsarzy 34, 70-540
Szczecin, woj. zachodniopomorskie, tel. 091 44 67 120, faks 091 44 67 120, 44
67 185.

- **Adres strony internetowej zamawiającego:** www.wzp.pl

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Administracja samorządowa.

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) OKREŚLENIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

II.1.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: WYNAJEM
POWIERZCHNI BILLBOARDOWEJ NA POTRZEBY KAMPANII PROMOCYJNEJ
WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO.

II.1.2) Rodzaj zamówienia: usługi.

II.1.3) Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia:

1. Przedmiotem zamówienia jest wynajem powierzchni billboardowej na potrzeby kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego szczegółowo opisany w cz. IV SIWZ. 2. Przedmiot zamówienia został podzielony na 4 części wymienione poniżej: a) część I - Kampania billboardowa w największych miastach Polski; b) część II - Kampania wielkoformatowa w największych miastach Polski; c) część III - Kampania billboardowa w największych miastach regionu; d) część IV - Kampania wielkoformatowa w



największych miastach regionu.

II.1.4) Czy przewiduje się udzielenie zamówień uzupełniających: nie.

II.1.5) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 79.34.00.00-9.

II.1.6) Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej: tak, liczba części: 4.

II.1.7) Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej: nie.

II.2) CZAS TRWANIA ZAMÓWIENIA LUB TERMIN WYKONANIA:

Zakończenie: 31.08.2010.

**SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE
PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I
TECHNICZNYM**

III.1) WADIUM

- **Informacja na temat wadium:** Zamawiający nie żąda wniesienia wadium.

III.2) ZALICZKI

- **Czy przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:** nie

**III.3) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU
DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW**

- **III.3.1) Uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania**

- **III.3.2) Wiedza i doświadczenie**

Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku

- Wykonawca musi wykazać się wykonaniem, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonywaniem w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, (przynajmniej do jednej części przedmiotu zamówienia), a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej trzech usług

wynajmu powierzchni billboardowej wraz z wydrukiem i rozwieszeniem za cenę nie mniejszą niż 30.000,00 zł brutto każda z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców oraz załączeniem dokumentów potwierdzających, że te usługi zostały wykonane należycie.

4. Na potwierdzenie spełniania warunku określonego w Rozdziale VIII pkt 2) należy przedstawić wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonywanych w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, (przynajmniej do jednej części przedmiotu zamówienia), a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej trzech usług wynajmu powierzchni billboardowej (na załączniku nr 4 p.n. Doświadczenie Wykonawcy) wraz z wydrukiem i rozwieszeniem za cenę nie mniejszą niż 30.000,00 zł brutto każda z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców oraz załączeniem dokumentów potwierdzających, że te usługi zostały wykonane należycie. 3. Zamawiający dokona oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu w oparciu o analizę oświadczeń lub dokumentów załączonych do oferty poprzez wypełnienie druku ZP - 17 - Informacja o spełnianiu przez wykonawców warunków udziału w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego, na zasadzie: spełnia / nie spełnia.

- **III.3.3) Potencjał techniczny**

- **III.3.4) Osoby zdolne do wykonania zamówienia**

- **III.3.5) Sytuacja ekonomiczna i finansowa**

III.4) INFORMACJA O OŚWIADCZENIACH LUB DOKUMENTACH, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ NIEPODLEGANIA WYKLUCZENIU NA PODSTAWIE ART. 24 UST. 1 USTAWY

- **III.4.1) W zakresie wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, oprócz oświadczenia o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, należy przedłożyć:**

- wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub



ciągłych również wykonywanych, dostaw lub usług w zakresie niezbędnym do wykazania spełniania warunku wiedzy i doświadczenia w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców, oraz załączeniem dokumentu potwierdzającego, że te dostawy lub usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie

- **III.4.2) W zakresie potwierdzenia niepodlegania wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:**

- oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia
- aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenie w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy

•

III.7) Czy ogranicza się możliwość ubiegania się o zamówienie publiczne tylko dla wykonawców, u których ponad 50 % pracowników stanowią osoby niepełnosprawne: nie

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

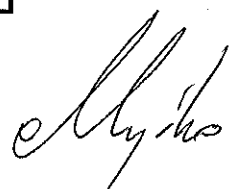
IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: przetarg nieograniczony.

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.2) Czy przeprowadzona będzie aukcja elektroniczna nie.

IV.3) ZMIANA UMOWY

Czy przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w



**stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru
wykonawcy: tak**

**Dopuszczalne zmiany postanowień umowy oraz określenie warunków
zmian**

1. Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzania zmian do treści umowy: d)

Zmiany Umowy będą mogły być wprowadzane w związku z zaistnieniem okoliczności, których wystąpienia Strony nie przewidywały w chwili zawierania Umowy. e) Wskazane okoliczności nie mogą być wywołane przez którąkolwiek ze Stron, ani przez nie zawinione i muszą wywoływać ten skutek, iż Umowa nie może być wykonana wedle pierwotnej treści, w szczególności z uwagi na rażącą stratę grożącą jednej ze Stron lub niemożność osiągnięcia celu Umowy.

Okoliczności powyższe odnosić się mogą w szczególności do wystąpienia nagłych zmian stanu prawnego, gwałtownej dekonstrukcji, kryzysów finansowych w skali ponadpaństwowej, powszechnej niedostępności surowców, niekorzystnych warunków atmosferycznych, konieczności uwzględnienia wpływu ewentualnych prac dodatkowych i zamiennych na realizację przedmiotu umowy. f) W takiej sytuacji, Strony, mając na uwadze poszanowanie wzajemnych interesów, zasady równości Stron oraz ekwiwalentności świadczeń i przede wszystkim zgodny zamiar wykonania przedmiotu umowy, określą w niezbędnym zakresie wpływ powyższych okoliczności na dotychczasowe prawa i obowiązki. 2.

Niezależnie od powyższego, Strony dopuszczają możliwość zmian redakcyjnych Umowy oraz zmian będących następstwem zmian danych Stron ujawnionych w rejestrach publicznych, 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 redakcyjne 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. 17. Wszelkie zmiany wprowadzane do niniejszej umowy



dokonywane będą z poszanowaniem obowiązków wynikających z obowiązującego prawa, w tym w szczególności art. 140 ust. 3 Prawa zamówień publicznych oraz zasad ogólnych rządzących tą ustawą. 18. Stosownie do przepisu art. 144 PZP 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 w przypadkach wymienionych poniżej: XVII. Termin realizacji przedmiotu umowy 5) Termin realizacji przedmiotu umowy może ulec przesunięciu o czas występowania przeszkód o obiektywnym charakterze (zdarzenia nadzwyczajne, zewnętrzne i niemożliwe do zapobieżenia a więc mieszczące się w zakresie pojęciowym tzw. siły wyższej.) np. pogoda uniemożliwiająca wykonywanie umowy, zdarzenia nie leżące po żadnej ze stron umowy. XVIII. Wykonawcy 5) Zmiana podmiotowa Wykonawcy dopuszczalna jest wyłącznie w sytuacji gdy nie pociąga za sobą przeniesienia praw i obowiązków wykonawcy umowy na osobę trzecią w trybie art. 519 k.c. XIX. Ustawowa zmiana stawki podatku od towarów i usług 5) Zmiana umowy na skutek zmiany podatku od towarów i usług VAT dopuszczalna jest tylko wówczas gdy konieczność taka powstanie w następstwie okoliczności których nie można było przewidzieć (w tym zmian w przepisach prawa) zaś jedna ze stron mogła by ponieść rażącą stratę w konsekwencji nie wprowadzenia odpowiedniej zmiany. XX. Zmiana obowiązującego wskaźnika cen towarów i usług publikowanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego. 5) Zmiana umowy na skutek zmiany obowiązującego wskaźnika cen i towarów publikowanego przez Prezesa GUS dopuszczalna jest tylko wówczas gdy konieczność taka powstanie w następstwie okoliczności których nie można było przewidzieć (w tym zmian w przepisach prawa) zaś jedna ze stron mogła by ponieść rażącą stratę w konsekwencji nie wprowadzenia odpowiedniej zmiany. Zmiany, o których mowa powyżej, mogą zostać wprowadzone za zgodną wolą stron umowy w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

IV.4) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.4.1) Adres strony internetowej, na której jest dostępna specyfikacja

istotnych warunków zamówienia: www.wzp.pl



Specyfikację istotnych warunków zamówienia można uzyskać pod adresem: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 - 42, 70 - 421 Szczecin (pokój nr 343).

IV.4.4) Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub ofert: 06.05.2010 godzina 10:00, miejsce: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 - 42, 70 - 421 Szczecin (pokój nr 343).

IV.4.5) Termin związania ofertą: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert).

IV.4.16) Informacje dodatkowe, w tym dotyczące finansowania projektu/programu ze środków Unii Europejskiej: .

IV.4.17) Czy przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: tak

ZAŁĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZĘŚCIOWYCH

CZĘŚĆ Nr: 1 NAZWA: Kampania billboardowa w największych miastach Polski.

- **1) Krótki opis ze wskazaniem wielkości lub zakresu zamówienia:**
Powierzchnie billboardowe muszą znajdować się w następujących miastach w liczbie nie mniejszej od podanej przy nazwie każdego z miast: 1) Wrocław - 20 2) Poznań - 20 3) Warszawa - 20 4) Katowice - 20 Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach billboardowych ww. lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić: a) powierzchnie billboardowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 12 m², b) ilość powierzchni w każdym z miast z uwzględnieniem podanych ilości minimalnych c) wielkość każdej z powierzchni, d) dokładny adres każdej z powierzchni e) powierzchnie billboardowe powinny znajdować się w centrum ww. miast lub przy ich głównych ciągach komunikacyjnych, f) każda z powierzchni stojących przy drodze musi znajdować się po prawej stronie tej drogi w stosunku do kierunku ruchu, g) powierzchnie mogą być nośnikami

wolno stojącymi lub powierzchniami, które znajdują się odpowiednio na ścianach budynków lub innych konstrukcji budowlanych, h) podświetlenie lub też oświetlenie całości reklamy wszystkich powierzchni w okresie dnia, gdy nie ma oświetlenia dziennego oraz w nocy, i) wyklejenie nośników 3 odrębnymi projektami - A, B i C Wykonawca w ramach wykonania zamówienia jest również zobowiązany do wydruku i zawieszenia reklamy, na każdej z powierzchni od 01.07.2010 do 15.07.2010, co należy uwzględnić w cenie. Materiał, na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach to: winyl lub winyl backlight lub winyl frontlight lub siatka lub siatka z przeplotem papier lub folia. Materiał musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika..

- **2) Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 79.34.00.00-9.
- **3) Czas trwania lub termin wykonania:** Zakończenie: 15.07.2010.
- **4) Kryteria oceny ofert:** cena oraz dodatkowe kryteria i ich znaczenie:
 - 1. Cena - 30
 - 2. łączna powierzchnia nośników - 70

CZĘŚĆ Nr: 2 NAZWA: Kampania wielkoformatowa w największych miastach Polski.

- **1) Krótki opis ze wskazaniem wielkości lub zakresu zamówienia:**

Powierzchnie reklamowe wielkoformatowe muszą znajdować się w ścisłym centrum poniższych miast w liczbie nie mniejszej od podanej przy nazwie każdego z miast: 1) Warszawa - 2 2) Poznań - 2 3) Wrocław - 1 4) Katowice - 1 Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach wielkoformatowych ww. lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić: a) powierzchnie wielkoformatowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 100m², b) ilość powierzchni w każdym z miast z uwzględnieniem podanych ilości, minimalnych, c) wielkość każdej z powierzchni, d) dokładny adres każdej z powierzchni e) powierzchnie wielkoformatowe powinny znajdować się w centrum ww. miast lub przy ich głównych ciągach komunikacyjnych, f) każda z powierzchni stojących przy drodze musi znajdować się po prawej stronie tej drogi w stosunku do kierunku ruchu, g) powierzchnie mogą być nośnikami wolno stojącymi lub



powierzchniami, które znajdują się odpowiednio na ścianach budynków lub innych konstrukcji budowlanych, h) podświetlenie lub też oświetlenie całości reklamy w nocy. i) wyklejenie nośników 3 odrębnymi projektami - A, B i C Wykonawca w ramach wykonania zamówienia jest również zobowiązany do wydruku i zawieszenia reklamy, na każdej z powierzchni na wyznaczone okresy dla poszczególnych miast, co należy uwzględnić w cenie: a) Warszawa - 1 nośnik od 01.07 do 31.07.2010 roku (motyw A) oraz 1 nośnik od 01.08 do 31.08.2010 roku (motyw C) b) Poznań - 1 nośnik od 01.07 do 31.07.2010 roku (motyw B) oraz 1 nośnik od 01.08 do 31.08.2010 roku (motyw C) c) Wrocław - 1 nośnik od 01.07 do 31.07.2010 roku (motyw A) d) Katowice - 1 nośnik od 01.07 do 31.07.2010 roku (motyw B) Materiał, na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach to: winyl lub winyl backlight lub winyl frontlight lub siatka lub siatka z przeplotem papier lub folia. Materiał musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika..

- **2) Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 79.34.00.00-9.
- **3) Czas trwania lub termin wykonania:** Zakończenie: 31.08.2010.
- **4) Kryteria oceny ofert:** cena oraz dodatkowe kryteria i ich znaczenie:
 - 1. Cena - 40
 - 2. średnia wielkość wielkiego formatu - 60

CZĘŚĆ Nr: 3 NAZWA: Kampania billboardowa w największych miastach regionu.

- **1) Krótki opis ze wskazaniem wielkości lub zakresu zamówienia:** Powierzchnie billboardowe muszą znajdować się w terenie następujących miast w liczbie nie mniejszej od podanej przy nazwie każdego z miast: 1) Szczecin - 35 2) Koszalin - 10 Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach billboardowych ww. lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić: a) powierzchnie billboardowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 12 m², b) ilość powierzchni w każdym z miast z uwzględnieniem podanych ilości minimalnych c) wielkość każdej z powierzchni, d) dokładny adres każdej z powierzchni, e) powierzchnie billboardowe powinny znajdować się w centrum ww. miast lub przy icg głównych ciągach komunikacyjnych, f) każda z powierzchni stojących



przy drodze musi znajdować się po prawej stronie tej drogi w stosunku do kierunku ruchu, g) powierzchnie mogą być nośnikami wolno stojącymi lub powierzchniami, które znajdują się odpowiednio na ścianach budynków lub innych konstrukcji budowlanych h) podświetlenie lub też oświetlenie całości reklamy wszystkich powierzchni w okresie dnia, gdy nie ma oświetlenia dziennego oraz w nocy i) wyklejenie nośników 4 odrębnymi projektami - A, B, C i D, j) przeklejenie 15 nośników po drugich 2 tygodniach kampanii zgodnie z założeniami: 15.06 - 30.06 - motyw A - 15 nośników (Szczecin 12 nośników, Koszalin 3 nośniki) 01.07 - 15.07 - motyw A - 15 nośników motyw B - 15 nośników (Szczecin 23 nośniki, Koszalin 7 nośników) 15.07 - 31.07 - motyw A - 15 nośników motyw C - 15 nośników motyw D - 15 nośników (Szczecin 35 nośników, Koszalin 10 nośników) Wykonawca w ramach wykonania zamówienia jest również zobowiązany do wydruku i zawieszenia reklamy, na każdej z powierzchni od 15.06.2010 do 31.07.2010, co należy uwzględnić w cenie. Materiał, na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach to: winyl lub winyl backlight lub winyl frontlight lub siatka lub siatka z przeplotem papier lub folia. Materiał musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika..

- **2) Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 79.34.00.00-9.
- **3) Czas trwania lub termin wykonania:** Zakończenie: 31.07.2010.
- **4) Kryteria oceny ofert:** cena oraz dodatkowe kryteria i ich znaczenie:
 - 1. Cena - 30
 - 2. ilość nosników reklamowych - 70

CZĘŚĆ Nr: 4 NAZWA: Kampania wielkoformatowa w największych miastach regionu.

- **1) Krótki opis ze wskazaniem wielkości lub zakresu zamówienia:**
Powierzchnie reklamowe wielkoformatowe muszą znajdować się w ścisłym centrum poniższych miast w liczbie nie mniejszej od podanej przy nazwie każdego z miast: 1) Szczecin - 3 2) Koszalin - 1 Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach billboardowych ww. lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić: a) powierzchnie wielkoformatowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 100

m2 dla miasta Szczecin oraz 50 m2 dla miasta Koszalin, b) ilość powierzchni w każdym z miast z uwzględnieniem podanych ilości minimalnych. c) wielkość każdej z powierzchni, d) dokładny adres każdej z powierzchni e) powierzchnie wielkoformatowe powinny znajdować się w centrum ww. miast lub przy ich głównych ciągach komunikacyjnych, f) każda z powierzchni stojących przy drodze musi znajdować się po prawej stronie tej drogi w stosunku do kierunku ruchu, g) powierzchnie mogą być nośnikami wolno stojącymi lub powierzchniami, które znajdują się odpowiednio na ścianach budynków lub innych konstrukcji budowlanych h) podświetlenie lub też oświetlenie całości reklamy w nocy i) wyklejenie nośników 3 odrębnymi projektami - A, B oraz C. Wykonawca w ramach wykonania zamówienia jest również zobowiązany do wydruku poszczególnych projektów i zawieszenia reklamy, na każdej z powierzchni na okres kolejno: Szczecin - 2 nośniki od 01.07 - 31.07.2010 (motyw A i B) oraz 1 nośnik od 01.08 - 31.08.2010 (motyw C) Koszalin - 1 nośnik od 01.08 - 31.08.2010 (motyw C) co należy uwzględnić w cenie. Materiał, na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach to: winyl lub winyl backlight lub winyl frontlight lub siatka lub siatka z przeplotem papier lub folia. Materiał musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika..

- **2) Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 79.34.00.00-9.
- **3) Czas trwania lub termin wykonania:** Zakończenie: 31.08.2010.
- **4) Kryteria oceny ofert:** cena oraz dodatkowe kryteria i ich znaczenie:
 - 1. Cena - 40
 - 2. średnia wielkość wielkiego formatu - 60

Ogłoszenie zostało zamieszczone w Biuletynie Zamówień Publicznych w dniu 29.04.2010r.

WICEMARSZAŁEK

Witold Jabłoński

z-ca DYREKTORA
Wydziału Organizacji
i Rozwoju Zasobów Ludzkich
Jarosław Myśko