

# SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

dla zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości mniejszej niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy

**Prawo zamówień publicznych pod nazwą:**

Usługa przygotowania i przeprowadzenia **regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej** Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020.

ZNAK SPRAWY: WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Ogłoszenie o zamówieniu zostało zamieszczone w Biuletynie Zamówień Publicznych w dniu 13 czerwca 2017 r. pod Nr 530167-N – 2017 oraz na tablicy ogłoszeń w miejscu publicznie dostępnym w siedzibie Zamawiającego i na stronie internetowej: [www.wup.pl](http://www.wup.pl)

**Podstawa prawna:**

Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych  
(tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 ze zm.)  
oraz akty wykonawcze do tej ustawy

Szczecin, 2017 r.

## ROZDZIAŁ I. Zamawiający

1. Województwo Zachodniopomorskie – Wojewódzki Urząd Pracy, 70-383 Szczecin, ul. A. Mickiewicza 41, tel.: 91/ 42-56-100, fax.: 91/ 42-56-103.  
Godziny pracy Urzędu: 7:30- 15:30 od poniedziałku do piątku.  
Adres strony internetowej: [www.wup.pl](http://www.wup.pl)  
Adres e-mail: [przetargi@wup.pl](mailto:przetargi@wup.pl)
2. Numer konta bankowego, na które należy wpłacać zabezpieczenie należytego wykonania umowy:  
**56 1020 4795 0000 9102 0264 7832.**
3. Znak postępowania **WUP.XVA.322.28.MKar.2017:**  
**UWAGA:** w korespondencji kierowanej do Zamawiającego należy posługiwać się tym znakiem.

## ROZDZIAŁ II. Tryb postępowania o udzielenie zamówienia publicznego

1. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego o wartości mniejszej niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 ze zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp” lub „Pzp” oraz akty wykonawcze do ustawy.
2. W niniejszym postępowaniu mają zastosowanie przepisy art. 24 aa ustawy Pzp, tj. Zamawiający najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.
3. Niniejsza Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia zwana jest w dalszej treści Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia, SIWZ lub specyfikacją.

## ROZDZIAŁ III. Przedmiot zamówienia oraz termin wykonania przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest: **przygotowanie i przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjno-promocyjnej** Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF) na Pomorzu Zachodnim, wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020.
2. Nomenklatura wg CPV: 79341400-0- Usługi prowadzenia kampanii reklamowych,
3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Rozdział XVII niniejszej specyfikacji.
4. Zamawiający nie określa w opisie przedmiotu zamówienia żadnych wymagań dotyczących zatrudnienia przez Wykonawcę lub Podwykonawcę na podstawie umowy o pracę osób wykonujących wskazane przez Zamawiającego czynności w zakresie realizacji zamówienia w sposób określony w art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r- Kodeks pracy (Dz. U. z 2014 r. poz. 1052, z późn. zm.).
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
6. Zamawiający nie dopuszcza ofert wariantowych.
7. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp.

8. Zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę kluczowych części zamówienia.
9. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę cenową. Złożenie więcej niż jednej oferty lub alternatywy zawarte w treści oferty spowodują odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez Wykonawcę.
10. Niniejsza specyfikacja określa wymagania minimalne. W przypadku gdy opis przedmiotu zamówienia wskazuje na konkretne produkty i/lub materiały z podaniem nazwy producenta bądź w inny sposób wskazuje na producenta, oznacza to, że Zamawiający oczekuje zaproponowania rozwiązań o parametrach technicznych, jakościowych (równoważnych), tj. o nie gorszych niż parametry jakimi charakteryzuje się opisany produkt i/lub materiał.
11. Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zamówienia kwotę w wysokości:  
**185 000,00 zł brutto.**
12. Wymagany termin realizacji przedmiotu zamówienia:  
**Od dnia podpisania umowy do 11 grudnia 2017 r., w tym realizacja regionalnej kampanii informacyjno- promocyjnej od 1 września 2017 r. do 31 października 2017 r.**

#### **ROZDZIAŁ IV. Warunki udziału w postępowaniu**

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:
    - 1) nie podlegają wykluczeniu;
    - 2) spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące zdolności technicznej lub zawodowej.

Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że:

      1. w ciągu 3 lat przed terminem składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał - lub w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie usługi przeprowadzenia co najmniej 2 regionalnych lub ogólnopolskich kampanii informacyjno-promocyjnych, o wartości co najmniej 160 000 zł brutto każda, polegające na:
        - zaprojektowaniu kreacji do kampanii i przygotowaniu do emisji/wyprodukowaniu reklam oraz
        - opracowaniu media planów i zakupie czasów/powierzchni reklamowych w mediach, na łączną wartość emisji co najmniej 130 000 zł brutto (w ramach każdej kampanii), w tym w internecie na co najmniej 15 000 zł brutto (w ramach każdej kampanii), wraz z podaniem wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których dostawy lub usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonane należycie.
- W przypadku składania oferty wspólnej ww. warunek musi spełniać co najmniej jeden z Wykonawców w całości.
2. dysponuje lub będzie dysponował co najmniej czterema osobami, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, posiadającymi następujące doświadczenie w okresie ostatnich 5 lat:
    - 2.1. **osoba pełniąca funkcję kierownika projektu** - osoba, mająca co najmniej trzyletnie doświadczenie na kierowniczym stanowisku związanym z przygotowywaniem i realizacją kampanii reklamowych w mediach oraz mająca w swym dorobku kierowanie co najmniej trzema projektami, polegającymi na przygotowywaniu i realizacji kampanii reklamowych w mediach, w tym koordynowaniu przygotowania kreacji do kampanii oraz zakupu emisji w mediach;

- 2.2 **osoba pełniąca funkcję media planner'a** – osoba, mająca co najmniej trzyletnie doświadczenie na stanowisku związanym z planowaniem i zakupem powierzchni i czasu reklamowego w mediach oraz mająca w swym dorobku planowanie i zakup mediów w ramach co najmniej trzech kampanii reklamowych w mediach, z użyciem Internetu jako jednego z mediów o wartości emisji reklam w mediach co najmniej 80 000 zł brutto każda;
- 2.3 **osoba pełniąca funkcję art. directora** - osoba, mająca co najmniej trzyletnie doświadczenie na stanowisku związanym z tworzeniem konceptów kreatywnych i projektów reklam oraz mająca w swym dorobku tworzenie konceptów kreatywnych i projektów reklam do co najmniej trzech kampanii reklamowych
- 2.4 **osoba pełniąca funkcję grafika** - osoba, mająca co najmniej trzyletnie doświadczenie na stanowisku związanym z opracowywaniem komputerowym projektów reklam oraz mająca w swym dorobku opracowanie komputerowe projektów reklam do co najmniej trzech kampanii reklamowych.

W przypadku składania oferty wspólnej ww. warunek musi spełniać co najmniej jeden z Wykonawców w całości.

**UWAGA:** jako „kampanię” lub „kampanię reklamową” należy rozumieć działania komunikacyjne w mediach ATL i BTL, mające odrębne założenia i odrębny koncept kreatywny. Dwa etapy kampanii, mające te same założenia i ten sam koncept kreatywny należy rozumieć jako dwa etapy tej samej kampanii, nie mogą więc one występować w wykazie doświadczenia jako dwie odrębne kampanie.

2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości pełnienia przez jedną osobę kilku z powyższych funkcji.
3. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunków, o których mowa w pkt. 1 ppkt. 2) niniejszej SIWZ, w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, może polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych.
4. Zamawiający jednocześnie informuje, iż stosowna sytuacja o której mowa w pkt 3. niniejszego rozdziału, wystąpi wyłącznie w sytuacji gdy:
- 1) Wykonawca, który polega na zdolnościach lub sytuacji innych podmiotów, musi udowodnić zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów, w szczególności przedstawiając (wraz z ofertą) zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.  
Zobowiązanie musi wskazywać, że Wykonawca polegając na zdolnościach lub sytuacji innych podmiotów na zasadach określonych w art. 22a ustawy Pzp, będzie dysponował niezbędnymi zasobami w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz oceny, czy stosunek łączący wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów. Zobowiązanie musi określać w szczególności:
    - a) zakres dostępnych wykonawcy zasobów innego podmiotu;
    - b) sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego;
    - c) zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego.

- d) czy podmiot, na zdolnościach którego Wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.
- 2) Zamawiający oceni, czy udostępniane Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe, pozwalają na wykazanie przez wykonawcę spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz zbada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 13-22 i ust. 5 pkt 1 Pzp.
- 3) W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, Wykonawcy mogą polegać na zdolnościach innych podmiotów, jeżeli podmioty te zrealizują usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.
- 4) Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe, podmiotu, o którym mowa w pkt. 4. ppkt 1) nie potwierdzają spełniania przez wykonawcę warunków udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez zamawiającego:
- a) zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami lub
  - b) zobowiązał się do osobistego wykonania odpowiedniej części zamówienia, jeżeli wykaże zdolności techniczne lub zawodowe, o których mowa w pkt. 4. ppkt 1).

#### **ROZDZIAŁ V.1. Podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1- pkt 12-23 ustawy Pzp**

W przedmiotowym postępowaniu Zamawiający zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12-23 ustawy Pzp wykluczy:

1. Wykonawcę, który nie wykazał spełniania warunków udziału w postępowaniu lub nie został zaproszony do negocjacji lub złożenia ofert wstępnych albo ofert, lub nie wykazał braku podstaw wykluczenia;
2. Wykonawcę będącego osobą fizyczną, którego prawomocnie skazano za przestępstwo:
  - 1) którym mowa w art. 165a, art. 181-188, art. 189a, art. 218-221, art. 228-230a, art. 250a, art. 258 lub art. 270-309 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny (Dz. U. poz. 553, z późn. zm.) lub art. 46 lub art. 48 ustawy z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie (Dz. U. z 2016 r. poz. 176),
  - 2) o charakterze terrorystycznym, o którym mowa w art. 115 § 20 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny,
  - 3) skarbowe,
  - 4) o którym mowa w art. 9 lub art. 10 ustawy z dnia 15 czerwca 2012 r. o skutkach powierzania wykonywania pracy cudzoziemcom przebywającym wbrew przepisom na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. poz. 769);
3. Wykonawcę, jeżeli urzędującego członka jego organu zarządzającego lub nadzorczego, wspólnika spółki w spółce jawnej lub partnerskiej albo komplementariusza w spółce komandytowej lub komandytowo-akcyjnej lub prokurenta prawomocnie skazano za przestępstwo, o którym mowa w pkt 2;
4. Wykonawcę, wobec którego wydano prawomocny wyrok sądu lub ostateczną decyzję administracyjną o zaleganiu z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, chyba że wykonawca dokonał płatności należnych podatków, opłat



- lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności;
5. Wykonawcę, który w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa wprowadził zamawiającego w błąd przy przedstawieniu informacji, że nie podlega wykluczeniu, spełnia warunki udziału w postępowaniu lub obiektywne i niedyskryminacyjne kryteria, zwane dalej "kryteriami selekcji", lub który zataił te informacje lub nie jest w stanie przedstawić wymaganych dokumentów;
  6. Wykonawcę, który w wyniku lekkomyślności lub niedbalstwa przedstawił informacje wprowadzające w błąd zamawiającego, mogące mieć istotny wpływ na decyzje podejmowane przez zamawiającego w postępowaniu o udzielenie zamówienia;
  7. Wykonawcę, który bezprawnie wpływał lub próbował wpłynąć na czynności zamawiającego lub pozyskać informacje poufne, mogące dać mu przewagę w postępowaniu o udzielenie zamówienia;
  8. Wykonawcę, który brał udział w przygotowaniu postępowania o udzielenie zamówienia lub którego pracownik, a także osoba wykonująca pracę na podstawie umowy zlecenia, o dzieło, agencyjnej lub innej umowy o świadczenie usług, brał udział w przygotowaniu takiego postępowania, chyba że spowodowane tym zakłócenie konkurencji może być wyeliminowane w inny sposób niż przez wykluczenie wykonawcy z udziału w postępowaniu;
  9. Wykonawcę, który z innymi wykonawcami zawarł porozumienie mające na celu zakłócenie konkurencji między wykonawcami w postępowaniu o udzielenie zamówienia, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych;
  10. Wykonawcę będącego podmiotem zbiorowym, wobec którego sąd orzekł zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne na podstawie ustawy z dnia 28 października 2002 r. o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz. U. z 2015 r. poz. 1212, 1844 i 1855 oraz z 2016 r. poz. 437 i 544);
  11. Wykonawcę, wobec którego orzeczono tytułem środka zapobiegawczego zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne;
  12. Wykonawców, którzy należąc do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r. poz. 184, 1618 i 1634), złożyli odrębne oferty, oferty częściowe lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, chyba że wykażą, że istniejące między nimi powiązania nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.
  13. Wykonawcę, który podlega wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 13 i 14 oraz 16-20 lub ust. 5 pkt. 1 (Rozdział V.2.), może przedstawić dowody na to, że podjęte przez niego środki są wystarczające do wykazania jego rzetelności, w szczególności udowodnić naprawienie szkody wyrządzonej przestępstwem lub przestępstwem skarbowym, zadośćuczynienie pieniężne za doznaną krzywdę lub naprawienie szkody, wyczerpujące wyjaśnienie stanu faktycznego oraz współpracę z organami ścigania oraz podjęcie konkretnych środków technicznych, organizacyjnych i kadrowych, które są odpowiednie dla zapobiegania dalszym przestępstwom lub przestępstwom skarbowym lub nieprawidłowemu postępowaniu wykonawcy. Przepisu zdania pierwszego nie stosuje się, jeżeli wobec wykonawcy, będącego podmiotem zbiorowym, orzeczono prawomocnym wyrokiem sądu zakaz ubiegania się o udzielenie zamówienia oraz nie upłynął określony w tym wyroku okres obowiązywania tego zakazu.

14. Wykonawca nie podlega wykluczeniu, jeżeli zamawiający, uwzględniając wagę i szczególne okoliczności czynu wykonawcy, uzna za wystarczające dowody przedstawione na podstawie art. 24 ust. 8 ustawy Pzp.
15. Wykluczenie Wykonawcy następuje zgodnie z art. 24 ust. 7 ustawy Pzp.
16. W przypadkach, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 19 ustawy PZP, przed wykluczeniem wykonawcy, zamawiający zapewnia temu wykonawcy możliwość udowodnienia, że jego udział w przygotowaniu postępowania o udzielenie zamówienia nie zakłóci konkurencji. Zamawiający wskazuje w protokole sposób zapewnienia konkurencji.
17. Zamawiający może wykluczyć wykonawcę na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia.

## **ROZDZIAŁ V.2. Podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp**

Zamawiający przewiduje wykluczenie Wykonawcy w stosunku do którego otwarto likwidację, w zatwierdzonym przez sąd układzie w postępowaniu restrukturyzacyjnym jest przewidziane zaspokojenie wierzycieli przez likwidację jego majątku lub sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 332 ust. 1 ustawy z dnia 15 maja 2015 r. - Prawo restrukturyzacyjne (Dz. U. poz. 978, z późn. zm.) lub którego upadłość ogłoszono, z wyjątkiem wykonawcy, który po ogłoszeniu upadłości zawarł układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego, chyba że sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 366 ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. - Prawo upadłościowe (Dz. U. z 2015 r. poz. 233, z późn. zm.).

## **ROZDZIAŁ VI. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, potwierdzających spełnianie warunków udziału w przedmiotowym postępowaniu oraz brak podstaw do wykluczenia**

1. Wraz z ofertą każdy Wykonawca musi dołączyć aktualne na dzień składania ofert oświadczenia w zakresie wskazanym w Rozdziale IV pkt 1 (wg wzoru Formularza nr 2 i 3 do SIWZ). Informacje zawarte w oświadczeniach będą stanowić wstępne potwierdzenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu. Oświadczenia i ofertę Wykonawca zobowiązany jest złożyć w formie pisemnej.
2. W przypadku wspólnego ubiegania się o udzielenie zamówienia przez Wykonawców (np. konsorcjum; wspólnicy spółki cywilnej są traktowani jak Wykonawcy składający ofertę wspólną) oświadczenia i dokumenty, w tym Formularz nr 2 i 3 do SIWZ, składa każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie. Oświadczenia te mają potwierdzać spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia w zakresie, w którym każdy z Wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw do wykluczenia.
3. Wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcom, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia z udziału w postępowaniu, zamieszcza informacje o podwykonawcach w oświadczeniu, zgodnie ze wzorem Formularza nr 2 do SIWZ.

4. Wykonawca, który powołuje się na zasoby innych podmiotów, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw do wykluczenia oraz spełniania - w zakresie, w jakim powołuje się na ich zasoby - warunków udziału w postępowaniu, zamieszcza informacje o tych podmiotach w oświadczeniu, zgodnie ze wzorem **Formularza nr 2 i 3** do SIWZ oraz składa (wraz z ofertą) zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia zgodnie z zapisami Rozdziału IV pkt. 4 ppkt 1). Zamawiający ocenia, czy udostępniane Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe, pozwalają na wykazanie przez Wykonawcę spełniania warunków udziału w postępowaniu.
5. Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym, nie krótszym niż 5 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia oświadczeń i/ lub dokumentów:
- 1) **Odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej**, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp (Rozdziale V.2 SIWZ); w przypadku wskazania przez Wykonawcę dostępności przedmiotowych dokumentów w formie elektronicznej pod określonym adresem internetowym ogólnodostępnych i bezpłatnych baz danych, Zamawiający pobiera samodzielnie wskazane przez Wykonawcę dokumenty. W celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia, o którym mowa w Rozdziale V.2. SIWZ.
  - 2) **Wykazu usług wykonanych**, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert, zgodnie ze wzorem stanowiącym **Formularz nr 5 do SIWZ**, w celu wykonania potwierdzenia spełniania przez wykonawcę warunku udziału w postępowaniu, o którym mowa w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 1. SIWZ.
  - 3) **Wykaz osób**, skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usługi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami, zgodnie ze wzorem stanowiącym **Formularz nr 6 do SIWZ**, w celu wykonania potwierdzenia spełniania przez wykonawcę warunku udziału w postępowaniu, o którym mowa w Rozdziale IV pkt 1. ppkt 2) 2.1 – 2.4 SIWZ.



- 4) W sytuacji wskazanej w pkt 4, Wykonawca składa:
- a) Oświadczenie podmiotu czy nie zachodzą wobec podmiotu na zasoby którego powołuje się Wykonawca, podstawy wykluczenia, składa oświadczenie o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 13-22 i ust. 5 pkt. 1 ustawy Pzp,
  - b) Odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp; w przypadku wskazania przez Wykonawcę dostępności przedmiotowych dokumentów w formie elektronicznej pod określonymi adresami internetowymi ogólnodostępnych i bezpłatnych baz danych, Zamawiający pobiera samodzielnie z tych baz danych pobierze wskazane przez Wykonawcę dokumenty.
- 5) Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu, o którym mowa w pkt 5 ppkt 1), składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości lub wskazać dostępność przedmiotowych dokumentów w formie elektronicznej pod określonym adresem internetowym ogólnodostępnych i bezpłatnych baz danych, z których Zamawiający w formie elektronicznej samodzielnie pobierze wskazane przez Wykonawcę dokumenty. Zamawiający wymaga, aby w sytuacji, gdy przedmiotowe dokumenty będą dostępne pod wskazanym przez Wykonawcę adresem internetowym wyłącznie w języku obcym (innym niż język polski), Zamawiający żąda ich złożenia w formie pisemnej wraz tłumaczeniem na język polski.
- 6) Jeżeli w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt 5 ppkt 1, zastępuje się je dokumentem zawierającym odpowiednio oświadczenie wykonawcy, ze wskazaniem osoby albo osób uprawnionych do jego reprezentacji, lub oświadczenie osoby, której dokument miał dotyczyć, złożone przed notariuszem lub przed organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego właściwym ze względu na siedzibę lub miejsce zamieszkania wykonawcy lub miejsce zamieszkania tej osoby.
6. Dokumenty o których mowa pkt 5 ppkt 5) i 6) niniejszego rozdziału, powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
7. W zakresie dokumentów, o których mowa w pkt 5 ppkt 1) niniejszego rozdziału, albo odpowiadających im dokumentów określonych w pkt 5 ppkt 5), 6) – w przypadku wskazania przez Wykonawcę oświadczeń lub dokumentów, które znajdują się w posiadaniu Zamawiającego, w szczególności oświadczeń lub dokumentów przechowywanych przez Zamawiającego zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy Pzp, Zamawiający w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu (art. 25 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp) i braku podstaw do wykluczenia (art. 25 ust. 1 pkt 3 ustawy Pzp), korzysta z posiadanych oświadczeń lub dokumentów o ile są one aktualne.
8. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę, Zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę

lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących tego dokumentu.

9. Wykonawca, w terminie 3 dni, od dnia zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego, tj. <https://www.wup.pl/pl/urząd/zamowienia/zamowienia-publiczne/> informacji z otwarcia ofert, o której mowa art. 86 ust. 5 ustawy Pzp, zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 23 ustawy Pzp, zgodnie ze wzorem stanowiącym **Formularz nr 4** do niniejszej SIWZ.
10. Jeżeli Wykonawca nie złoży oświadczenia, zgodnie ze wzorem Formularza nr 2 i 3 do SIWZ, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy Pzp, lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez Zamawiającego wątpliwości, Zamawiający wezwie do ich złożenia, uzupełnienia, poprawienia lub do udzielenia wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta Wykonawcy podlegałaby odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
11. W zakresie nie uregulowanym SIWZ, zastosowania mają przepisy Prezesa Rady Ministrów z dnia 27 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać Zamawiający od Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz. U. z 2016 r., poz. 1126).

#### **ROZDZIAŁ VII. Forma dokumentów składanych na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz braku podstaw do wykluczenia**

1. Oświadczenia, o których mowa w rozporządzeniu dotyczące Wykonawcy i innych podmiotów, na których zdolnościach lub sytuacji polega Wykonawca na zasadach określonych w art. 22 a ustawy, składane są w oryginale.
2. Dokumenty, o których mowa w SIWZ, inne niż oświadczenia, o których mowa w pkt 1 niniejszego rozdziału SIWZ, składane są w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem.
3. Poświadczenia za zgodność z oryginałem dokonuje odpowiednio Wykonawca, podmiot, na którego zdolnościach lub sytuacji polega Wykonawca, Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia publicznego albo podwykonawca, w zakresie dokumentów, które każdego z nich dotyczą.
4. Poświadczenie za zgodność z oryginałem następuje w formie pisemnej. Dla zobowiązania, o którym mowa w Rozdziale IV pkt 3 ppkt 1, wymaga się zachowania formy pisemnej (winno zostać złożone w oryginale).
5. W przypadku gdy o udzielenie zamówienia ubiega się kilku Wykonawców (konsorcjum, wspólnicy spółki cywilnej) do oferty winni załączyć dokument pełnomocnictwa wystawionego zgodnie z 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, ewentualnie umowę o współdziałaniu, z której będzie wynikać przedmiotowe pełnomocnictwo. Pełnomocnictwo winno być załączone w formie oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii.
6. 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 przypadku złożenia kopii pełnomocnictwa musi być ono potwierdzone za zgodność z oryginałem przez notariusza.

7. Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentu, innych niż oświadczenia, gdy złożona przez Wykonawcę kopia dokumentu będzie nieczytelna lub będzie budzić wątpliwości co do jej prawdziwości.
8. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzi się w języku polskim. Dokumenty lub oświadczenia sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski. W toku prowadzonego postępowania wszelkie wyjaśnienia, oświadczenia, wnioski, zawiadomienia, informacje itp. składane są zgodnie z powyższym.

#### **ROZDZIAŁ VIII. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń lub dokumentów**

1. W postępowaniu komunikacja między zamawiającym a wykonawcami odbywa się za pośrednictwem operatora pocztowego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. z 2012 r. poz. 1529 oraz z 2015 r. poz. 1830), osobiście za pośrednictwem Płańca, faksu lub przy użyciu środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2013 r. poz. 1422, z 2015 r. poz. 1844 oraz z 2016 r. poz. 147 i 615), z uwzględnieniem wymogów dotyczących formy, ustanowionych poniżej w pkt 2-5 niniejszego rozdziału.
2. Wszelkie zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje Zamawiający oraz Wykonawcy mogą przekazywać pisemnie, faksem lub drogą elektroniczną, za wyjątkiem oferty, umowy, oraz oświadczeń i dokumentów wymienionych w rozdziale VI niniejszej SIWZ (dotyczy także ich złożenia w wyniku wezwania o których mowa w art. 26 ust. 2 i 3 ustawy Pzp.) dla których Prawodawca przewidział wyłącznie formę pisemną.
3. Zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje przekazywane przez Wykonawcę pisemnie, winny być składane na adres: Wojewódzki Urząd Pracy, ul. A. Mickiewicza 41, (Kancelaria pok. 006), 71-383 Szczecin.
4. Zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje przekazywane przez Wykonawcę drogą elektroniczną na adres e mail: [przetargi@wup.pl](mailto:przetargi@wup.pl) lub faksem na nr 91-42-56-103.
5. Zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje przekazywane za pomocą faksu lub w formie elektronicznej wymagają, na żądanie każdej ze stron, niezwłocznego potwierdzenia faktu ich otrzymania.
6. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SIWZ nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa terminu składania ofert. Zamawiający udzieli wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, poprzez zamieszczenie ich na stronie internetowej ([www.wup.pl](http://www.wup.pl) w zakładce Urząd/Zamówienia/Zamówienia publiczne), na której zamieszczona została niniejsza SIWZ, 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. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu składania wniosku, o którym mowa powyżej lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień, albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.

8. Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku o wyjaśnienie treści SIWZ.
9. Zamawiający nie przewiduje zwołania zebrania Wykonawców w celu wyjaśnienia treści SIWZ.
10. W przypadku rozbieżności pomiędzy treścią niniejszej SIWZ a treścią udzielonych odpowiedzi, jako obowiązującą należy przyjąć treść pisma zawierającego późniejsze oświadczenie Zamawiającego.

#### ROZDZIAŁ IX. Wymagania dotyczące wadium, terminu związania z ofertą

1. Zamawiający **NIE WYMAGA** wniesienia wadium.
2. Termin związania ofertą wynosi 30 dni.
3. Bieg terminu związania z ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
4. 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.
5. Zgoda Wykonawcy na przedłużenie terminu związania ofertą winna być wyrażona na piśmie.

#### ROZDZIAŁ X. Opis sposobu przygotowania ofert

1. Wykonawca, w myśl art. 25 a ustawy Pzp, zobowiązany jest do złożenia wyłącznie aktualnych na dzień składania ofert, następujących oświadczeń i dokumentów:
  - 1) **Formularz nr 1** - Oferta cenowa
  - 2) **Formularz nr 2** - Oświadczenie z art. 25 a ust. 1 Pzp- wstępne potwierdzenie brak podstawy wykluczenia
  - 3) **Formularz nr 3** - Oświadczenie z art. 25 a ust. 1 Pzp - wstępne potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu
  - 4) **Formularz nr 7**- Tabela parametrów kampanii, zawierająca parametry kampanii prasowej, radiowej, internetowej i e-mailingu,
  - 5) **Formularz nr 8** – Harmonogram kampanii,
  - 6) **Opis konceptu kreatywnego kampanii** wraz z uzasadnieniem oraz wstępnymi projektami graficznymi reklam: prasowej (reklama 1/1 i 1/2 strony oraz artykuł sponsorowany), radiowej, internetowej, a także wstępnym projektem ulotki A5, listu e-mailowego i wstępnym projektem podstrony portalu www.wup.pl (załącznik własny Wykonawcy),
  - 7) **Pełnomocnictwa** osób podpisujących ofertę do podejmowania zobowiązań w imieniu firmy składającej ofertę, o ile nie wynikają z przepisów prawa lub innych dokumentów. Tylko w sytuacjach określonych w Rozdziale X pkt 4 i 5 lub w przypadku składania oferty wspólnej Rozdział VII pkt 5 i 6- jeżeli dotyczy. Ww. pełnomocnictwa należy złożyć w oryginale lub kopii notarialnie poświadczonej.
  - 8) **Zobowiązanie podmiotów** do oddania do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia zgodnie z zapisami Rozdziału IV pkt 4 ppkt 1 - jeżeli dotyczy- **wzór Wykonawcy.**

2. Wykonawca może złożyć tylko jedna ofertę ściśle według wymagań określonych w niniejszej SIWZ.
3. Oferta oraz pozostałe dokumenty, dla których Zamawiający określił wzory w formie formularzy do niniejszej specyfikacji, winny być sporządzone zgodnie z tymi wzorami, co do treści oraz opisu kolumn i wierszy.
4. Oferta musi być sporządzona w języku polskim, mieć formę pisemną, na maszynie do pisania, komputerze, ręcznie długopisem lub nieścieralnym atramentem oraz podpisana przez osobę(y) upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy na zewnątrz i zaciągania zobowiązań w wysokości nie mniejszej niż odpowiadającej cenie oferty.
5. Upoważnienie do ich podpisania musi być dołączone do oferty, o ile nie wynika ono z innych dokumentów załączonych przez Wykonawcę. Pełnomocnictwo składane do oferty winno być podpisane przez osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy. Dokument ten Wykonawca może złożyć w oryginale lub w postaci kopii uwierzytelnionej przez notariusza.
6. Zaleca się, aby całość oferty była złożona w formie uniemożliwiającej jej przypadkowe zdekompletowanie. Każdy dokument składający się na ofertę winien być czytelny.
7. Wykonawca musi być świadomy, że na podstawie ustawy z dnia 6.06.1997 r. – Kodeks karny (Dz. U. nr 88 poz. 553 z dnia 2 sierpnia 1997) art. 297 §1: „kto w celu uzyskania dla siebie lub kogo innego zamówienia publicznego, przedkłada podrobiony, poświadczający nieprawdę, albo nierzetelny dokument, albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wymienionego zamówienia podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do 5 lat”.
8. Zaleca się, aby wszelkie miejsca oferty, w których Wykonawca naniósł zmiany wpisywanej przez siebie treści, (czyli wyłącznie w miejscach, w których jest to dopuszczone przez Zamawiającego), były przez niego parafowane albo przez osobę podpisującą ofertę. Każda poprawka w treści oferty, a w szczególności każde przerobienie, przekreślenie, uzupełnienie, nadpisanie, etc., winno być parafowane przez Wykonawcę (tj. osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy w obrocie gospodarczym).
9. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
10. Zaleca się, aby Wykonawca zamieścił ofertę w nieprzezroczystej, zabezpieczonej przed przypadkowym otwarciem kopercie.

**Kopertę należy opisać następująco:**

Usługa przygotowania i przeprowadzenia **regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej** Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF)  
**Nie otwierać przed dniem** 4 lipca 2017r. **godz.** 10:30

**Na kopercie, oprócz opisu jw. należy umieścić nazwę i adres Wykonawcy.**

11. Wykonawca może wprowadzić zmiany (w tym poprawki, modyfikacje i uzupełnienia do złożonej oferty) oraz wycofać ofertę pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne zawiadomienie o wprowadzeniu zmiany lub wycofaniu oferty przed upływem terminu składania ofert:



- a) powiadomienie o wprowadzeniu zmian musi być złożone wg takich samych zasad jak składana oferta tj. w kopercie oznakowanej odpowiednio napisem „ZMIANA”. Koperty oznaczone „ZMIANA” zostaną otwarte przy otwieraniu oferty Wykonawcy, który wprowadził zmiany i po stwierdzeniu poprawności procedury dokonywania zmian, zostaną dołączone do oferty.
- b) powiadomienie o wycofaniu oferty musi być złożone wg takich samych zasad jak składana oferta tj. w kopercie oznakowanej odpowiednio napisem „WYCOFANIE”. Koperty oznakowane w ten sposób będą otwierane w pierwszej kolejności po potwierdzeniu poprawności postępowania Wykonawcy oraz zgodności ze złożonymi ofertami. Koperty ofert wycofywanych nie będą otwierane.
12. Wykonawca nie może wprowadzić zmian do oferty oraz wycofać jej po upływie terminu składania ofert.
13. Oferty złożone po terminie składania Zamawiający niezwłocznie zwraca Wykonawcom.
14. Jeżeli termin składania ofert ulegnie przesunięciu, wówczas dokumenty, które do tego czasu utraciły swą ważność powinny zostać uaktualnione w trybie wskazanym w pkt 11 niniejszego rozdziału SIWZ.
15. W przypadku załączenia do oferty innych niż wymagane przez Zamawiającego (np. materiały informacyjne i reklamowe) dokumenty te nie będą podlegały ocenie przez Zamawiającego. Jednocześnie zaleca się aby stanowiły one odrębną część, niezłączoną z ofertą w sposób trwały.
16. Zgodnie z art. 8 w zw. z art. 96 ust. 3 ustawy Pzp oferty składane w postępowaniu o zamówienie publiczne są jawne i podlegają udostępnieniu od chwili ich otwarcia, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ( Dz. U. Z 2003 Nr 153, poz. 1503 ze zm.), o ile Wykonawca w terminie składania ofert zastrzegł, że nie mogą one być udostępnione i jednocześnie wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa.
17. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4. 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.) przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności. Wykonawca zastrzegając tajemnicę przedsiębiorstwa zobowiązany jest dołączyć do oferty pisemne uzasadnienie odnośnie charakteru zastrzeżonych w niej informacji. Uzasadnienie ma na celu udowodnienie spełnienia przesłanej określonych w art. 11 ust. 4 ww. ustawy Pzp, to jest że zastrzeżona informacja:
- 1) ma charakter techniczny, technologiczny lub organizacyjny przedsiębiorstwa,
  - 2) nie została ujawniona do wiadomości publicznej,
  - 3) podjęto w stosunku do niej niezbędne działania w celu zachowania poufności.
18. Uzasadnienie, o którym mowa powyżej należy sformułować w sposób umożliwiający jego udostępnienie pozostałym uczestnikom postępowania, w przypadku uznania przez Zamawiającego zasadności tego zastrzeżenia. Ponadto, oświadczenie dotyczące części oferty zastrzeżonej, jako obejmującej tajemnicę przedsiębiorstwa należy wyrazić poprzez wypełnienie

**pkt 10 Formularza nr 1 SIWZ (oferta cenowa).** Wymagane jest, aby informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa były opisane i oddzielnie spięte w ofercie w sposób pozwalający na ich oddzielenie od reszty oferty. Przy braku wyraźnego rozdzielenia dokumentów stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Zamawiający wszystkie dokumenty składające się na treść oferty uzna za jawne.

19. W sytuacji, gdy Wykonawca zastrzeże w ofercie informacje, które nie stanowią tajemnicy przedsiębiorstwa lub uzasadnienie będzie niewystarczające w ocenie Zamawiającego lub są jawne na podstawie przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych lub odrębnych przepisów, informacje te będą podlegały udostępnieniu na takich samych zasadach, jak pozostałe niezastrzeżone dokumenty.

#### ROZDZIAŁ XI. Podwykonawcy

1. W przypadku powierzenia realizacji zamówienia podwykonawcom Wykonawca **w pkt 9 Formularza nr 1 do SIWZ (oferta cenowa)**, zobowiązany jest do wskazania części zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom, i podania przez wykonawcę firm podwykonawców. Brak takiego oświadczenia wskazywać będzie, że Wykonawca przedmiot zamówienia zrealizuje bez udziału podwykonawców.
2. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 22 a ust. 1 ustawy Pzp, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu lub kryteriów selekcji, Wykonawca jest obowiązany wykazać zamawiającemu, że proponowany inny podwykonawca lub wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż podwykonawca, na którego zasoby wykonawca powoływał się w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.
3. Jeżeli powierzenie podwykonawcy wykonania części zamówienia na usługi następuje w trakcie jego realizacji, Wykonawca na żądanie zamawiającego przedstawia oświadczenie, o którym mowa w art. 25 a ust. 1, lub oświadczenia lub dokumenty potwierdzające brak podstaw wykluczenia wobec tego podwykonawcy.
4. Jeżeli zamawiający stwierdzi, że wobec danego podwykonawcy zachodzą podstawy wykluczenia, Wykonawca obowiązany jest zastąpić tego podwykonawcę lub zrezygnować z powierzenia wykonania części zamówienia podwykonawcy.
5. Powierzenie wykonania części zamówienia podwykonawcom nie zwalnia wykonawcy z odpowiedzialności za należyte wykonanie tego zamówienia.

#### ROZDZIAŁ XII. Sposób kalkulacji ceny oferty

1. Wykonawca obowiązany jest przedłożyć **ofertę cenową** wypełnioną wg. wzoru na Formularzu nr 1 do SIWZ.
2. W ofercie cenowej Wykonawca wpisuje:
  - a) łączną cenę umowną brutto,
  - b) sposób obliczenia ceny umownej brutto,

Wykonawca zobowiązany będzie do wystawienia faktury za realizację zamówienia, ze stawką podatku VAT obowiązującą na dzień składania faktury. Cena oferty musi być podana w PLN cyfrowo do dwóch miejsc po przecinku.

3. Podana cena musi uwzględniać wszelkie koszty bezpośrednie, koszty pośrednie, upusty i rabaty, zniżki stosowane przez Wykonawcę oraz zysk. W cenie należy uwzględnić wszelkie koszty niezbędne dla prawidłowego i pełnego wykonania przedmiotu zamówienia w tym podatki, ubezpieczenia, opłaty, itp., włącznie z podatkiem od towarów i usług – VAT.
4. Wszelkie rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą związane z realizacją zamówienia publicznego, którego dotyczy niniejsza SIWZ będą prowadzone w walucie PLN.
5. 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.
6. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie cenowej nie będą zmieniane w toku realizacji zamówienia i nie będą podlegały waloryzacji.

### ROZDZIAŁ XIII. Miejsce i termin składania i otwarcia ofert

1. Oferty należy składać w siedzibie Zamawiającego: Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie ul. A. Mickiewicza 41, 70-383 Szczecin, w Kancelarii – pok. 006.
2. Ofertom będą nadawane numery wg kolejności wpływu.
3. **Oferty należy składać do dnia** 4 lipca ..... 2017 r., **do godz.** 10:00 ..
4. Decydujące znaczenie dla oceny zachowania terminu składania ofert ma data i godzina wpływu oferty do Zamawiającego, a nie data jej wysłania przesyłką kurierską czy pocztową.
5. Z zawartością ofert nie można zapoznać się przed upływem terminu ich otwarcia.
6. **Otwarcie ofert nastąpi w dniu** 4 lipca ..... 2017 r., **o godz.** 10:30 .....  
**w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Szczecinie, ul. A. Mickiewicza 41, pok.** 38 .....
7. Otwarcie ofert jest jawne.
8. Zamawiający bezpośrednio przed otwarciem ofert poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
9. Część jawna polega na sprawdzeniu, czy opakowania zewnętrzne ofert nie są naruszone oraz odczytaniu informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp.
10. Niezwłocznie po otwarciu ofert, Zamawiający zamieści na stronie <https://www.wup.pl/pl/urzed/zamowienia/zamowienia-publiczne/>, informacje wskazane w art. 86 ust. 5 ustawy Pzp.

1. Zamawiający dokona oceny ofert spośród ofert niepodlegających odrzuceniu wg następujących kryteriów:

L.p.	Kryterium	Liczba punktów (waga)
1.	Łączna cena brutto	30
2.	Ocena konceptu kreatywnego	20
3.	Parametry kampanii internetowej	14
4.	Parametry kampanii w dziennikach	14
5.	Parametry kampanii w magazynach biznesowych	5
6.	Parametry kampanii radiowej	14
7.	Liczba dostarczonych e-maili	3
	<b>Razem</b>	<b>100</b>

2. Zasady oceny ofert:

- 1) Zasady oceny kryterium **Cena „C”** – 30% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **30 punktów**.

Punkty zostaną przyznane wg następującego wyliczenia::

$$C = \frac{C_n}{C_o} \times 30 \text{ pkt}$$

$C_n$  – najniższa łączna cena brutto oferty spośród ofert niepodlegających odrzuceniu

$C_o$  – łączna cena brutto ocenianej oferty

Ocena w zakresie tego kryterium zostanie dokonana na podstawie wypełnionego **Formularza oferty cenowej**. Maksymalna liczba punktów, która może zostać przyznana Wykonawcy w ocenie ww. kryterium wynosi 30 pkt.

Punkty zostaną zaokrąglone do dwóch miejsc po przecinku – zgodnie z zasadami matematycznymi.

- 2) Kryterium: **Koncept kreatywny kampanii** – 20% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **20 punktów**. W ramach kryterium ocenie zostaną poddane następujące parametry:

- a. wpływ konceptu kreatywnego na realizację celów kampanii (komunikacja benefitów i jasna informacja nt. PSF): maksymalna ocena:  $5 \times \text{waga } 1,0 = 5 \text{ punktów}$ ,

- b. zauważalność i oryginalność konceptu (rozumiana jako zastosowanie nowych, niekonwencjonalnych rozwiązań, ciekawych technik, pomysłowość idei): maksymalna ocena:  $5 * \text{waga } 1,4 = 7 \text{ punktów}$ ,
- c. wpływ konceptu kreatywnego na wizerunek Zamawiającego i wizerunek reklamowanego projektu: maksymalna ocena:  $5 * \text{waga } 0,8 = 4 \text{ punkty}$ ,
- d. spójność formalna konceptu kreatywnego we wszystkich mediach i nośnikach (rozumiana jako spójność idei i technik reklamowych zastosowanych we wszystkich mediach i nośnikach oraz inne elementy, spajające wszystkie komunikaty w jedną, spójną całość): maksymalna ocena:  $5 * \text{waga } 0,8 = 4 \text{ punkty}$ ,

Kryterium „Koncept kreatywny kampanii” oceniany będzie według poniższej skali:

ocena 1 - spełnia dane podkryterium w stopniu minimalnym

ocena 2 – spełnia dane podkryterium w stopniu niewielkim

ocena 3 – spełnia dane podkryterium w stopniu średnim

ocena 4 - spełnia dane podkryterium w stopniu wysokim

ocena 5 - spełnia dane podkryterium w stopniu bardzo wysokim

Uzyskana z powyższej skali ocena będzie pomnożona przez wagę danego kryterium.

Punkty zostaną zaokrąglone do dwóch miejsc po przecinku – zgodnie z zasadami matematycznymi

- 3) Kryterium: **Parametry kampanii internetowej** – 14% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **14 punktów**. Oceniany parametr w tym kryterium to deklarowana liczba wejść na stronę, trwających co najmniej 20 sekund, wygenerowanych przez kampanię internetową, obliczona według narzędzia Google Analytics. Oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru:

$$W = \frac{W_o}{W_n} \times 14 \text{ pkt}$$

$W_n$  – najwyższa liczba deklarowanych wejść na stronę, trwających co najmniej 20 sekund, wygenerowanych przez kampanię internetową, spośród wszystkich ofert nie podlegających odrzuceniu,

$W_o$  – liczba wejść na stronę, trwających co najmniej 20 sekund, wygenerowanych przez kampanię internetową, zadeklarowana w ocenianej ofercie

- 4) Kryterium: **Parametry kampanii w dziennikach** – 14% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta – **14 punktów**. Oceniany parametr w tym kryterium to zasięg 1+ kampanii prasowej (obu etapów łącznie) w mediowej prasowej grupie docelowej. Oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru:

$$Z = \frac{Z_o}{Z_n} \times 14 \text{ pkt}$$



Zn – najwyższy zasięg 1+ kampanii prasowej (obu etapów łącznie) w mediowej prasowej grupie docelowej, spośród wszystkich ofert nie podlegających odrzuceniu, obliczony przy użyciu Polskich Badań Czytelnictwa Millward Brown,

Zo – zasięg 1+ kampanii prasowej (obu etapów łącznie) w mediowej prasowej grupie docelowej, zadeklarowany w ocenianej ofercie, obliczony przy użyciu Polskich Badań Czytelnictwa Millward Brown.

- 5) Kryterium: **Parametry kampanii w magazynach biznesowych** – 5% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **5 punktów**. Oceniany parametr w tym kryterium to sumaryczny nakład sprzedany wszystkich wydań, w których emitowana będzie reklama PSF (artykuł sponsorowany). Źródłem danych, dotyczących nakładu sprzedanego winny być dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, a jeśli dany tytuł nie należy do ZKDP, raporty potwierdzone przez kierownictwo wydawnictwa. Oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru:

$$N = \frac{N_o}{N_n} \times 5 \text{ pkt}$$

Nn – najwyższy sumaryczny nakład sprzedany wszystkich wydań, w których emitowana będzie reklama PSF (artykuł sponsorowany), spośród wszystkich ofert nie podlegających odrzuceniu,

No – sumaryczny nakład sprzedany wszystkich wydań, w których emitowana będzie reklama PSF (artykuł sponsorowany) zadeklarowany w ocenianej ofercie

- 6) Kryterium: **Parametry kampanii w radiowej** – 14% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **14 punktów**. Oceniany parametr w tym kryterium to zasięg 3+ kampanii radiowej (obu etapów łącznie) w mediowej radiowej grupie docelowej, obliczony na podstawie badań Radio Track Millward Brown.. Oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru:

$$R = \frac{R_o}{R_n} \times 14 \text{ pkt}$$

Rn – najwyższy zasięg 3+ kampanii radiowej (obu etapów łącznie) w mediowej radiowej grupie docelowej, spośród wszystkich ofert nie podlegających odrzuceniu,

Ro – zasięg 3+ kampanii radiowej (obu etapów łącznie) w mediowej radiowej grupie docelowej, zadeklarowany w ocenianej ofercie.

- 7) Kryterium: **Liczba dostarczonych e-maili** – 3% wagi oceny - maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta - **3 punktów**. Oceniany parametr w tym kryterium to deklarowana sumaryczna liczba skutecznie dostarczonych maili do przedstawicieli kadry zarządzającej MMŚP (menadżerów średniego i wyższego szczebla oraz właścicieli. Oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów, obliczoną na podstawie poniższego wzoru:

$$E = \frac{E_o}{E_n} \times 3 \text{ pkt}$$

En – najwyższa deklarowana sumaryczna liczba skutecznie dostarczonych maili do przedstawicieli kadry zarządzającej MMŚP (menadżerów średniego i wyższego szczebla oraz właścicieli) spośród wszystkich ofert nie podlegających odrzuceniu,

Eo – sumaryczna liczba skutecznie dostarczonych maili do przedstawicieli kadry zarządzającej MMŚP (menadżerów średniego i wyższego szczebla oraz właścicieli), zadeklarowana w ocenianej ofercie.

Uwaga: w przypadku deklarowanej liczby skutecznie dostarczonych maili, wyższej niż 20 000, do wzoru użyta będzie liczba 20 000.

- 8) W celu ustalenia punktacji uzyskanej przez ofertę w danym kryterium punkty przyznane przez poszczególnych członków Komisji zostaną zsumowane i podzielone przez liczbę członków Komisji dokonujących oceny w danym kryterium.
- 9) Niniejsze zamówienie zostanie udzielone temu Wykonawcy, którego oferta uzyska najwyższą końcową liczbę punktów stanowiącą sumę punktów uzyskanych przez ofertę w poszczególnych kryteriach oceny.
3. Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty 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, a jeżeli zostały złożone oferty o takiej samej cenie, Zamawiający wzywa Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych.
4. Zamawiający poprawi w tekście oferty omyłki wskazane w art. 87 ust. 2 ustawy, niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
5. Jeżeli zaoferowana cena, lub ich istotne części składowe, wydają się rażąco niskie w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzą wątpliwości zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów, zamawiający zwraca się o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dotyczących wyliczenia ceny, w szczególności w zakresie art. 90 ust. 1 ustawy Pzp.
6. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy. 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.
7. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie udzielił wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz ze złożonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę lub w stosunku do przedmiotu zamówienia.
8. Zamawiający nie przewiduje przeprowadzania dogrywki w formie aukcji elektronicznej.
9. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiadać będzie wszystkim wymaganiom przedstawionym w ustawie PZP, oraz w SIWZ i zostanie oceniana jako najkorzystniejsza w oparciu o podane kryteria oceny ofert.
10. Zamawiający informuje niezwłocznie wszystkich Wykonawców o wyborze:
  - 1) najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności wykonawcy, którego

- ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy, jeżeli są miejscami wykonywania działalności wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację;
- 2) Wykonawcach, którzy zostali wykluczeni,
  - 3) Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, powodach odrzucenia oferty, a w przypadkach, o których mowa w art. 89 ust. 4 i 5, braku równoważności lub braku spełniania wymagań dotyczących wydajności lub funkcjonalności,
  - 4) unieważnieniu postępowania,  
- podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
11. Zamawiający udostępnia informacje, o których mowa w pkt 10 ppkt 1 i 4), na stronie internetowej.
  12. W przypadku wystąpienia przesłanek, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy Zamawiający unieważnia postępowanie.
  13. O unieważnieniu postępowania Zamawiający zawiadomi równocześnie wszystkich Wykonawców, którzy:
    - a) ubiegali się o udzielenie zamówienia, - w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,
    - b) złożyli oferty - w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert- podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
  14. Zamawiający nie przewiduje unieważnienia postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 93 ust. 1a ustawy Pzp.

## ROZDZIAŁ XV. Zawarcie umowy i zabezpieczenie

1. Z Wykonawcą, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą, Zamawiający podpisze umowę w formie pisemnej pod rygorem nieważności, zgodnie z projektem umowy, stanowiącym **Formularz nr 9** do niniejszej SIWZ, w terminie nie krótszym niż 5 dni od dnia przesłania zawiadomienia o wyborze oferty, nie później jednak niż przed upływem terminu związania ofertą, z zastrzeżeniem art. 94 ust. 2 ustawy Pzp.
2. Zawarta umowa będzie jawna i będzie podlegała udostępnianiu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej (art. 139 ust. 3 ustawy Pzp).
3. Zawarcie umowy na realizację przedmiotu zamówienia nastąpi w siedzibie Zamawiającego. Wykonawca, który złożył ofertę najkorzystniejszą, w zaproszeniu do zawarcia umowy zostanie poinformowany o miejscu i terminie zawarcia umowy.
4. Zawarcie umowy może również nastąpić, w taki sposób, iż Zamawiający prześle Wykonawcy (na jego koszt) wypełnioną umowę w odpowiedniej liczbie egzemplarzy, a Wykonawca odeśle podpisane egzemplarze w możliwie najwcześniejszym terminie Zamawiającemu. Następnie Zamawiający po podpisaniu umowy odeśle Wykonawcy należny mu egzemplarz umowy. W tym przypadku datą zawarcia umowy będzie dzień podpisania umowy przez Zamawiającego.
5. Zgodnie z art. 24aa ust. 2 ustawy Pzp, jeżeli Wykonawca uchyla się od zawarcia umowy lub nie wnosi wymaganego zabezpieczenia należytego wykonania umowy, Zamawiający może zbadać, czy nie podlega wykluczeniu oraz czy spełnia warunki udziału w postępowaniu Wykonawca, który złożył ofertę najwyżej ocenioną spośród pozostałych ofert.

6. Zamawiający będzie żądał od Wykonawcy zabezpieczenia należytego wykonania umowy w wysokości 10 % wartości oferty cenowej Wykonawcy.  
Zabezpieczenie należytego wykonania umowy należy wnieść w całości, najpóźniej w dniu zawarcia umowy. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy można wnieść w formach wymienionych w art. 148 ust. 1 ustawy Pzp. W przypadku wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy w formie innej niż w pieniądzu, Zamawiający zastrzega zastosowanie zapisów w myśl art. 150 ust. 8-10 ustawy Pzp.
7. Zamawiający przewiduje możliwość zmian postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, zgodnie z § 11 Formularza nr 9 do SIWZ.
8. W przypadku wyboru oferty złożonej przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (konsorcjum, wspólnicy spółki cywilnej), Zamawiający może żądać przed zawarciem umowy przedstawienia umowy regulującej współpracę tych Wykonawców. Umowa taka winna określać strony umowy, cel, działania, sposób współdziałania, zakres prac przewidzianych do wykonania każdemu z nich, solidarną odpowiedzialność za wykonanie zamówienia, oznaczenie czasu trwania konsorcjum (obejmującego okres realizacji przedmiotu zamówienia, gwarancji, rękojmi), wykluczenie możliwości wypowiedzenia umowy konsorcjum przez któregośkolwiek z jego członków do czasu wykonania zamówienia.
9. **Formalności, które muszą być dopełnione po wyborze oferty w celu podpisania umowy:** Wykonawca pod rygorem stwierdzenia uchylania się od zawarcia umowy, najpóźniej w dniu podpisania umowy:
- Wskaże Zamawiającemu dane teleadresowe do kontaktu ze strony Wykonawcy, które zostaną zawarte w umowie.
  - Wartość netto zaoferowanej ceny.
10. Nie stanowi zmiany umowy w rozumieniu art. 144 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 ze zm.):
- Zmiana danych związanych z obsługą administracyjno-organizacyjną umowy (np. zmiana nr rachunku bankowego),
  - Zmiana danych teleadresowych, zmiany osób wskazanych do kontaktów między Stronami.

## ROZDZIAŁ XVI. Pouczenie o środkach ochrony prawnej

1. Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes prawny w uzyskaniu przedmiotowego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych na podstawie art. 180 ust. 2 ustawy Pzp przysługuje odwołanie wyłącznie wobec czynności:
- 1) wyboru trybu negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki lub zapytania o cenę;
  - 2) określenia warunków udziału w postępowaniu;
  - 3) wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia;
  - 4) odrzucenia oferty odwołującego;
  - 5) opisu przedmiotu zamówienia;
  - 6) wyboru najkorzystniejszej oferty.



2. Odwołanie powinno wskazywać czynność lub zaniechanie czynności Zamawiającego, której zarzuca się niezgodność z przepisami ustawy Prawo zamówień publicznych, zawierać zwięzłe przedstawienie zarzutów, określać żądanie oraz wskazywać okoliczności faktyczne i prawne uzasadniające wniesienie odwołania.
3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Izby w formie pisemnej lub w postaci elektronicznej, podpisane bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu lub równoważnego środka, spełniającego wymagania dla tego rodzaju podpisu.
4. Odwołujący przesyła kopię odwołania Zamawiającemu przed upływem terminu do wniesienia odwołania w taki sposób, aby mógł on zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu. Domniemywa się, iż Zamawiający mógł zapoznać się z treścią odwołania przed upływem terminu do jego wniesienia, jeżeli przesłanie jego kopii nastąpiło przed upływem terminu do jego wniesienia przy użyciu środków komunikacji elektronicznej.
5. Odwołanie wnosi się w terminach wskazanych w art. 182 ustawy Prawo zamówień publicznych.
6. Wykonawca może w terminie przewidzianym do wniesienia odwołania poinformować Zamawiającego o niezgodnej z przepisami ustawy czynności podjętej przez niego lub zaniechaniu czynności, do której jest on zobowiązany na podstawie ustawy, na które nie przysługuje odwołanie z art. 180 ust. 2 ustawy Pzp.

## **ROZDZIAŁ XVII. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia**

**Przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej** Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF) na Pomorzu Zachodnim, wspieranego w ramach Działania 6.1 *Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020.*

### **1. Informacje na temat Podmiotowego systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF)**

#### **1.1. Wstęp.**

O konkurencyjność firmy na rynku pracy trzeba stale zabiegać. Tylko nieustanny rozwój i błyskawiczne reagowanie na zmieniającą się koniunkturę w sektorze, w którym działa przedsiębiorstwo, zapewni stabilną pozycję na rynku, a nawet dynamiczny rozwój firmy. W oferowanych w obecnej perspektywie finansowej szkoleniach, kursach lub usługach doradczych to przedsiębiorca ma być najważniejszy. Gwarantuje mu to Podmiotowy System Finansowania usług rozwojowych (PSF) na Pomorzu Zachodnim, wspierany w ramach Działania 6.1 *Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020.*

#### **1.2. Zmiany w stosunku do dotychczasowego systemu dofinansowania usług rozwojowych.**

Na realizację projektów w ramach PSF przewidziano sumę w wysokości 68,5 mln zł na okres 4 lat, czyli do 2020. Nowy model finansowania szkoleń kładzie nacisk na popytowe podejście w sektorze usług rozwojowych, czyli służących nabyciu, utrzymaniu lub podniesieniu wiedzy, umiejętności bądź kompetencji przedsiębiorców i ich pracowników. Oznacza to, że przedsiębiorca będzie mógł wybrać samodzielnie i wg własnego uznania szkolenia z puli szkoleń oferowanych w ramach Bazy Usług



Rozwojowych i otrzymać refundację w wysokości 50-80% kosztów. Dla przypomnienia – w poprzedniej perspektywie oferta szkoleń była przygotowywana ogólnie przez firmy szkoleniowo-doradcze i po uzyskaniu dofinansowania oferowana była przedsiębiorstwom. W konsekwencji oferta ta nie zawsze odpowiadała na faktyczne potrzeby pracowników konkretnego przedsiębiorstwa.

Dodatkową zmianą jest wprowadzenie znaczących ułatwień w aplikowaniu o refundację. Jeśli firma planuje podnieść kompetencje, kwalifikacje, umiejętności swoich pracowników, powinna skontaktować się z Operatorem Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych, działającym na terenie województwa zachodniopomorskiego. Operator ten załatwi za przedsiębiorcę większość formalności, niezbędnych do uzyskania refundacji. Z końcem stycznia w regionie zachodniopomorskim zostały wybrane trzy jednostki pełniące funkcję Operatora:

- Polska Fundacja Przedsiębiorczości;
- Zachodniopomorska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.;
- Koszalińska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

### 1.3. Podmiotowy System Finansowania usług rozwojowych krok po kroku.

Bezpośrednio w biurze Operatora lub online należy wypełnić formularz rekrutacyjny, w którym trzeba podać podstawowe informacje o firmie. Dotyczą one m.in.:

- rodzaju działalności gospodarczej;
- prowadzenia działalności (lub nie) w preferowanych branżach bądź sektorach wskazanych w „Wykazie inteligentnych specjalizacji województwa zachodniopomorskiego”;
- wielkości przedsiębiorstwa i liczby pracowników, którzy będą objęci wsparciem;
- sytuacji ekonomicznej firmy.

Po złożeniu wymaganej dokumentacji, Operator przygotuje umowę uczestnictwa w projekcie. Z chwilą jej podpisania przedsiębiorca otrzymuje indywidualny numer identyfikacyjny (tzw. ID wsparcia), który umożliwi mu zapisanie się na wybrane usługi rozwojowe w Bazie Usług Rozwojowych (BUR): [www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl](http://www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl), prowadzonej przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Należy podkreślić, iż wybór usług rozwojowych na które można otrzymać dofinansowanie ze środków EFS odbywa się wyłącznie przy wykorzystaniu BUR. W bazie tej znajduje się szeroki wybór usług rozwojowych, oferowanych obecnie na rynku przez firmy szkoleniowe, zakłady doskonalenia, uczelnie itp. Usługi skategoryzowane są wg poniższych kategorii:

- **szkoleniowe:** szkolenia otwarte, zamknięte, wewnętrzne, zewnętrzne;
- **rozwojowe o charakterze zawodowym:** kwalifikacyjne kursy zawodowe, kursy umiejętności zawodowych, inne kursy umożliwiające uzyskiwanie i uzupełnianie wiedzy, umiejętności i kwalifikacji;
- **e-learningowe:** szkolenia synchroniczne i asynchroniczne (odbywające się w czasie rzeczywistym i niewymagające jednoczesnej obecności ucznia i szkolącego, kontakt odbywa się np. via poczta elektroniczna);
- **inne:** usługi doradcze, coaching, mentoring, studia podyplomowe, projekt zmiany.

W Bazie znajdują się informacje o ofercie szkoleń, kursów czy usług doradczych w 21 obszarach tematycznych, np. Artystyczne, Ekologia, Informatyka, Finanse, Medycyna czy Motoryzacja. Każdy z nich segreguje szkolenia na bardziej szczegółowe, np. w Ekologii są wydzielone: Edukacja ekologiczna, Inżynieria środowiska, Monter urządzeń energii odnawialnej i Ochrona środowiska.

Wpisując dany obszar tematyczny, rodzaj finansowania szkolenia i województwo, uzyskuje się informacje o proponowanej ofercie. BUR (zastąpiła Inwestycję w Kadry) działa więc jak klasyczna wyszukiwarka, która przez system filtrów pozwala wyłuskać interesujące nas szkolenia i przedstawić je według przyjętego w tym narzędziu klucza. Może się jednak zdarzyć, że przedsiębiorca nie znajdzie interesującego go szkolenia. Wówczas może skorzystać z utworzonej w Bazie tzw. giełdy usług. Tu przedsiębiorcy mogą zgłaszać zapotrzebowanie na sprecyzowaną usługę szkoleniową – szytą na miarę, idealną dla konkretnej firmy. Bardzo cenne jest to, że każdy, kto skorzystał ze szkolenia lub doradztwa, w BUR ocenia tę usługę. Opinia ta jest dostępna dla innych użytkowników portalu, jest więc ważną informacją zwrotną dla firmy, która dane szkolenie/doradztwo przeprowadziła, jak i dla potencjalnych kolejnych użytkowników Bazy.

Operator jest podmiotem, który na każdym etapie, od rekrutacji, po wybór usługi ma świadczyć przedsiębiorcom pomoc. W ramach projektów, operatorzy przewidzieli wsparcie tzw. mobilnych doradców, którzy będą pracować w terenie, przyjeżdżając do przedsiębiorców, w dogodnych dla nich terminach i godzinach. Celem tego wsparcia jest zachęcenie do uczestnictwa w projekcie, pomoc w przygotowaniu dokumentacji aplikacyjnej i doradztwo dotyczące wyboru konkretnej usługi, odpowiadającej potrzebom podmiotów gospodarczych.

Koszt uczestnictwa w wybranym kursie czy zajęciach z coachem uczestnik pokrywa w całości z własnych środków. Dopiero po zrealizowaniu wybranej przez siebie usługi rozwojowej i dokonaniu jej oceny w Bazie, przedkłada potwierdzenie zapłaty Operatorowi i uzyskuje refundację określonej wysokości tych wydatków

Poniżej przedstawiono w punktach procedurę uzyskania finansowania usług rozwojowych krok po kroku.

Przedsiębiorca:

- we współpracy z Operatorem określa swoje potrzeby rozwojowe;
- wypełnia formularz rekrutacyjny;
- zawiera umowę z Operatorem;
- wybiera w Bazie Usług Rozwojowych interesującą go ofertę i ją opłaca;
- uczestniczy w wybranym wsparciu i dokonuje jego oceny;
- odbiera od Operatora zwrot kosztów poniesionych na daną usługę.

Operator:

- wylicza dla przedsiębiorcy jego wkład własny;
- wystawia przedsiębiorcy zaświadczenia o udzielonej pomocy de minimis;
- zawiera umowę wsparcia z przedsiębiorcą;
- zajmuje się obsługą finansową;
- refunduje wydatki przedsiębiorcy na podstawie dokumentów finansowych dostarczonych Operatorowi po zakończeniu wsparcia;
- zapewnia bieżącą obsługę w BUR.

#### **1.4. Promocja i informacja na temat PSF.**

Poza działaniami promocyjnymi, opisanymi w niniejszym SOPZ, każdy Operator wybrany w województwie zachodniopomorskim będzie prowadził akcje informacyjne o uruchomieniu projektu. Informacji należy szukać przede wszystkim na stronach internetowych operatorów. Planowane są też

odpowiednie spoty informacyjne w mediach tradycyjnych oraz akcje informacyjne w mediach społecznościowych, jak również uruchomienie infolinii oraz dedykowanego mailingu. Informacje będą też rozpowszechniane za pośrednictwem instytucji otoczenia biznesu. Ponadto operatorzy planują utworzyć dodatkowe – poza Szczecinem – punkty/biura do obsługi uczestników, m.in. w Koszalinie i Wałcu.

### **1.5. Wysokość wsparcia.**

Na wybrane z BUR usługi rozwojowe przewidziane jest wsparcie w wysokości, uzależnionej od wielkości przedsiębiorstwa:

- mikro: do 15 tys. zł;
- małe: do 75 tys. zł;
- średnie: do 400 tys. zł.

Firma pokrywa zawsze, co do zasady 50% kosztów szkolenia. Dofinansowanie może być wyższe i wynosić:

- 70%, co dotyczy przedsiębiorców, którzy uzyskali wsparcie w postaci analizy potrzeb rozwojowych w ramach Działania 2.2 PO WER;
- 70%, gdy szkolenie pozwala zdobyć kwalifikacje potwierdzone certyfikatem;
- 80%, gdy usługa rozwojowa kierowana jest do pracowników powyżej 50. roku życia i/lub o niskich kwalifikacjach, do przedsiębiorstw wysokiego wzrostu lub działających w obszarze inteligentnych specjalizacji województwa lub Specjalnej Strefie Włączenia.

## **2. Główne założenia kampanii informacyjno – promocyjnej PSF**

### **2.1. Czas trwania kampanii.**

Kampania będzie trwać w terminie 1.09.2017 r. - 31.10.2017 r. Termin rozpoczęcia i zakończenia kampanii może ulec przesunięciu na termin późniejszy z powodu przedłużającej się procedury przetargowej, przy czym termin złożenia sprawozdania z realizacji kampanii nie może być późniejszy niż 11.12.2017.

### **2.2. Główne cele kampanii.**

- Podstawowym celem kampanii winna być aktywizacja i zachęcenie podmiotów MMŚP, posiadających swoją siedzibę, filię lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego, do skorzystania ze wsparcia w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych poprzez wskazanie korzyści płynących z PSF i łatwej dostępności środków na refundację w ramach Systemu.
- Głównym celem informacyjnym kampanii jest więc poinformowanie przedstawicieli grupy docelowej, zatrudnionych w MMŚP posiadających swoją siedzibę, filię lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego o uruchomieniu PSF i wynikających z niego korzyściach, w tym przede wszystkim o:
  - o tym, czym jest PSF i możliwościach wsparcia, jakie oferuje;
  - o korzyściach płynących z PSF;
  - o ułatwieniach w pozyskiwaniu środków w ramach PSF;
  - o tym, co należy zrobić, aby uzyskać wsparcie;

- o kontaktach do operatorów oraz miejsc, gdzie można uzyskać więcej informacji na temat PSF.

### 2.3. Grupa docelowa kampanii.

- **Kreacyjna grupa docelowa.**

Do celów kreacyjnych grupa docelowa została zdefiniowana jak poniżej.

- Core target (trzon grupy docelowej):
  - o właściciele mikroprzedsiębiorstw, posiadających swoją siedzibę, filię lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego;
  - o właściciele oraz kadra zarządzająca małych i średnich przedsiębiorstw posiadających swoją siedzibę, filię lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego.
- Wide target (szeroka grupa docelowa):
  - o wszyscy pracownicy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (jako osoby mające wpływ na decydentów) posiadających swoją siedzibę, filię lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego.
- Definicje:
  - o mikroprzedsiębiorstwo - przedsiębiorstwo, które:
    - zatrudnia mniej niż 10 pracowników oraz
    - jego roczny obrót nie przekracza 2 milionów euro lub całkowity bilans roczny nie przekracza 2 milionów euro;
  - o małe przedsiębiorstwo – przedsiębiorstwo, które:
    - zatrudnia mniej niż 50 pracowników oraz
    - jego roczny obrót nie przekracza 10 milionów euro lub całkowity bilans roczny nie przekracza 10 milionów euro;
  - o średnie przedsiębiorstwo – przedsiębiorstwo, które:
    - zatrudnia mniej niż 250 pracowników oraz
    - jego roczny obrót nie przekracza 50 milionów euro lub całkowity bilans roczny nie przekracza 43 milionów euro.

- **Mediowe grupy docelowe.**

Mediowe grupy docelowe zostały opisane przy użyciu zmiennych, dostępnych w badaniach audytoriów poszczególnych mediów. Wszelkie wskaźniki mediowe (zasięgi, GRP, częstotliwości) muszą być obliczone dokładnie w tych grupach docelowych. Również wszelkie analizy mediowe (np. rankingi czytelnictwa czy słuchalności) muszą być obliczone w opisanych poniżej odpowiednich grupach docelowych.

- Prasowa grupa docelowa (PBC) - osoby spełniające poniżej wymienione warunki:
    - o ((RS: Pracownik najemny/właściciel firmy (6 kategorii) = Właściciel (nie gospodarstwo rolne) i ile osób zatrudnia firma = (1 osoba lub 2-10 osób lub 11-19 osób lub 20-49 osób lub 50-99 osób lub 100-249 osób)), i nowe województwo (16) = zachodniopomorskie.
- lub**

Klasyfikacje zawodów PBC (szczegółowa) = Kierownicy średnich i małych zakładów pracy) i nowe województwo (16) = zachodniopomorskie.

- Radiowa grupa docelowa (Radio Track) - osoby spełniające poniżej wymienione warunki:
  - dyrektorzy, prezesi, właściciele firm (kategoria zawodowa), zachodniopomorskie  
**lub**
  - kierownicy MŚP (ISCO), zachodniopomorskie.
- Internetowa grupa docelowa (Gemius) - osoby spełniające poniżej wymienione warunki:
  - Właściciel przedsiębiorstwa zatrudniający pracowników;  
**lub**
  - Kierownik zakładu, prezes, dyrektor wyższego szczebla;  
**lub**
  - Kierownik niższego szczebla.

#### 2.4. Strategia komunikatu.

Zgodnie z opisanymi w punkcie 2.2. celami, główne zadania komunikatu to:

- zadanie motywacyjne – polegające na zmotywowaniu przedsiębiorców do skorzystania z PSF;
- zadanie informacyjne – polegające na wskazaniu, co należy zrobić, aby skorzystać z PSF.

W tabeli 1. przedstawiono najważniejsze korzyści, wynikające z PSF dla przedsiębiorcy oraz ich uwiarygodnienie, które mają znaleźć się w komunikacie. Korzyści te winny być podstawowymi motywatorami, aktywizującymi przedsiębiorców do skorzystania z PSF.

Tabela 1.

Consumer benefits – korzyści dla przedsiębiorcy, wynikające z PSF	Reasons to believe – uwiarygodnienie korzyści
Rzeczywisty i efektywny rozwój firmy, utrzymanie i wzmocnienie konkurencyjności firmy na rynku	Dzięki możliwości skorzystania z szerokiej palety usług rozwojowych, znajdujących się w bazie BUR i możliwości doboru usług rzeczywiście dopasowanych do potrzeb firmy
Oszczędność pieniędzy	Dzięki refundacjom w wysokości 50%-80%
Oszczędność czasu	Dzięki operatorom, którzy biorą na siebie cały proces pozyskiwania refundacji
Łatwość w pozyskaniu refundacji	Nawet osoby niezorientowane w aplikowaniu o fundusze unijne mogą łatwo uzyskać refundacje na wybrane usługi rozwojowe, dzięki wsparciu ze strony operatorów, którzy załatwiają wszystkie formalności, niezbędne do uzyskania refundacji

#### 2.5. Wytyczne kreacyjne, tonacja reklamy, techniki.

Wykonawca zaprojektuje i przygotuje do emisji oraz wyprodukuje materiały reklamowe i reklamy do wszystkich mediów, zaplanowanych w kampanii PSF wymienionych w punkcie 3 niniejszego SOPZ.



W ofercie Wykonawca przedstawi koncept kreatywny, jasno i zrozumiale opisujący i ilustrujący pomysł na komunikaty reklamowe. Koncept ma zawierać wstępne projekty materiałów reklamowych (folder, list e-mailowy oraz zakładka na portalu [www.wup.pl/rpo](http://www.wup.pl/rpo), poświęcona PSF) oraz reklam przeznaczonych do emisji w każdym z wymienionych w punkcie 3 niniejszego SOPZ mediów, będące ilustracją konceptu. Wykonawca może zaproponować jedynie jeden koncept kreatywny. Koncept musi być wewnętrznie spójny i spełniać wszystkie założenia opisane w punkcie 2. Po dokonaniu wyboru Wykonawcy i podpisaniu umowy, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu szczegółowe projekty reklam i materiałów reklamowych, będące doszczegółowionymi propozycjami reklam, bazujących na zaproponowanym koncepcie. Zamawiający będzie mógł wnieść uwagi do projektów i zażądać zmian w projektach, ale jedynie w zakresie, który nie będzie zmieniał konceptu kreatywnego.

Reklama musi wyróżniać się na tle innych przekazów, musi być wyraźnie zauważalna i zapamiętywana. Musi zatem posiadać wyróżnik, kotwicę pamięciową, coś, co spowoduje, że będzie można ją zapamiętać łatwiej niż inne przekazy. Jest to szczególnie istotne, między innymi z powodu ograniczonego budżetu mediowego i braku możliwości zorganizowania bardzo intensywnej emisji reklamy. Wyróżnikiem może być charakterystyczny element reklamy, unikalna technika czy układ lub inne czynniki związane z formą reklamy.

Treść reklamy winna być również łatwa w odbiorze. Przekaz zawiera dużo informacji, ważne jest więc, aby warstwa informacyjna była czytelna i zrozumiała dla odbiorcy.

Wszystkie emisje we wszystkich zaplanowanych mediach muszą charakteryzować się wysoką spójnością formalną. Oznacza to, że wszystkie emisje muszą zawierać wyraźnie widoczne charakterystyczne elementy wspólne, tak, aby odbiorca nie miał wątpliwości, że ma kontakt z emisją w ramach kampanii PSF.

Reklama musi zawierać główny slogan, który będzie występował we wszystkich emisjach, we wszystkich mediach. Główną funkcją sloganu jest zwiększenie spójności przekazu we wszystkich nośnikach oraz przekazanie najważniejszej korzyści, wynikającej z korzystania z PSF. Jednocześnie slogan ten winien przyciągać uwagę odbiorcy i powodować chęć dalszego kontaktu z reklamą.

W terminie do dwóch tygodni po podpisaniu umowy Wykonawca przedstawi do ostatecznej akceptacji szczegółowe projekty reklam, folderu i listu e-mailingowego, wynikające z konceptu kreatywnego.

## **2.6. Zakładka na portalu [wup.pl/rpo](http://wup.pl/rpo)**

Wykonawca zaprojektuje i sporządzi pełną treść zakładki poświęconej PSF, do zamieszczenia na portalu [wup.pl/rpo](http://wup.pl/rpo). Należy pamiętać, że zakładka ta będzie podstawowym nośnikiem informacji na temat projektu. Wykonawca nie będzie tworzył nowej strony, a jego obowiązki zostaną sprowadzone do sporządzenia kompletnej treści merytorycznej. Treść ta zostanie zamieszczona przez Zamawiającego w dedykowanej zakładce utworzonej przez niego. Ma ona (treść) zawierać jasny i klarowny opis projektu, grupę docelową, benefity wynikające z niego, informacje, co należy zrobić, żeby skorzystać ze wsparcia w ramach PSF. Możliwości techniczne strony są ograniczone (jest to zwykły artykuł, gdzie poza tekstem można umieszczać zdjęcia czy infografiki). W materiale do zamieszczenia w zakładce powinny znaleźć się elementy graficzne (zdjęcia/grafiki/baner)

wykorzystane w kreacji całego przekazu mediowego. Przykład takiej zakładki znajduje się pod adresem <https://www.wup.pl/rpo/realizuje-projekt/poznaj-zasady-promowania-projektu/>.

### 3. Dobór mediów

Wykonawca przedstawi w ofercie parametry kampanii, wypełniając Formularz nr 7, stanowiący załącznik do SOPZ, według poniższych wytycznych mediowych. Wykonawca może zaproponować tylko jedną wersję media planu. W terminie do dwóch tygodni po podpisaniu umowy, Wykonawca przedstawi szczegółowe media plany, zawierające precyzyjne informacje, dotyczące dat, czasów, miejsc, formatów i kosztów emisji oraz wskaźników kampanii reklamowej, będących kryteriami oceny kampanii, opisanymi w SOPZ, wypełniając załącznik nr 1 do SIWZ – Media plany kampanii.

Wykonawca wyłoniony w drodze niniejszego postępowania zrealizuje zaproponowany media plan (zakupi powierzchnię i czas reklamowy w odpowiednich mediach, zgodnie z zaproponowanym w ofercie media planem i wyprodukuje opisane w ofercie materiały reklamowe). W kampanii należy wykorzystać media opisane poniżej.

#### 3.1. Internet

Założenia do kampanii w internecie:

- dobór portali: portale/strony i/lub fora dyskusyjne o charakterze biznesowym i/lub ekonomicznym i/lub finansowym i/lub gospodarczym i/lub prawnym,
- format reklamy: dowolny (np.: dowolne formy display'owe, linki śródtekstowe, wpisy na forach w imieniu Zamawiającego (po konsultacji z Zamawiającym, AdWords),
- reklama winna być geotargetowana na województwo zachodniopomorskie,
- priorytet mediowy (będący jednocześnie kryterium oceny oferty): liczba wejść w zakładkę na portalu [www.wup.pl/rpo](http://www.wup.pl/rpo) w wyniku kampanii internetowej (czyli poprzez kliknięcie na dowolną formę reklamową, zastosowaną w kampanii internetowej), trwających nie krócej niż 20 sekund, obliczone według narzędzia Google Analytics,
- na emisję reklam w ramach kampanii w internecie należy przeznaczyć nie mniej niż 5% całkowitej wartości zamówienia,
- wielkość budżetu, przeznaczonego na emisje w pierwszym miesiącu kampanii, opisanym w punkcie 2.1., winna wynosić 55-60% całkowitego budżetu, przeznaczonego na kampanię w Internecie.

#### 3.2. Radio lokalne

Założenia do kampanii w radiu:

- dobór stacji: co najmniej 1 stacja regionalna lub sieciowa spośród stacji o najwyższym wskaźniku słuchalności w mediowej radiowej grupie docelowej (na podstawie badań Radio Track/Millward Brown, ostatnie 12 miesięcy, dostępne w dniu ogłoszenia niniejszego przetargu, wskaźnik: zasięg tygodniowy);
- priorytet mediowy (będący jednocześnie kryterium oceny oferty): zasięg 3+ kampanii w mediowej radiowej grupie docelowej;
- format: wyłącznie 30";
- placing: co najmniej 30% emisji w godzinach 7.00-9.00;

- na emisję reklam w ramach kampanii radiowej należy przeznaczyć nie mniej niż 10% całkowitej wartości zamówienia;
- wielkość budżetu, przeznaczonego na emisję w pierwszym miesiącu kampanii, opisanym w punkcie 2.1., winien wynosić 55-60% całkowitego budżetu, przeznaczonego na kampanię w radiu.

### 3.3. Lokalna prasa biznesowa

Założenia do kampanii w lokalnej prasie biznesowej:

- dobór tytułów: co najmniej jeden regionalny tytuły o charakterze biznesowym, o jak najwyższym nakładzie sprzedanym (na podstawie średniej z 3 ostatnich wydań, potwierdzonej przez ZKDP lub wydawców);
- priorytet mediowy (będący jednocześnie kryterium oceny oferty): suma nakładów sprzedanych wydań, w których umieszczony był materiał reklamowy źródłem danych, dotyczących nakładu sprzedanego winny być dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, a jeśli dany tytuł nie należy do ZKDP, raporty potwierdzone przez kierownictwo wydawnictwa
- liczba emisji: po co najmniej 1 emisji w każdym tytule;
- format: artykuł sponsorowany, pełna strona;
- placing: prawa strona.

### 3.4. Dzienniki lokalne

Założenia do kampanii w dziennikach lokalnych:

- dobór dzienników: co najmniej dwa regionalne dzienniki (lub regionalne mutacje dzienników ogólnopolskich) spośród dzienników badanych przez PBC/Millward Brown, o najwyższym wskaźniku czytelnictwa CCS w mediowej prasowej grupie docelowej, ostatnie 12 miesięcy, dostępne w dniu ogłoszenia niniejszego przetargu). Nie jest dopuszczalne planowanie reklamy w dziennikach o charakterze wyłącznie ogłoszeniowym;
- priorytet mediowy (będący jednocześnie kryterium oceny oferty): zasięg 1+ kampanii w mediowej prasowej grupie docelowej;
- liczba emisji: co najmniej 6 emisji w każdym tytule, wyłącznie w poniedziałki i/lub w piątki (w tym, w pierwszym miesiącu co najmniej 3 emisje);
- format: 1/2 strony;
- placing: dowolne strony redakcyjne, prawe;
- Na kampanię w prasie biznesowej i w dziennikach (p. 3.3 i 3.4) należy przeznaczyć nie mniej niż 30% całkowitej wartości zamówienia.

### 3.5. E-mailing

Założenia do kampanii e-mailingowej:

- wykonawca zakupi bazę teleadresową, zawierającą adresy właścicieli firm oraz średniej wyższej kadry zarządzającej firm z sektora MMŚP, zamieszkałych w województwie zachodniopomorskim i przeprowadzi e-mailing do tej bazy dwukrotnie: po raz pierwszy w pierwszych dwóch tygodniach od dnia rozpoczęcia kampanii, drugi raz w ostatnich dwóch tygodniach kampanii.

- e-mailing będzie zawierał newsletter, zawierający wszelkie informacje, dotyczące PSF oraz nawiązujący do kampanii w pozostałych mediach (zgodny z konceptem kreatywnym); newsletter będzie przygotowany przez Wykonawcę, a jego wstępny projekt przedstawiony będzie w ofercie, tytuł i górna część newslettera ma wyraźnie zachęcać przedsiębiorcę/menadżera do dalszej lektury,
- priorytet mediowy (będący jednocześnie kryterium oceny oferty): sumaryczna liczba skutecznie dostarczonych e-maili do opisanej powyżej mailingowej grupy docelowej w trakcie obu e-mailingów; sumaryczna liczba skutecznie dostarczonych e-maili musi wynosić co najmniej 5 000.

### 3.6. Folder informacyjny

- Wykonawca przedstawi w ofercie wstępny projekt folderu, a po podpisaniu umowy wyprodukuje go, według poniższych wytycznych:
  - format folderu: A5, 8 stron, papier kredowy, gramatura minimum 150g/m<sup>2</sup>, szyty,
  - nakład: 3 000 egz.
  - zawartość folderu: kompletna informacja, dotycząca PSF, forma spójna z konceptem kreatywnym, zawierająca wszystkie charakterystyczne elementy kampanii wraz z hasłem kampanii.

## 4. Raport z realizacji kampanii

Po zakończeniu kampanii, Wykonawca prześle do Zamawiającego sprawozdanie końcowe z realizacji kampanii, według formularza, stanowiącego załącznik 4 do SOPZ, oraz materiały dowodowe, w tym oryginały ogłoszeń z dzienników i magazynów, zrzuty ekranów kampanii w Internecie, a także potwierdzenie wskaźników osiągniętych w kampanii przez instytuty badawcze i/lub media w terminie nie później niż do dnia 10.12.2017. Zamawiający zaznacza, że przesunięcie niniejszego terminu na późniejszy nie będzie możliwe.

## 5. Oznaczenie projektów graficznych wszystkich działań/materiałów związanych z kampanią

**Wykonawca ma obowiązek umiejscowienia oznakowania graficznego na wszystkich działaniach/materiałach związanych z kampanią zgodnie z:**

### a) *Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*

[http://rpo.wzp.pl/sites/default/files/podrecznika\\_wnioskodawcy\\_i\\_beneficjenta\\_infopromo\\_140616.pdf](http://rpo.wzp.pl/sites/default/files/podrecznika_wnioskodawcy_i_beneficjenta_infopromo_140616.pdf)

### b) *Kartą Wizualizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020*

[http://rpo.wzp.pl/sites/default/files/karta\\_wizualizacji\\_rpo\\_wz\\_2014-2020\\_201603.pdf](http://rpo.wzp.pl/sites/default/files/karta_wizualizacji_rpo_wz_2014-2020_201603.pdf)

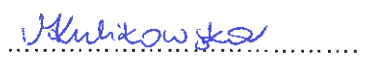
**Wszelkie niezbędne oznaczenia (logotypy) prześle Zamawiający.**

**ROZDZIAŁ XVIII. FORMULARZE**

**Uwaga!!!! Wykonawca zobowiązany jest do złożenia wyłącznie aktualnych na dzień składania ofert, oświadczeń i dokumentów wskazanych w Rozdziale X SIWZ.**

FORMULARZ NR 1	Oferta cenowa
FORMULARZ NR 2	Oświadczenie z art. 25 a ust. 1 Pzp- podstawy wykluczenia
FORMULARZ NR 3	Oświadczenie z art. 25 a ust. 1 Pzp- warunki udziału
FORMULARZ NR 4	Oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 23 ustawy Pzp.
FORMULARZ NR 5	Wykaz usług- składa wyłącznie Wykonawca na wezwanie Zamawiającego, którego oferta uzyska największą liczbę punktów.
FORMULARZ NR 6	Wykaz osób - składa wyłącznie Wykonawca na wezwanie Zamawiającego, którego oferta uzyska największą liczbę punktów.
FORMULARZ NR 7	Tabela parametrów kampanii
FORMULARZ NR 8	Harmonogram kampanii.
FORMULARZ NR 9	Projekt umowy
Załącznik nr 1	Media plany
Załącznik nr 2	Sprawozdanie z realizacji kampanii

**Niniejsza SIWZ została przedłożona przez Komisję Przetargową do zatwierdzenia Kierownikowi Zamawiającego:**

Skład i funkcja osób w Komisji Przetargowej	Imię i Nazwisko	Podpis
Przewodniczący Komisji	Marta Bujko-Gryczyńska	
Sekretarz Komisji	Marzena Kareńska	
Z-ca Sekretarza Komisji	Marcin Białowas	
Członek Komisji	Monika Kulikowska	
Członek Komisji	Rafał Korsak	.....
Członek Komisji	Wojciech Krycki	.....
Członek Komisji	Rafał Rosiński	.....

**DZIEKOTUJĘ  
Zatwierdzam:  
Wojewódzkiego Urzędu Pracy**

  
Andrzej Przewoda





WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 1 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

## OFERTA CENOWA

Ja (My), niżej podpisany (ni) .....  
działając w imieniu i na rzecz : .....

.....  
(pełna nazwa Wykonawcy)

.....  
(adres siedziby Wykonawcy)

REGON..... Nr NIP .....

Nr konta bankowego:

nr telefonu ..... nr faxu .....

e-mail .....

w odpowiedzi na ogłoszenie o wszczęciu postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości zamówienia mniejszej od kwot określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 pn.: **Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020.**

1. **Oferuję wykonanie zamówienia**, zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia i na warunkach płatności określonych w SIWZ **za łączną cenę umowną brutto:** .....zł,

OFEROWANA ŁĄCZNA CENA UMOWNA BRUTTO OBLICZONA ZOSTAŁA  
W NASTĘPUJĄCY SPOSÓB:

Lp.	Nazwa	Cena brutto (w PLN)
1.	Łączne koszty brutto konceptu, w tym:	
1.1	Przygotowanie konceptu kreatywnego kampanii wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
	<b>SUMA 1</b>	.....
2.	Kampania prasowa Łączne koszty brutto przygotowania i emisji kampanii prasowej (produkcji wraz z przekazaniem praw autorskich oraz emisji reklamy), w tym:	

2.1	Opracowanie projektów (layoutów) reklam prasowych oraz przygotowanie ich do druku wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
2.2	Zaplanowanie emisji oraz zakup w celu emisji powierzchni reklamowej w prasie zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 2</b>		.....
3.	<b>Kampania internetowa</b> <b>Łączne koszty brutto przygotowania i emisji kampanii internetowej (produkcji wraz z przekazaniem praw autorskich oraz emisji reklamy), w tym:</b>	
3.1	Opracowanie projektów i przygotowanie do emisji reklam internetowych wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
3.2	Zaplanowanie emisji oraz zakup w celu emisji, powierzchni reklamowej w Internecie, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 3</b>		.....
4.	<b>Kampania radiowa</b> <b>Łączne koszty brutto przygotowania i emisji kampanii radiowej (produkcji wraz z przekazaniem praw autorskich oraz emisji reklamy), w tym:</b>	
4.1	Opracowanie scenariusza, przygotowanie do emisji i produkcja reklam internetowych wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
4.2	Zaplanowanie emisji oraz zakup w celu emisji, czasu reklamowego w radiu, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 4</b>		.....
5.	<b>Folder informacyjny</b> <b>Łączne koszty brutto przygotowania i produkcji folderu informacyjnego wraz z przekazaniem praw autorskich, w tym:</b>	
5.1	Opracowanie projektu folderu informacyjnego wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
5.2	Druk folderu informacyjnego zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 5</b>		.....
6.	<b>Zakładka internetowa</b> <b>Łączne koszty brutto przygotowania i wykonania zakładki internetowej wraz z przekazaniem praw autorskich, w tym:</b>	
6.1	Opracowanie projektu zakładki internetowej wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
6.2	Wykonanie treści zakładki internetowej zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 6</b>		.....
7.	<b>E-mailing</b> <b>Łączne koszty brutto zaprojektowania, wykonania i wysyłki listu e-mailingowego oraz zakupu bazy teleadresowej w tym:</b>	
7.1	Opracowanie projektu listu e-mailingowego oraz jego wykonanie wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ, zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
7.2	Zakup bazy teleadresowej lub prawa do dwukrotnej wysyłki listu e-mailingowego do tej bazy	.....
7.3	Wykonanie dwukrotnej wysyłki listu e-mailingowego do osób znajdujących się w zakupionej bazie teleadresowej zgodnie z wymogami opisanymi w SOPZ	.....
<b>SUMA 7</b>		.....
8.	<b>ŁĄCZNA WARTOŚĆ OFERTY BRUTTO (SUMY OD NR 1 DO 7)</b>	.....

2. Oświadczam(y), że przedmiot zamówienia zrealizujemy **w zakresie i terminie wskazanym w opisie przedmiotu zamówienia.**
3. Oświadczam(y), że jesteśmy związani niniejszą ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.
4. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i nie wnosimy do niej zastrzeżeń oraz przyjmujemy warunki w niej zawarte.
5. Oświadczamy, że zawarty w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia projekt umowy został przez nas zaakceptowany i zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty do zawarcia na wyżej wymienionych warunkach w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
6. Oświadczamy, iż niniejsza oferta jest zgodna z warunkami i treścią SIWZ.
7. Oświadczamy, że uzyskaliśmy wszelkie informacje niezbędne do prawidłowego przygotowania i złożenia niniejszej oferty.
8. Oświadczamy, że w przypadku przyznania nam zamówienia, nie odstąpimy od jego realizacji w przypadku spełnienia przez zamawiającego warunków umowy.
9. Oświadczamy, że wskazany w Formularzu nr 2 pkt. 3 podwykonawca, zrealizuje zamówienie w następującym zakresie.....  
 UWAGA: Niniejsze oświadczenie składa wykonawca tylko w sytuacji wystąpienia niniejszych przesłanek. W sytuacji raku ich wystąpienia nie należy wypełniać wskazanego miejsca.
10. Oświadczamy, że oferta nie zawiera/ zawiera (właściwie podkreślić) informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Informacje takie zawarte są w następujących dokumentach (wraz z załączeniem pisemnego uzasadnienia odnośnie charakteru zastrzeżonych w niej informacji – Rozdział X pkt. 17 SIWZ):  
 .....  
 .....

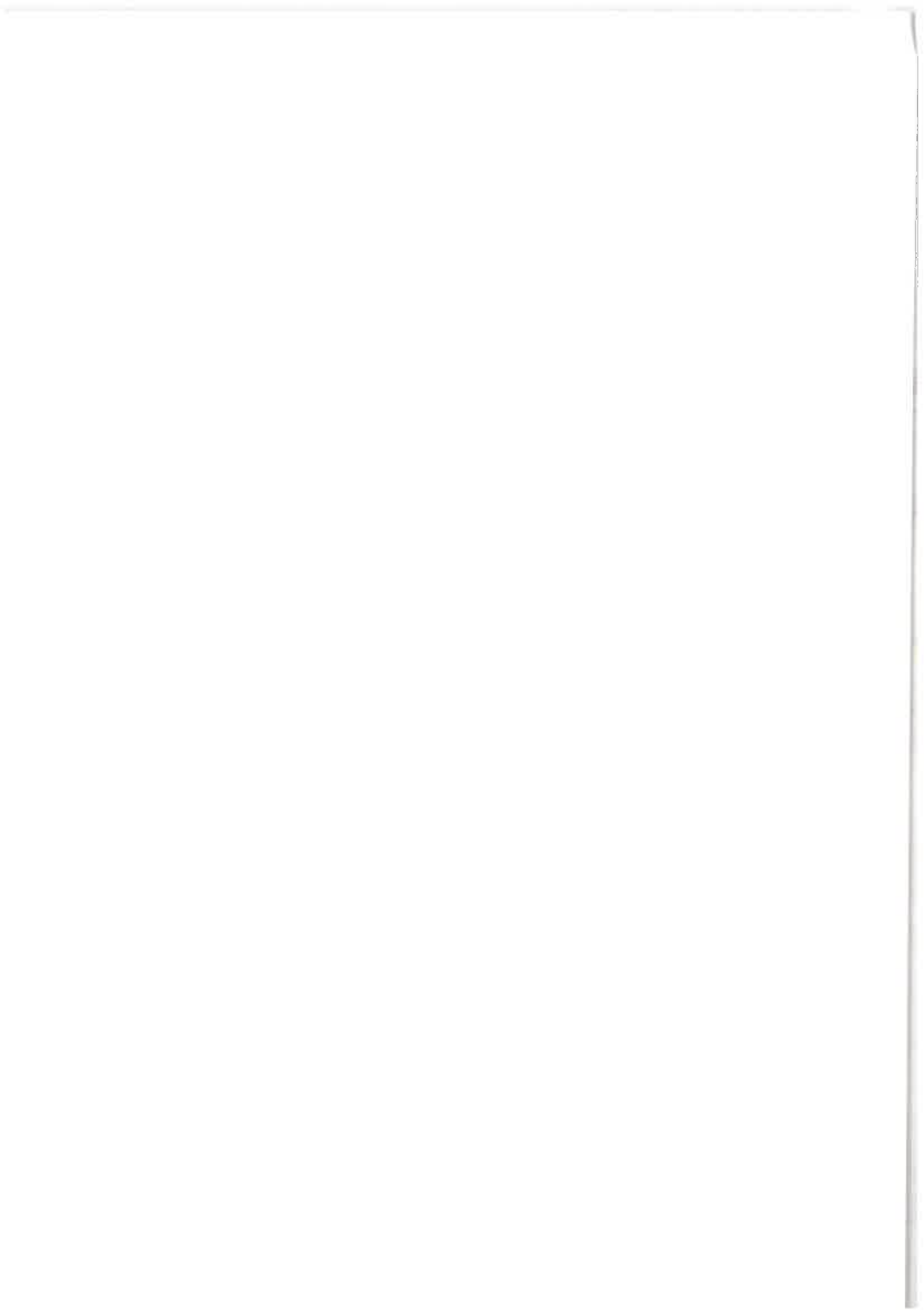
**Ofertę składamy na ..... kolejno ponumerowanych stronach.**

**Na ofertę zgodnie z Rozdziałem I pkt 1.1 składają się :**

- a) .....
- b) .....
- c) .....

....., dn. ....

.....  
 (podpis(y) osób uprawnionych  
 do reprezentowania Wykonawcy)





WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 2 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)**Oświadczenie Wykonawcy**

składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień publicznych (dalej jako: ustawa Pzp),

**DOTYCZĄCE PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA**

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020”.

” oświadczam, co następuje:

**1. OŚWIADCZENIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY:**

1. Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust 1 pkt 12-22 ustawy Pzp.
2. Oświadczam, że brak jest podstaw do wykluczenia mnie z postępowania na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp.

....., dn. ....  
(miejscowość, data).....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. .... ustawy Pzp (podać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 24 ust. 1 pkt 13-14, 16-20 lub art. 24 ust. 5 pkt. 1 ustawy Pzp). Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 24 ust. 8 ustawy Pzp podjęm następujące środki naprawcze<sup>1</sup>:

.....

....., dn. ....  
(miejscowość, data).....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

<sup>1</sup> UWAGA: Niniejsze oświadczenie składa Wykonawca, tylko w sytuacji wystąpienia niniejszych przesłanek. W sytuacji braku ich wystąpienia nie należy wypełniać wskazanego miejsca.

## 2. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODMIOTU/ÓW, NA KTÓREGO/YCH ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA:

Oświadczam, że następujący/e podmiot/y, na którego/ych zasoby powołuję się w niniejszym postępowaniu, tj.: .....  
(podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG) nie podlega/ją wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia<sup>2</sup>.

....., dn. ....  
(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

## 3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODWYKONAWCY NIEBĄDĄCEGO PODMIOTEM, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA:

Oświadczam, że następujący/e podmiot/y, będący/e podwykonawca/ami: .....  
..... (podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG), nie podlega/ą wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia<sup>3</sup>.

....., dn. ....  
(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

## 4. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

....., dn. ....  
(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

<sup>2</sup> UWAGA: Niniejsze oświadczenie składa Wykonawca, tylko w sytuacji wystąpienia niniejszych przesłanek. W sytuacji braku ich wystąpienia nie należy wypełniać wskazanego miejsca.

<sup>3</sup> UWAGA: Niniejsze oświadczenie składa Wykonawca, tylko w sytuacji wystąpienia niniejszych przesłanek. W sytuacji braku ich wystąpienia nie należy wypełniać wskazanego miejsca.

WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 3 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

**Oświadczenie Wykonawcy**

składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień publicznych (dalej jako: ustawa Pzp),

**DOTYCZĄCE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU**

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020, oświadczam, co następuje:

**1. INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY:**

Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez zamawiającego w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) SIWZ.

..... dn. ....

(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

**2. INFORMACJA W ZWIĄZKU Z POLEGANIEM NA ZASOBACH INNYCH PODMIOTÓW:**

Oświadczam, że w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, określonych przez Zamawiającego w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 1. lub ppkt 2) 2. (wskazać właściwe) polegam na zasobach następującego/ych podmiotu/ów<sup>1</sup>:

- 1) .....  
(wskazać podmiot) w następującym zakresie: .....  
.....  
(określić odpowiedni zakres dla wskazanego podmiotu- dot. Rozdziału IV pkt 1 ppkt 2) 1. - wykazu usług )

<sup>1</sup> UWAGA: Niniejsze oświadczenie składa Wykonawca, tylko w sytuacji wystąpienia niniejszych przesłanek. W sytuacji braku ich wystąpienia nie należy wypełniać wskazanego miejsca.

- 2) .....  
(wskazać podmiot) w następującym zakresie: .....  
.....  
(określić odpowiedni zakres dla wskazanego podmiotu - dot. Rozdziału IV pkt 1 ppkt 2) 2. - wykazu osób )

....., dn. ....

(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

### 3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

....., dn. ....

(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 4 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)**Oświadczenie Wykonawcy**

składane na podstawie art. 24 ust. 11 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień publicznych (dalej jako: ustawa Pzp),

**1. DOTYCZĄCE PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA- art. 24 ust. 1 pkt. 23 ustawy Pzp**

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020” oświadczam, co następuje:

Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp, tj. w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochroni konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 z póź. zm.)

....., dn. ....

(miejscowość, data)

.....  
Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp i należymy do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 poz. 184 ze zm.), co podmioty wymienione poniżej, które złożyły ofertę w tym postępowaniu:

L.p.	Nazwa podmiotu	Adres podmiotu
...		

**UWAGA**

Wykonawca nie ma obowiązku składać pełnego wykazu podmiotów w zakresie tzw. grupy kapitałowej o której mowy powyżej. Należy wypełnić w/w wykaz tylko wtedy, gdy odrębną ofertę złożył samodzielnie lub wspólnie z innymi Wykonawcami podmiot należący do tej samej grupy kapitałowej, co Wykonawca składający tą ofertę.



Jednocześnie przedkładam dowody, że powiązania z innym Wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia .....

..... , dn. ....

(miejscowość, data)

Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

## 2. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniu są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

..... , dn. ....

(miejscowość, data)

Podpis Wykonawcy  
(podpisy osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

### UWAGA

Zgodnie z art. 24 ust. 11 ustawy Pzp, Wykonawca, w terminie 3 dni od dnia zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego (tj. <https://www.wup.pl/pl/urzad/zamowienia/zamowienia-publiczne/> z zakładce przedmiotowego postępowania) informacji z otwarcia ofert, o której mowa art. 86 ust. 5 ustawy Pzp, przekazuje Zamawiającemu przedmiotowe oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 23 ustawy Pzp.

PK  
W



WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 5 do SIWZ

WYKAZ WYKONANYCH USŁUG  
PRZEPROWADZONYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CIĄGU OSTATNICH 3 LAT

(przedmiotowy Wykaz usług podlega złożeniu na wezwanie Zamawiającego, wyłącznie przez Wykonawcę, którego oferta zostanie najwyżej oceniona – art. 26 ust. 2 ustawy Pzp)

Ja (My), niżej podpisany (ni) .....  
działając w imieniu i na rzecz :

.....  
(pełna nazwa Wykonawcy)

.....  
(adres siedziby Wykonawcy)

w odpowiedzi na ogłoszenie o przetargu nieograniczonym: „Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020”, przedstawiam(y) następujące informacje dotyczące okresu ostatnich 3 lat:

L.p.	Podmiot, na rzecz którego wykonano usługę	Zakres przedmiotowy wykonanej usługi	Termin realizacji Podać okres od (m-c/rok) do (m-c/rok)	Wartość usługi zł brutto (do dwóch miejsc po przecinku)	w tym łączna wartość emisji: w tym w internecie:	w tym łączna wartość emisji: w tym w internecie:
1.						
...						

• do wykazanych usług należy załączyć dowody potwierdzające, że usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie. Dowodami, o których mowa są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego dostawy lub usługi były wykonywane,



**Fundusze Europejskie**  
Program Regionalny



**Wojewódzki Urząd Pracy**  
w Szczecinie



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz Społeczny

WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 5 do SIWZ

a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenia wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

Oświadczam, że wszystkie informacje podane powyżej są aktualne i zgodne z prawdą, z zapisami SIWZ oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

..... dnia .....  
(miejscowość, data)

.....  
(podpisy Wykonawcy / podpis(y) osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

dy



WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 6 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

### WYKAZ OSÓB, KTÓRE BĘDĄ UCZESTNICZYĆ W WYKONYWANIU ZAMÓWIENIA

(przedmiotowy Wykaz osób podlega złożeniu na wezwanie Zamawiającego, wyłącznie przez Wykonawcę, którego oferta zostanie najwyższej oceniona – art. 26 ust. 2 ustawy Pzp)

Ja (My), niżej podpisany (ni) .....  
działając w imieniu i na rzecz :

.....  
(pełna nazwa Wykonawcy)

.....  
(adres siedziby Wykonawcy)

w odpowiedzi na ogłoszenie o przetargu nieograniczonym pn.: „Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF), na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020”, przedstawiam(y) osoby, które będą wykonywać zamówienie:

me B

Dla potwierdzenia spełnienia warunku udziału w postępowaniu w zakresie określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.1. SIWZ należy wypełnić poniższą tabelę:

Imię i nazwisko Kierownika projektu	Data pracy (dd – dd. mm.rrrr) na stanowisku kierowniczym, zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.1.	Zrealizowane projekty (nazwa kampanii), zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2. 1

Podstawa do dysponowania daną osobą: .....

Dla potwierdzenia spełnienia warunku udziału w postępowaniu w zakresie określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.1. SIWZ należy wypełnić poniższą tabelę:

Imię i nazwisko Media planner	Data pracy (dd – dd. mm.rrrr) na stanowisku Media planner, zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.2.	Zrealizowane projekty (nazwa kampanii), zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2. 2.	Wartość brutto emisji reklam w mediach w ramach zrealizowanych kampanii

Podstawa do dysponowania daną osobą: .....

*Handwritten signature*



Dla potwierdzenia spełnienia warunku udziału w postępowaniu w zakresie określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.3. SIWZ należy wypełnić poniższą tabelę:


Imię i nazwisko Art directora	Data pracy (dd – dd. mm.rrrr) na stanowisku art directora zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.3.	Zrealizowane projekty (nazwa kampanii), zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.3.

Podstawa do dysponowania daną osobą: .....

Dla potwierdzenia spełnienia warunku udziału w postępowaniu w zakresie określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.4. SIWZ należy wypełnić poniższą tabelę:

Imię i nazwisko Grafika	Data pracy (dd – dd. mm.rrrr) na stanowisku art directora zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.4.	Zrealizowane projekty (nazwa kampanii), zgodnie z warunkiem określonym w Rozdziale IV pkt 1 ppkt 2) 2.4.

Podstawa do dysponowania daną osobą: .....



**UWAGA:** jako „kampanię” lub „kampanię reklamową” należy rozumieć działania komunikacyjne w mediach ATL i BTL, mające odrębne założenia i odrębny koncept kreatywny. Dwa etapy kampanii, mające te same założenia i ten sam koncept kreatywny należy rozumieć jako dwa etapy tej samej kampanii, nie mogą więc one występować w wykazie doświadczenia jako dwie odrębne kampanie.

Zamawiający nie dopuszcza możliwości pełnienia przez jedną osobę kilku z powyższych funkcji.

..... dnia .....  
(miejscowość, data)

.....  
(podpisy Wykonawcy / podpis(y) osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Formularz nr 7 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

### Tabela parametrów kampanii

Wskaźniki muszą być obliczone dokładnie według wskazań opisanych w SOPZ

Dzienniki	<b>Zasięg kampanii 1+ (łącznie dla obu etapów) (% grupy docelowej z dokładnością do pierwszego miejsca po przecinku)</b>		
	<b>Wybrane tytuły i planowana liczba emisji w każdym tytule</b>		
	<b>Tytuł</b>		<b>Liczba emisji</b>

Magazyny	<b>Suma wszystkich nakładów sprzedanych wydań z reklamą</b>		
	<b>Wybrane tytuły i planowana liczba emisji w każdym tytule</b>		
	<b>Tytuł</b>		<b>Liczba emisji</b>

Radio	<b>Zasięg kampanii 3+ (łącznie dla obu etapów) (% grupy docelowej z dokładnością do pierwszego miejsca po przecinku)</b>		
	<b>Stacje radiowe i planowana liczba emisji w każdej stacji</b>		
	<b>Nazwa stacji</b>		<b>Liczba emisji</b>

25  
24

Internet	<i>Liczba wejść w zakładkę na portalu <a href="http://www.wup.pl/rpo">www.wup.pl/rpo</a> trwających dłużej niż 20 sekund, spowodowanych kampanią internetową</i>	
	<i>Portale planowane do emisji reklamy internetowej</i>	
	<b>Nazwa portalu</b>	

E-mailing	<i>Liczba deklarowanych maili dostarczonych w pierwszym miesiącu kampanii</i>	
	<i>Liczba deklarowanych maili dostarczonych w drugim miesiącu kampanii</i>	

....., dn. ....

.....  
(podpis(y) osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

Dr

**Prasa – Magazyny**

Przedstawienie do akceptacji szczegółowego media planu kampanii w magazynach																			
Akceptacja media planu																			
Przedstawienie do akceptacji ostatecznych projektów reklam w magazynach																			
Akceptacja projektów																			
Emisja reklam w magazynach																			

**Internet**

Przedstawienie do akceptacji szczegółowego media planu kampanii internetowej																			
Akceptacja media planu																			
Przedstawienie do akceptacji ostatecznych projektów reklam internetowych																			
Akceptacja projektów																			
Emisja reklam internetowych																			

**Folder**

Przedstawienie do akceptacji ostatecznego projektu folderu																			
Akceptacja projektu																			
Produkcja folderu																			
Dostarczenie folderu do siedziby WUP																			

**Zakładka na stronie www**

Przedstawienie do akceptacji ostatecznego projektu zakładki																			
Akceptacja projektu																			
Wykonanie zakładki																			



Formularz nr 9 do SIWZ

**PROJEKT UMOWY****Umowa nr WUP/...../2017****zawarta w dniu ..... 2017 r.****dotyczy postępowania WUP.XVA.322.39.MKar.2017**

pomiędzy:

**Województwem Zachodniopomorskim - Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie,**  
ul. A. Mickiewicza 41, 70-383 Szczecin,  
reprezentowanym przez:

.....  
zwanym dalej „**Zamawiający**”,

a

.....  
reprezentowanym przez:.....  
zwanym dalej „**Wykonawca**” o następującej treści

Umowa została zawarta w wyniku przeprowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z art. 39 i nast. ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. 2015 r. poz. 2164), zwanej w dalszej części Umowy „**Ustawą**”.

**§ 1**

1. Zamawiający zamawia, a Wykonawca przyjmuje do wykonania: **przygotowanie i przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF) na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020**, zwane w dalszej części Umowy „**Przedmiotem Zamówienia**” w zakresie określonym w Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia, stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy oraz w Ofercie cenowej wraz z załącznikami wykonawcy, stanowiącej Załącznik nr 2 do Umowy.
2. W ramach Przedmiotu Zamówienia, o którym mowa w ust. 1, Wykonawca zobowiązuje się na rzecz Zamawiającego wykonać następujące czynności, w terminie do 11 grudnia 2017 r.:
  - 1) przygotuje regionalną kampanię informacyjno-promocyjną i uzyska jej ostateczną akceptację przez Zamawiającego, w terminie od dnia podpisania Umowy do 29 sierpnia 2017 r.,
  - 2) zrealizuje regionalną kampanię informacyjno-promocyjną Podmiotowego Systemu Finansowania usług rozwojowych (PSF) na Pomorzu Zachodnim wspieranego w ramach Działania 6.1 Usługi rozwojowe skierowane do przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw na podstawie systemu popytowego RPO WZ 2014-2020 w terminie

od 1 września 2017 r. do 31 października 2017 r., zwaną w dalszej części Umowy „Kampanią”;

- 3) Przedstawi sprawozdanie końcowe w nieprzekraczalnym terminie do 11 grudnia 2017 r., zgodnie z Załącznikiem nr 3 do niniejszej Umowy,

## § 2

1. Wykonawca zobowiązuje się do prawidłowego wykonania wszelkich czynności związanych z realizacją Przedmiotu Zamówienia, zgodnie z postanowieniami Umowy i Szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia.
2. Wykonawca zobowiązuje się do niezwłocznego informowania Zamawiającego o trudnościach w realizacji Przedmiotu Zamówienia, w szczególności o zamiarze zaprzestania jego realizacji.
3. Wykonawca zapewni niezbędny personel i narzędzia do właściwego i terminowego wykonania Umowy.
4. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za nadzór nad zatrudnionym personelem oraz dopełnienie wszelkich prawnych zobowiązań związanych z zatrudnieniem personelu.

## § 3

1. Wykonawca zobowiązuje się wykonać Przedmiot Zamówienia w terminie do dnia 11 grudnia 2017 r. z uwzględnieniem terminów realizacji jego poszczególnych etapów, o których mowa w § 1 ust. 2. Umowy.
2. Poszczególne etapy kampanii zgodnie z harmonogramem realizacji Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym **integralną część Oferty cenowej, będącej Załącznikiem nr 2 do Umowy.**

## § 4

1. Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia do ostatecznej akceptacji szczegółowych projektów reklam, folderu i listu e-mailingowego, wynikających z konceptu kreatywnego, w terminie do 14 dni od daty podpisania Umowy.
2. Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia szczegółowych media planów, zawierających precyzyjne informacje, dotyczące dat, czasów, miejsc, formatów i kosztów emisji oraz wskaźników kampanii reklamowej, będących kryteriami oceny kampanii, opisanymi w SOPZ, zgodnie z Załącznikiem nr 3 do Umowy – Media plany kampanii.
3. Zamawiający będzie mógł wnieść uwagi do projektów w terminie 3 dni i zażądać zmian w projektach, ale jedynie w zakresie, który nie będzie zmieniał konceptu kreatywnego. Wykonawca ma obowiązek ich uwzględnienia i dostarczenia Zamawiającemu poprawionych projektów, w terminie 3 dni od dnia otrzymania uwag.
4. Wykonawca zobowiązuje się przekazać wraz ze sprawozdaniem z realizacji kampanii wszystkie projekt graficzny folderu informacyjnego, na nośniku danych typu flash, w rozszerzeniu/ach pozwalającym na jego późniejszą modyfikację, przez które Zamawiający rozumie rozszerzenia wygenerowane w ramach pakietu Adobe i/lub Corel i/lub inne o podobnej funkcjonalności.

Projekt graficzny powinien przewidywać wszystkie elementy niezbędne do przekazania do druku (spady, kolorystyka, format).

5. Wykonawca zobowiązuje się przekazać folder informacyjny w formacie PDF, spot/y reklamy radiowej w formacie mp3/wav.
6. Po zrealizowaniu Kampanii Wykonawca zobowiązuje się przedstawić sprawozdanie końcowe w terminie określonym w § 1 ust. 2 pkt 3) Umowy wraz z materiałami dowodowymi, w tym oryginałami ogłoszeń z dzienników i magazynów, zrzutami ekranów kampanii w Internecie z każdej strony, na której będzie prowadzona, w liczbie co najmniej 3 z różnych okresów trwania, tj. 1 września, 1 października, 31 października, a także potwierdzeniami wskaźników osiągniętych w kampanii przez instytuty badawcze i/lub media.
7. Zamawiający, w terminie 3 dni od przedstawienia sprawozdania końcowego, dokonuje jego odbioru, przy czym Kampania uznana za wykonaną zgodnie z Umową zostanie dopiero z chwilą stwierdzenia przez Zamawiającego prawidłowości jej wykonania w protokole odbioru usługi, o którym mowa w § 4 ust. 8 Umowy.
8. Zamawiający zaakceptuje lub zwróci z uwagami sprawozdanie, o którym mowa w § 1 ust. 2 pkt 3) Umowy w terminie, o którym mowa § 1 ust. 2 pkt 3). W przypadku zgłoszenia przez Zamawiającego uwag Wykonawca ma obowiązek ich uwzględnienia i dostarczenia Zamawiającemu poprawionego sprawozdania, w terminie 3 dni od dnia otrzymania uwag. Dopuszcza się dwukrotną procedurę zgłaszania uwag przez Zamawiającego i przesyłania poprawionych wersji przez Wykonawcę. Po jej wyczerpaniu ponowne przekazanie sprawozdania, zawierającego nieprawidłowości, będzie uznane za niewywiązanie się z postanowień niniejszej Umowy.
9. Z odbioru Przedmiotu Zamówienia, Zamawiający sporządzi protokół odbioru usługi, który powinien zawierać w szczególności:
  - 1) datę odbioru Przedmiotu Zamówienia,
  - 2) ocenę prawidłowości wykonania Kampanii oraz jej zgodności z postanowieniami Umowy,
  - 3) wskazanie wad lub ich braku w wykonanym Przedmiocie Zamówienia,
  - 4) w przypadku stwierdzenia wad oraz ich nienaprawienia na własny koszt we wskazanym terminie – zastosowanie znajdą zapisy określone w § 7 ust. 1 Umowy.
3. Protokół odbioru zostanie przez Zamawiającego przekazany Wykonawcy celem zapoznania się przez niego z jego treścią.
4. Podpisany przez Zamawiającego protokół odbioru stanowi podstawę do wystawienia faktury VAT.
5. Do realizacji Umowy przewiduje się następujące osoby:
  - a. Ze strony Zamawiającego: **Pan-Pani** .....,  
e-mail: .....
  - b. Ze strony Wykonawcy: **Pan-Pani** .....,  
e-mail: .....

## § 5

1. Zamawiający zobowiązuje się do zapłaty na rzecz Wykonawcy za prawidłowo wykonany Przedmiot Zamówienia, o którym mowa w § 1 Umowy, wynagrodzenie w kwocie **netto** ..... zł, co stanowi ..... zł **brutto** (słownie: ..... zł).
2. Zapłata za wykonanie Przedmiotu Zamówienia zostanie dokonana na podstawie potwierdzenia wykonania usługi, zgodnie z § 4 ust. 7 Umowy, w oparciu o poprawnie wystawioną fakturę VAT w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.
3. Za dzień zapłaty uznaje się datę obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
4. Numer Identyfikacji Podatkowej Zamawiającego: 851-26-80-829.
5. Kwota określona w § 5 ust. 1 Umowy stanowi pełne wynagrodzenie Wykonawcy z tytułu wykonania Przedmiotu Zamówienia oraz za przeniesienie przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego majątkowych praw autorskich na wszystkich polach eksploatacji, o których mowa w § 10 Umowy.

## § 6

- 1) Wykonawca wnosi zabezpieczenie należytego wykonania Umowy w wysokości 10% wynagrodzenia wskazanego w § 5 ust. 1 Umowy, tj. .... zł. Zabezpieczenie wnoszone jest w formie .....
- 2) Wniesione przez Wykonawcę zabezpieczenie jest przeznaczone na pokrycie roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy.
- 3) Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy zostanie zwrócone (zwolnione) w terminie 30 dni od dnia wykonania zamówienia i uznania przez Zamawiającego za należyte wykonane.
- 4) Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy wniesione w pieniądzu Zamawiający zwróci wraz z odsetkami wynikającymi z Umowy rachunku bankowego, na którym będzie ono przechowywane, pomniejszone o koszty prowadzenia tego rachunku oraz prowizji bankowej za przelew pieniędzy na rachunek bankowy Wykonawcy.

## § 7

1. Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umową w przypadku:
  - 1) opóźnienia Wykonawcy w wykonaniu poszczególnych części Zadania, stosunku do terminów, o których mowa w § 1 ust. 2 oraz w Harmonogramie kampanii), który stanowi załącznik nr 2 do niniejszej Umowy w - w wysokości 0,2% wynagrodzenia brutto wskazanego w § 5 ust. 1, za każdy dzień opóźnienia lub zwłoki;
  - 2) niezrealizowania któregośkolwiek z zagwarantowanych w ofercie przez Wykonawcę liczbowych wskaźników kampanii, będących kryteriami oceny przy wyborze Wykonawcy, czyli liczby wejść na podstronę, trwających dłużej niż 20 sekund, zasięgu 1% kampanii w dziennikach, liczby sprzedanych egzemplarzy magazynów biznesowych/ekonomicznych z reklamą Zamawiającego, zasięgu 3+ kampanii w radiu, liczby skutecznie wysłanych e-maili (przy zachowaniu dopuszczalnej tolerancji 5% wartości danego wskaźnika) - zgodnie z Tabelą parametrów kampanii, stanowiącej załącznik nr 2 do Umowy -

w wysokości 0,5% wynagrodzenia brutto wskazanego w § 5 ust. 1, za każdy niezrealizowany procent wartości danego wskaźnika; na przykład, gdy w ofercie Wykonawca zagwarantował zasięg kampanii w dziennikach równy 60%, a osiągnął 57%, kara nie jest naliczana (tolerancja wynosi 5% wartości wskaźnika, czyli w tym przypadku  $5\% \cdot 60 = 3\%$ ), jeśli natomiast osiągnął zasięg równy 55%, co oznacza, że wykonał swoje zobowiązanie w 92%, w związku z tym naliczana jest kara z tytułu niezrealizowania wskaźnika o 3% (tyle brakuje do dopuszczalnego 95% wykonania zobowiązania); w tej sytuacji kara umowna wynosi  $3 \cdot 0,5\% = 1,5\%$  wartości wynagrodzenia brutto wskazanego w § 5 ust. 1, wartości zaokrąglane są na każdym etapie obliczeń do drugiego miejsca po przecinku;

- 3) innego niż wskazany w punkcie 1 przypadku nienależytego wykonania Umowy przez Wykonawcę, czyli między innymi niezgodnego z ofertą – w wysokości 3% wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 5 ust. 1, za każdy stwierdzony przypadek nienależytego wykonania Umowy; jako nienależyte wykonanie Umowy rozumie się tu przede wszystkim wszelkie zmiany czasów i miejsc emisji w stosunku do media planu oraz zmiany składu osobowego w stosunku do wykazu osób, nie wynikające z siły wyższej, które nie były wcześniej uzgadniane z Zamawiającym.
  - 4) odstąpienia od Umowy, a także jej wypowiedzenia lub rozwiązania z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, w wysokości 20% wynagrodzenia brutto wskazanego w § 5 ust. 1.
2. Naliczona kara umowna może zostać przez Zamawiającego potrącona z przypadającego do zapłaty na rzecz Wykonawcy wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy, na co Wykonawca niniejszym wyraża nieodwołalną zgodę.
  3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych kar umownych na zasadach ogólnych w przypadku, gdy wielkość szkody przekracza kwotę zastrzeżonej kwoty umownej.
  4. Jeśli na rynku zaistnieją zmiany niemożliwe do przewidzenia na etapie tworzenia oferty lub media planów (np. w wyniku działania siły wyższej, likwidacja medium, niemożliwe do przewidzenia gwałtowne zmiany na rynku mediowym) Wykonawca nie będzie obciążony karą umowną, jednak jest zobowiązany do przedstawienia innego rozwiązania, które jeśli to będzie możliwe, pozwoli na osiągnięcie zaplanowanych wcześniej parametrów w zaplanowanych wcześniej terminach.

## § 8

Zamawiający może odstąpić od Umowy w przypadku:

- 1) zaprzestania prowadzenia działalności przez Wykonawcę lub wszczęcia wobec niego postępowania likwidacyjnego – w terminie 14 dni od dnia powzięcia przez Zamawiającego wiedzy o zaistnieniu jednej z tych okoliczności,
- 2) niewywiązywania się przez Wykonawcę z obowiązków, o których mowa w § 4, pomimo pisemnego upomnienia - w terminie 14 dni od daty doręczenia pisma Wykonawcy, w którym Zamawiający wskazuje naruszanie obowiązków, o których mowa w § 4,

- 3) powierzenia przez Wykonawcę bez zgody Zamawiającego innym podmiotom wykonania usługi w całości lub w części - w terminie 14 dni od dnia powzięcia przez Zamawiającego wiedzy o zaistnieniu tej okoliczności,
- 4) gdy bieżące kontrole wykażą, że nie ma możliwości wykonania Przedmiotu Umowy w sposób prawidłowy (zgodny z ofertą i niniejszą Umową) w terminie umówionym, a szacowane opóźnienie zakończenia chociażby jednego z działań, opisanych w harmonogramie kampanii, stanowiącym integralną część oferty, przekracza 30 dni w stosunku do terminów określonych w harmonogramie kampanii.

## § 9

1. Wykonawca powierza wykonanie usługi:
  - 1) **Panu/Pani** ..... – Kierownik projektu,
  - 2) **Panu/Pani** ..... – Media planner,
  - 3) **Panu/Pani** ..... – Art. director
  - 4) **Panu/Pani** ..... – Grafik,zgodnie z Załącznikiem nr 2 niniejszej Umowy.
2. Skład osobowy, zgodny z Ofertą cenową stanowiącą załącznik nr 2 do Umowy, nie może zostać zmieniony w trakcie realizacji Umowy bez wcześniejszego przedstawienia Zamawiającemu przez Wykonawcę pisemnej informacji o proponowanej zmianie wraz z wyjaśnieniem, a następnie pisemnej zgody Zamawiającego.
3. W przypadku naruszenia postanowień ust. 2, Zamawiający może odstąpić od Umowy ze skutkiem natychmiastowym, z zachowaniem prawa do kary umownej określonej w § 7 ust. 1 pkt 3) Umowy.

## § 10

1. W przypadku, jeżeli w wyniku wykonania przez Wykonawcę Umowy powstanie jakiegokolwiek utworu (utwory) w tym spoty reklamowe, w rozumieniu przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, z chwilą zapłaty wynagrodzenia za wykonanie Przedmiotu Zamówienia, Wykonawca przenosi na Zamawiającego, na zasadzie wyłączności, autorskie prawa majątkowe do każdego utworu powstałego w ramach realizacji Umowy, na następujących polach eksploatacji:
  - 1) trwałego lub czasowego utrwalania i zwielokrotniania utworu w całości lub w części jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie, niezależnie od formatu, systemu lub standardu, w tym techniką drukarską, techniką zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową lub poprzez wprowadzanie do pamięci komputera oraz trwałe lub czasowe utrwalanie lub zwielokrotnianie takich zapisów, włączając w to sporządzanie ich kopii oraz dowolne korzystanie i rozporządzanie tymi kopiami;
  - 2) wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu oryginału albo egzemplarzy;
  - 3) tworzenia nowych wersji i adaptacji (tłumaczenie, przystosowanie, zmianę układu lub jakiegokolwiek inne zmiany);



- 4) publicznego rozpowszechniania, w szczególności wyświetlania, publicznego odtwarzania, nadawania i reemitowania w dowolnym systemie lub standardzie, a także publicznego udostępniania utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w szczególności elektronicznego udostępniania na żądanie;
  - 5) upowszechniania utworu – rozpowszechnianie utworu, w szczególności wśród grup docelowych i decydentów poprzez wyświetlanie, publiczne odtwarzanie, nadawanie i reemitowanie w dowolnym systemie lub standardzie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w szczególności elektroniczne udostępnianie na żądanie;
  - 6) rozpowszechniania w sieci Internet i w sieciach zamkniętych;
  - 7) nadawania za pomocą fonii lub wizji, w sposób bezprzewodowy (drogą naziemną i satelitarną) lub w sposób przewodowy, w dowolnym systemie i standardzie, w tym także poprzez sieci kablowe i platformy cyfrowe;
  - 8) prawa do określania nazw utworu, pod którymi będzie on wykorzystywany lub rozpowszechniany, w tym nazw handlowych, włączając w to prawo do zarejestrowania na swoją rzecz znaków towarowych, którymi oznaczony będzie utwór lub znaków towarowych w nim wykorzystywanych;
  - 9) prawa do wykorzystywania utworu do celów marketingowych lub promocji, w tym reklamy, sponsoringu, promocji sprzedaży, a także do oznaczania lub identyfikacji produktów i usług oraz innych przejawów działalności, a także przedmiotów jego własności, jak również dla celów edukacyjnych lub szkoleniowych;
  - 10) zezwolenia na tworzenie opracowań, przeróbek, adaptacji utworów oraz rozporządzania i korzystania z takich opracowań na wszystkich polach eksploatacji określonych w niniejszej Umowie.
2. Przeniesienie autorskich praw majątkowych nastąpi w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 ust. 1 Umowy

## § 11

1. Zamawiający przewiduje możliwość zmian istotnych postanowień zawartej Umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy, w przypadku wystąpienia, co najmniej jednej z okoliczności wymienionych poniżej, z uwzględnieniem podawanych warunków ich wprowadzenia:
  - 1) Zmiany będące następstwem okoliczności leżących po stronie Zamawiającego:
    - a) Zmiana terminu realizacji Przedmiotu Umowy spowodowana:
      - przedłużającymi się czynnościami prowadzącymi do wyboru najkorzystniejszej oferty w przedmiotowym postępowaniu,
    - b) Zmiana harmonogramu realizacji przedmiotu zamówienia (Załącznik nr 2 do Umowy) spowodowana:
      - zmianą terminu realizacji Przedmiotu Umowy,
      - zmianą w media planach.

2) Zmiana będąca następstwem okoliczności leżących po stronie Wykonawcy

- a) Zmiana terminu realizacji Przedmiotu Umowy spowodowana:
    - czynnikami niezależnymi od Wykonawcy.
  - b) Zmiana harmonogramu realizacji przedmiotu zamówienia (Załącznik nr 2 do Umowy) spowodowana:
    - zmianą w media planach niezależnych od Wykonawcy.
  - c) Zmiana osób realizujących przedmiot zamówienia w szczególności:
    - spowodowana czynnikami niezależnymi od Wykonawcy.
5. W przypadku wystąpienia okoliczności wymienionych w § 11 ust. 1 pkt 1 i 2 litera a i b Umowy, może ulec zmianie o czas nie dłuższy jednak niż okres trwania zaistniałych okoliczności powodujących konieczność dokonania zmiany oraz z przyczyn:
- wynikających z istotnych zmian na rynku mediowym, nie dających się przewidzieć w momencie tworzenia harmonogramu, np. likwidacja nośnika wykorzystanego w kampanii czy nieoczekiwany gwałtowny spadek audytorium nośnika wykorzystanego w kampanii, niezgodny z wcześniejszym trendem wielkości audytorium tego nośnika,
  - działania siły wyższej, uniemożliwiająca emisje w zaplanowanych w harmonogramie terminach (np. żałoba narodowa),
  - niewyemitowanie lub nieprawidłowe wyemitowanie reklamy z winy leżącej po stronie właściciela nośnika.
6. W przypadku wystąpienia okoliczności wymienionych w § 11 ust. 1 pkt 1 i 2 litera c Umowy, gdy jedna z osób wskazanych w ofercie nie będzie mogła zrealizować przedmiotowej usługi, Wykonawca będzie musiał przedłożyć stosowne zaświadczenie oraz propozycję innej/innych osób, które spełniać będą takie same wymagania. Wraz z propozycją Wykonawca będzie musiał złożyć wszelkie niezbędne dokumenty wskazane w SIWZ.
7. Wszystkie powyższe postanowienia, o których mowa w § 11 ust. 1 Umowy, stanowią katalog zmian, na które Zamawiający może wyrazić zgodę. Nie stanowią jednocześnie zobowiązania do wyrażenia takiej zgody.

**§ 12**

1. Wykonawca zapewni Zamawiającemu oraz innym uprawnionym podmiotom, pełny wgląd we wszystkie dokumenty związane bezpośrednio lub pośrednio z realizacją przedmiotu zamówienia.
2. Wykonawca zobowiązuje się poddać kontrolom dokonywanym przez Zamawiającego oraz inne uprawnione podmioty w zakresie prawidłowości realizacji Umowy.

**§ 13**

1. Strony zobowiązują się do wzajemnego powiadamiania o każdej zmianie adresu. W razie zaniedbania tego obowiązku pismo wysłane pod dotychczasowy adres uważa się za skutecznie doręczone.

#### § 14

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą Umową będą miały zastosowanie przepisy ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 ze zm.) oraz Kodeksu Cywilnego.
2. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Niniejsza Umowa została sporządzona w 2 jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze Stron.

#### § 15

1. Ewentualne spory, które mogą wynikać na tle wykonywania postanowień Umowy Strony podejmą się rozstrzygnąć polubownie.
2. W razie braku możliwości polubownego rozwiązania sporów, będą one rozstrzygane przez Sąd właściwy miejscowo dla siedziby Zamawiającego.

#### Załączniki:

1. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia
2. Oferta cenowa wykonawcy wraz z załącznikami, w tym m.in.: Wykaz osób, Tabela parametrów kampanii, Harmonogram kampanii.
3. Media plany (załącznik nr 1 do SIWZ)
4. Sprawozdanie z realizacji kampanii (załącznik nr 2 do SIWZ)

.....  
Zamawiający

.....  
Wykonawca

  
RADCA PRAWNY  
Wojewódzkiego Urzędu Pracy

*Błażej Wasilowski*



WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Załącznik nr 1 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

### Media plany kampanii

Dzienniki			% grupy docelowej (BPC)	
	Zasięg 1+ reklamy w dziennikach			
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)			

Tytuł	Data emisji	Dzień tygodnia	Nr strony	Format
Tytuł A				
Tytuł B				
Tytuł C				

Magazyny biznesowe/ekonomiczne			Egz. (ZKDP lub inf. od wydawców)	
	Suma sprzedanych egz. z reklamą			
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)			

Tytuł	Data emisji	Dzień tygodnia	Nr strony	Format
Tytuł A				
Tytuł B				
Tytuł C				

m







Internet		Wejść (Google Analytics)
	Suma wejść w zakładkę na portalu www.wup.pl/rpo, nie krótszych niż 20"	
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)	

Portal	Forma reklamy	Format	Okres emisji	Liczba wyświetleń

#### E-mailing

	Liczba adresów
Liczba dostarczonych maili w pierwszym mailingu	
Liczba dostarczonych maili w drugim mailingu	

....., dn. ....

.....  
(podpis(y) osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

WUP.XVA.322.39.MKar.2017

Załącznik nr 2 do SIWZ

.....  
(pieczęć Wykonawcy)

### Sprawozdanie z realizacji kampanii

W tabeli należy wpisać faktycznie wyemitowane reklamy oraz ich parametry.

Dzienniki	% grupy docelowej (BPC)	
	Zasięg 1+ reklamy w dziennikach	
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)	

Tytuł	Data emisji	Dzień tygodnia	Nr strony	Format
Tytuł A				
Tytuł B				
Tytuł C				

Magazyny biznesowe/ekonomiczne	Egz. (ZKDP lub inf. od wydawców)	
	Suma sprzedanych egz. z reklamą	
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)	

Tytuł	Data emisji	Dzień tygodnia	Nr strony	Format
Tytuł A				
Tytuł B				
Tytuł C				





Internet	Wejść (Google Analytics)	
	Suma wejść w zakładkę na portalu <a href="http://www.wup.pl/rpo">www.wup.pl/rpo</a> , nie krótszych niż 20"	
	Łączny koszt brutto emisji w ramach kampanii (PLN)	

Portal	Forma reklamy	Format	Okres emisji	Liczba wyświetleń

#### E-mailing

Liczba adresów	
Liczba dostarczonych e-maili w pierwszym mailingu	
Liczba dostarczonych e-maili w drugim mailingu	

#### Folder

Liczba folderów	
Liczba wydrukowanych i dostarczonych folderów do siedziby WUP	

....., dn. ....

.....  
(podpis(y) osób uprawnionych  
do reprezentowania Wykonawcy)

B  
M