

**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

IN.271.3.1.2019

Leszno, 04.04.2019 r.

Zapytanie ofertowe dla zamówienia publicznego  
o wartości nieprzekraczającej równowartości kwoty 30 000 euro

Do wszystkich zainteresowanych

Zamawiający – Miasto Leszno, prowadzący postępowanie – Urząd Miasta Leszno Wydział Inwestycji, w związku z prowadzonym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego o wartości nieprzekraczającej równowartości kwoty 30.000 euro, zwraca się z prośbą o przedstawienie oferty cenowej na wykonanie usługi pn.:

**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

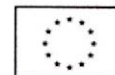
Kampania jest elementem projektu pn.: „Promowanie czystego transportu miejskiego poprzez zakup autobusów wraz z budową, przebudową i modernizacją infrastruktury na pętlach autobusowych w Lesznie”, dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020, Oś priorytetowa 3: Energia, Działanie 3.3. Wspieranie strategii niskoemisyjnych w tym mobilność miejska, Poddziałanie 3.3.1. Inwestycje w obszarze transportu miejskiego.

**I. Opis przedmiotu zamówienia:**

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej, a tym samym skłonienie mieszkańców do zrównoważonych zachowań związanych z przemieszczaniem się i prowadzących do zwiększenia liczby osób wybierających transport zbiorowy oraz niezmotoryzowany (rowery lub ruch pieszy) zamiast samochodów jako podstawowy środek przemieszczania się.

Efektem niniejszego działania (w połączeniu z podejmowanymi obecnie m.in. przez Miasto Leszno przedsięwzięciami inwestycyjnymi) ma być zmniejszenie na terenie Miasta Leszno emisji CO<sub>2</sub> i innych zanieczyszczeń uciążliwych dla środowiska i mieszkańców.

1. Przedmiot zamówienia opisany jest następującymi kodami CPV ze Wspólnego Słownika Zamówień:  
Przedmiot główny: 79342200-5 Usługi w zakresie promocji.  
Przedmioty dodatkowe: 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych.
2. Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii promocyjnej dotyczącej transportu publicznego, rowerowego i pieszego. Kampania jest jednym z zadań projektu Miasta Leszno pn. „Promowanie czystego transportu miejskiego poprzez zakup autobusów wraz z budową, przebudową i modernizacją infrastruktury na pętlach autobusowych w Lesznie”, dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.
3. Głównym celem kampanii jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej, a tym samym skłonienie mieszkańców Leszno do zrównoważonych zachowań związanych z przemieszczaniem się i prowadzących do tego, że transport zbiorowy oraz

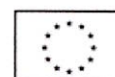


**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

niezmotoryzowany (taki jak rowery, ruch pieszy) będzie wybierany częściej niż samochód, jako podstawowy środek przemieszczania się w obrębie Miasta. Celem podejmowanych działań zatem będzie:

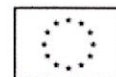
- 1) zachęcenie leszczynian do korzystania z transportu zbiorowego oraz niezmotoryzowanego poprzez wydarzenia o charakterze promocyjnym i informacyjnym realizowane w przestrzeni publicznej,
- 2) budowanie wizerunku Leszna jako miasta przyjaznego dla komunikacji zbiorowej oraz niezmotoryzowanej, w którym funkcjonuje zrównoważony model transportu publicznego,
- 3) zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat udziału komunikacji zbiorowej i niezmotoryzowanej w całości systemu komunikacji w Lesznie oraz wpływu zachowań transportowych mieszkańców na środowisko miejskie, w którym żyją.
4. Działania promocyjne i informacyjne powinny być skierowane do mieszkańców Miasta Leszna, użytkowników infrastruktury transportowej w Lesznie, w tym turystów i przedsiębiorców.
5. Wykonawca, w ramach składanej oferty na wykonanie przedmiotu zamówienia, zobowiązany jest opracować Ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii (wg wzoru stanowiącego załącznik nr 4 do zapytania ofertowego) i przedłożyć go Zamawiającemu wraz z ofertą.
6. Szczegółowe warunki realizacji zamówienia określa projekt umowy stanowiący załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.
7. Wykonawca ma obowiązek ściśle współpracować z Wydziałami Urzędu Miasta Leszna, w tym m.in. Biurem Prasowym oraz Wydziałem Promocji i Rozwoju. Ponadto wszystkie materiały stanowiące przedmiot zamówienia muszą być zgodne z zasadami promowania projektów współfinansowanych ze środków UE w okresie programowania 2014-2020 oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej Leszna.
8. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani wariantowych.
9. Zakres działań informacyjno-promocyjnych:
  - 1) Opracowanie hasła promocyjnego kampanii:
    - a) Hasło będzie wykorzystywane spójnie we wszystkich typach działań promocyjno-informacyjnych.
    - b) Hasło powinno być krótkie i mieć charakter sloganu reklamowego.
    - c) Wykonawca w załączanym do oferty ramowym scenariuszu kampanii przedstawia Zamawiającemu propozycję 3 haseł reklamowych. Procedura wyboru lub ewentualnej modyfikacji/zmiany hasła odbywać się będzie w terminie do 14 dni od dnia podpisania umowy.
    - d) W strukturze słownej hasła musi znaleźć się nazwa „Leszno”. Dopuszcza się też odmianę „Leszno” przez przypadki (np. „w Lesznie”, „z Leszmem” itp.).
    - e) Wykonawca nie wycenia wykonania hasła jako osobnej pozycji, a wynagrodzenie za wykonanie i przeniesienie praw autorskich do hasła ujęte jest w całości wynagrodzenia wykonawcy.
  - 2) Produkcja oraz emisja internetowych (video) spotów reklamowych skierowanych do mieszkańców Leszna, w tym przede wszystkim do osób korzystających z samochodów osobowych:
    - a) Spoty internetowe:
      - długość spotu – w przedziale od 20 do 30 sekund;





**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

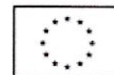
- publikacja w mediach społecznościowych (Facebook), które zostaną utworzone w ramach niniejszej kampanii oraz na stronach internetowych (w szczególności strony internetowe Zamawiającego) itp.
  - Scenariusz każdego spotu opracowuje Wykonawca i przedstawia go wraz z ofertą w ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii,
  - autorskie prawa majątkowe do wyprodukowanego spotu oraz wszelkie licencje do dalszego wykorzystania Wykonawca w ramach wynagrodzenia przenosi na Zamawiającego.
- b) Gotowe spoty przed emisją wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego.
- c) Łączna ilość spotów: 6.
- d) W ramach kampanii promocyjnej Wykonawca utworzy profil na portalu społecznościowym Facebook, na którym zobowiązuje się do:
- publikacji minimum 1 postu dziennie w czasie trwania kampanii (pomiędzy godziną 8:00, a godziną 16:00), reakcja na zachowania, komentarze internautów, animacja internautów,
  - budowanie zasięgu strony w czasie trwania kampanii,
  - nazwa strony powinna być spójna z hasłem reklamowym kampanii, o którym mowa w punkcie 1,
  - Wykonawca przekaze Zamawiającemu uprawnienia Administratora do profilu na Facebooku.
  - Wykonawca zobligowany jest do stworzenia profilu w mediach społecznościowych (Facebook) w terminie 3 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy i administrować do końca trwania umowy tj. 15 lipca 2019 r. Po tym terminie Wykonawca przekazuje profil Zamawiającemu.
- 3) Opracowanie treści i publikacja artykułów sponsorowanych w prasie lokalnej
- a) Treść artykułów skierowana ma być do mieszkańców Miasta Leszna, promująca transport zbiorowy oraz niezmotoryzowany jako efektywniejszy i proekologiczny.
  - b) Cel publikacji – modyfikacja poglądów, postaw i zachowań komunikacyjnych (transportowych) mieszkańców na proekologiczne, informowanie o wpływie sposobu podróżowania na stan środowiska i zdrowia.
  - c) Czas publikacji – ustalony wraz z Zamawiającym.
  - d) Ilość artykułów – 2 szt.
  - e) Długość artykułów – jednostronicowe (całość strony w danej gazecie).
  - f) Miejsce publikacji – płatne i bezpłatne, lokalne gazety, tygodniki informacyjno-publicystyczne o zasięgu dystrybucji min. na terenie Miasta Leszna, nakład od 3 000 egzemplarzy.
  - g) Projekty artykułów przygotowuje Wykonawca w uzgodnieniu z Zamawiającym. Treść każdego z artykułów musi się różnić, przy założeniu, że realizują one cele, o których mowa w lit. b). Zamawiający w terminie do 5 dni roboczych od dnia przekazania wniesie uwagi do proponowanych treści artykułów lub je zaakceptuje. W przypadku wniesienia uwag Wykonawca jest zobowiązany je uwzględnić w terminie do 2 dni roboczych. Zamawiający dopuszcza komunikację drogą mailową.
  - h) Wykonawca wstępny zarys artykułów sponsorowanych, które będą zamieszczone w prasie przedstawia w dostarczonym wraz z ofertą ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii.
  - i) Wykonawca zapewnia publikację artykułów oraz ich dostosowanie do wymogów technicznych związanych z publikacją.



**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

- j) Wszystkie koszty związane z przygotowaniem artykułów oraz ich publikacją ponosi Wykonawca.
- 4) Organizacja spotkania dla dzieci i młodzieży pn. „Akademia bezpiecznego eko-ruchu”
- a) Celem spotkania jest krzewienie edukacji komunikacyjnej w zakresie zrównoważonej mobilności wpływającej na zmianę postaw i preferencji komunikacyjnych (transportowych).
  - b) Grupę wiekową ustala Wykonawca (z zastrzeżeniem, że musi to być młodzież szkolna) i opisuje ją w ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii.
  - c) Spotkanie dla dzieci i młodzieży (120 osób).
  - d) Zamawiający wymaga, by spotkanie trwało minimum 5 godzin.
  - e) Podczas spotkania realizowane muszą być gry i zabawy oraz pogadanki tematyczne dostosowane do uczniów szkół podstawowych.
  - f) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje scenariusza i harmonogramu spotkania w dostarczonym wraz z ofertą ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii.
  - g) Wykonawca zobowiązany jest do rekrutacji uczestników spotkania poprzez działania informacyjno-promocyjne. Powyższe działania należy opisać w ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii.
  - h) Spotkanie powinno być zorganizowane na terenach sportowo-rekreacyjnych będących własnością lub zarządzanych przez Miasto Leszno. Miejsce, w którym zorganizowane zostanie spotkanie musi być uzgodnione z Zamawiającym.
  - i) Organizacja spotkania na wolnym powietrzu winna uwzględniać zmienność warunków pogodowych.
  - j) Wykonawca jest zobowiązany do uporządkowania terenu, na którym będzie się odbywać spotkanie w celu przywrócenia go do stanu pierwotnego po zakończeniu wydarzenia.
  - k) Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia bezpieczeństwa uczestnikom spotkania zgodnie z wymogami obowiązującego prawa. Dotyczy to także uzyskania wszelkich niezbędnych zgód, pozwoleń, decyzji, uzgodnień, zgłoszeń itp., które są wymagane do realizacji takich imprez.
  - l) Organizatorem spotkania będzie Wykonawca.
  - m) Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z realizacją spotkania dla dzieci i młodzieży.
  - n) Wykonawca zobowiązany jest do posiadania ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej, obejmującej odpowiedzialność Wykonawcy za ewentualne szkody (w tym szkody na osobie) związane z realizacją spotkania na kwotę nie mniejszą niż 50.000,00 zł.
- 5) Opracowanie, druk i rozwieszenie materiałów informacyjno-promocyjnych:
- a) Plakaty (1 komplet):
    - format i ilość: 20 sztuk o wymiarach 297x210 mm; 50 sztuk B1 i 50 sztuk A2,
    - CMYK,
    - papier kredowy,
    - treść plakatów musi zawierać przynajmniej takie informacje jak: hasło promocyjne kampanii, datę organizacji spotkania, link do strony na portalu Facebook, logotypy Zamawiającego oraz logotypy UE,
    - sposób prezentacji treści – przewaga form graficznych nad tekstem.
  - b) Ulotki:
    - format: DL druk dwustronny,





**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

- CMYK,
  - papier 130 g,
  - ilość 1000 sztuk,
  - treść ulotek musi nawiązywać tematycznie do treści artykułów sponsorowanych (opisanych w pkt. 4) i plakatów (powyższa lit a)) oraz zawierać przynajmniej takie informacje jak: hasło promocyjne kampanii, datę organizacji spotkania, link do strony na portalu Facebook, logotypy Zamawiającego oraz logotypy UE,
  - sposób prezentacji treści – przewaga form graficznych nad tekstem.
- c) Treść wszystkich druków (plakaty, ulotki) musi być spójna i komplementarna względem siebie. Wszystkie formy wydawnicze muszą zawierać hasło promocyjne kampanii, link do strony na portalu Facebook, logotypy Zamawiającego oraz logotypy UE.
- d) Wszystkie druki (plakaty, ulotki) muszą być zaprojektowane pomysłowo, przejrzyste, czytelnie, estetycznie, ze zwróceniem szczególnej uwagi na odpowiednie proporcje tekstu względem grafiki, tj. tam gdzie jest to możliwe grafika musi przeważać nad tekstem (np. zastosowanie infografik).
- e) Wybrany Wykonawca w terminie do 14 dni kalendarzowych przedstawi Zamawiającemu projekty graficzne każdego z wydawnictw, o których mowa powyżej. Zamawiający w ciągu 5 dni roboczych od dnia przekazania zaakceptuje projekty lub zgłosi do nich swoje uwagi, które Wykonawca będzie zobowiązanych uwzględnić w terminie do 2 dni roboczych.
- f) Wykonawca zobowiązany jest do bezpłatnej dystrybucji części ulotek, o których mowa powyżej, podczas trwania spotkania. Plakaty A2 i B1 Wykonawca jest zobowiązany rozpowszechnić we własnym zakresie.

**II. Termin realizacji zamówienia:**

Od dnia podpisania umowy do 15 lipca 2019 roku.

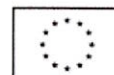
**III. Warunki płatności:**

1. Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu umowy Zamawiający zapłaci Wykonawcy przelewem w terminie do 30 dni kalendarzowych od daty otrzymania poprawnie wystawionej faktury z konta Zamawiającego na rachunek bankowy Wykonawcy.
2. Wykonawca będzie mógł wystawić fakturę po dokonaniu odbioru przedmiotu zamówienia oraz po zakończeniu terminowej i należytej realizacji Umowy.
3. Szczegółowe zapisy dotyczące warunków płatności uregulowane są w § 4 i 5 wzoru umowy stanowiącym Załącznik nr 5 do przedmiotowego zapytania ofertowego.

**IV. Kryteria oceny ofert, ich waga i sposób oceny:**

1. Zamawiający dokona wyboru oferty na podstawie poniższych kryteriów. Oferta, która otrzyma największą łączną liczbę punktów, zostanie uznana za najkorzystniejszą (o ile nie będzie podlegała odrzuceniu). Pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów.
2. Określenie skali ocen dla poszczególnych kryteriów:

|                          |                 |
|--------------------------|-----------------|
| Kryterium I – cena       | 80 pkt.         |
| Kryterium II – koncepcja | 20 pkt.         |
| <b>Ogółem</b>            | <b>100 pkt.</b> |



**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

1) Kryterium I - Cena

Najniższa cena ofertowa brutto otrzyma 80 pkt.

Punkty w kryterium ceny zostaną przyznane według następującego wzoru:

$$\text{Pkt}_c = \text{Cn}/\text{Cb} \times 80 \text{ [pkt]}$$

$\text{Pkt}_c$  – oznacza punkty w kryterium „Najniższa cena ofertowa brutto”,

$\text{Cn}$  – oznacza najniższą oferowaną cenę brutto spośród ofert niepodlegających odrzuceniu,

$\text{Cb}$  – oznacza cenę ofertową brutto badanej oferty.

Otrzymane liczby będą wyliczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, według zasady matematycznej.

2) Kryterium II - Koncepcja realizacji przedmiotu Zamówienia

W niniejszym kryterium Wykonawca może otrzymać maksymalnie 20 punktów.

W ramach tego kryterium będą przyznawane przez oceniających punkty w postaci liczb całkowitych.

Ocenie podlegać będzie: atrakcyjność zaproponowanego sposobu realizacji zakresu tematycznego i rzeczowego poszczególnych zadań. Ocena dokonywana będzie na podstawie informacji zawartych w przedstawianym wraz z ofertą Ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii przygotowanym wg wzoru stanowiącego załącznik nr 4 do zapytania ofertowego.

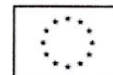
Zasady punktacji dla kryterium „Koncepcja realizacji przedmiotu Zamówienia” wraz z wyodrębnionymi w nim elementami podlegającymi ocenie:

- a) ocena dopasowania hasła do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 4 pkt.,
- b) atrakcyjność scenariusza spotu internetowego – dopasowanie do tematu i celów kampanii, specyfiki Zamawiającego, jakość i czas nagrania itp. – od 0 do 6 pkt., w tym:
  - 0-3 pkt – jakość nagrania – HD 1 pkt, FullHD 2 pkt, 4K 3 pkt.
  - 0-2 pkt – długość nagrania – 20-25 sek. 1 pkt, 26-30 sek. 2 pkt.
  - 0-1 pkt – dopasowanie do tematu i celów kampanii,
- c) atrakcyjność scenariusza spotkania dla dzieci i młodzieży: nawiązanie tematu spotkania do celów kampanii, miejsca przeprowadzenia spotkania, sposób rekrutacji uczestników, atrakcje w czasie spotkania (np. animator, gry i zabawy ruchowe, konkursy, inne dodatkowe atrakcje), sposób uwzględniania w organizacji spotkań na wolnym powietrzu zmienności warunków pogodowych - od 0 do 10 pkt.
  - obecność animatora – 1 osoba – 1 pkt, 2 osoby – 2 pkt.
  - ilość gier i zabaw ruchowych – poniżej 4 – 0 pkt, 4-6 – 4 pkt., powyżej 6 – 7 pkt.
  - nawiązanie tematu spotkania do celów kampanii – 0-1 pkt.

3. Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania zamówienia zgodnie z koncepcją realizacji przedmiotu zamówienia złożonej wraz z ofertą.

4. Oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łącznie liczbą punktów w przyjętych kryteriach oceny ofert.





**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

---

**Łączna liczba punktów = kryterium I + kryterium II**

5. Oferty, które nie będą podlegały odrzuceniu zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów w przyjętych kryteriach oceny ofert, a oferta która otrzyma największą, łączną liczbę punktów zostanie uznana za najkorzystniejszą. Pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów.
6. Jeżeli dwie oferty lub więcej uzyskają taką samą łączną liczbę punktów i będzie to najwyższa liczba punktów spośród złożonych ofert, Zamawiający spośród tych ofert za najkorzystniejszą uzna ofertę z najniższą ceną.

W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

**V. Warunki udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia**

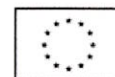
1. Wykonawca ubiegający się o udzielenie zamówienia musi spełniać warunki określone w art. 22 ust. 1 ustawy - Prawo zamówień publicznych. Ocena spełnienia warunku zostanie dokonana na podstawie oświadczenia (Załącznik nr 2 do niniejszego zapytania).
2. Ponadto Wykonawca nie może podlegać wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy - Prawo zamówień publicznych i na tą okoliczność zobowiązany jest przedłożyć następujące oświadczenia i dokumenty:
  - a) oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia z postępowania (*Załącznik nr 3 do niniejszego zapytania*),
  - b) aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

**VI. Opis sposobu przygotowania oferty:**

1. Oferta powinna być złożona w zamkniętym opakowaniu (kopercie) zabezpieczonym przed otwarciem, bez uszkodzenia, w sposób gwarantujący zachowanie jej poufności do czasu jej otwarcia. Na kopercie (opakowaniu) należy umieścić adres Zamawiającego, nazwę i adres Wykonawcy oraz napis:

**„Zapytanie ofertowe – znak sprawy IN.271.3.1.2019  
Oferta na Realizację kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie  
świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej  
Nie otwierać przed dniem 19.04.2019 r., godz. 9:15**

2. Oferta powinna być napisana w języku polskim, trwałą i czytelną techniką na formularzu ofertowym wg wzoru stanowiącego Załącznik Nr 1 do niniejszego zapytania.
3. Oferta powinna być podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy wobec podmiotów trzecich i zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty, zgodnie z formą reprezentacji Wykonawcy określoną w rejestrze lub w innym dokumencie, właściwym dla



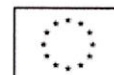
**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

- danej formy organizacyjnej Wykonawcy albo przez upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy.
4. Wszelkie poprawki lub zmiany w tekście oferty, a w szczególności każde przerobienie, przekreślenie, uzupełnienie, nadpisanie, przesłonięcie korektorem, itp. muszą być parafowane własnoręcznie przez osoby podpisujące ofertę.
  5. Wykonawcy poniosą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
  6. Dokumenty sporządzone przez Wykonawcę powinny być podpisane przez osoby uprawnione do zaciągania zobowiązań w jego imieniu.
  7. Zaleca się, aby wszystkie kartki oferty były ponumerowane, parafowane i spięte w sposób uniemożliwiający wypadnięcie jakiegokolwiek z dokumentów oferty.
  8. Podpisy Wykonawcy na ofercie, oświadczeniach i dokumentach muszą być złożone w sposób pozwalający zidentyfikować osobę podpisującą. Zaleca się opatrzenie podpisu pieczętką z imieniem i nazwiskiem osoby podpisującej.
  9. Oferta oraz pozostałe oświadczenia i dokumenty, dla których Zamawiający określił wzory w formie załączników do niniejszego zapytania ofertowego, winny być sporządzone zgodnie z tymi wzorami co do treści oraz opisu kolumn i wierszy.
  10. W przypadku nieprawidłowego opisanego, zaadresowania lub zamknięcia opakowania oferty, Zamawiający nie bierze odpowiedzialności za złe skierowanie oferty (przesyłki) i jej przedterminowe otwarcie. Oferta taka nie weźmie udziału w postępowaniu.
  11. W przypadku, gdyby oferta zawierała informacje, stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Wykonawca winien w sposób nie budzący wątpliwości, nie później niż w terminie składania ofert zastrzec, które informacje nie mogą być udostępniane oraz wykazać, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Informacje te winny być umieszczone w osobnym, wewnętrznym opakowaniu, trwale ze sobą połączone i ponumerowane. Nie mogą stanowić tajemnicy przedsiębiorstwa informacje podawane do wiadomości podczas otwarcia ofert tj. informacje dotyczące nazwy przedsiębiorstwa, ceny, terminu wykonania zamówienia, gwarancji, warunków płatności – zawartych w ofercie.
  12. Każdy Wykonawca przedłoży tylko jedną ofertę, sam lub jako partner w konsorcjum. Wykonawca, który przedkłada lub partycypuje w więcej niż jednej ofercie spowoduje, że wszystkie oferty z udziałem tego Wykonawcy zostaną odrzucone.
  13. Nie podlega ocenie oferta złożona po terminie składania ofert.

**IX. Wykaz dokumentów, oświadczeń jakie powinien złożyć Wykonawca:**

1. Oferta musi zawierać następujące oświadczenia Wykonawcy i dokumenty:
  - a. wypełniony formularz ofertowy (Załącznik Nr 1 do zapytania ofertowego),
  - b. wypełniony formularz „Oświadczenie Wykonawcy dotyczące spełnianiu warunków udziału w postępowaniu” (Załącznik Nr 2 do zapytania ofertowego),
  - c. wypełniony formularz „Oświadczenie Wykonawcy dotyczące braku podstaw do wykluczenia” (Załącznik Nr 3 do zapytania ofertowego),
  - d. wypełniony ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii (Załącznik nr 4 do zapytania ofertowego).
2. Oświadczenia należy złożyć w oryginale, pozostałe dokumenty mogą być przedstawione w formie oryginałów lub kopii poświadczonych „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy.
3. Jeśli umocowanie osoby podpisującej ofertę nie wynika z dokumentów określonych powyżej, Wykonawca obowiązany jest załączyć pełnomocnictwo dla tej osoby. Pełnomocnictwo musi być załączone w oryginale lub kopii poświadczonych notarialnie. Dla pełnomocnictwa tego, zgodnie





**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

z art. 1 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 16 listopada 2006 r. o opłacie skarbowej (Dz. U. z 2016 r., poz. 1827 ze zm.) nie jest wymagane uiszczenie opłaty.

**X. Miejsce i termin złożenia ofert (adres, dzień i godzina):**

Ofertę cenową na wykonanie przedmiotowego zamówienia należy złożyć na piśmie w nieprzekraczalnym terminie **do dnia 19.04.2019 r. do godziny 9:00** w siedzibie Zamawiającego tj.: **Urząd Miasta Leszna, ul. Kazimierza Karasia 15, 64-100 Leszno WYŁĄCZNIE** w Biurze Obsługi, mieszczącym się na parterze budynku.

**XI. Miejsce i termin publicznego otwarcia ofert (adres, dzień i godzina)**

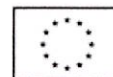
Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego tj. Urząd Miasta Leszna Wydział Inwestycji, ul. Ks. J. Poniatowskiego 11, 64-100 Leszno w dniu **19.04.2019 r., o godz. 9:15**

**XII. Opis sposobu obliczenia ceny.**

1. Wykonawca określi cenę oferty brutto, która stanowić będzie wynagrodzenie ryczałtowe (zgodnie z art. 632 Kodeksu Cywilnego) za realizację całego przedmiotu zamówienia.
2. Cenę oferty należy podać w złotych polskich (PLN) cyfrowo i słownie z dokładnością nie większą niż dwa miejsca po przecinku.
3. Rozliczenia finansowe pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będą prowadzone w złotych polskich.
4. Cena podana przez Wykonawcę w formularzu ofertowym będzie obowiązywała przez cały okres trwania umowy i nie będzie podlegała waloryzacji.
5. Zamawiający poprawi w ofercie:
  - a) oczywiste omyłki pisarskie,
  - b) oczywiste omyłki rachunkowe z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych,
  - c) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z zapytaniem ofertowym nie powodujące istotnych zmian w treści oferty, niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta zostanie poprawiona.

**XIII. Inne informacje:**

1. Wszelkich wyjaśnień dotyczących treści niniejszego zapytania ofertowego udziela Pan Kamil Łukanus, z którym można kontaktować się mailowo: [klukanus@leszno.pl](mailto:klukanus@leszno.pl)
2. Z wybranym Wykonawcą zostanie zawarta umowa o treści jak w Załączniku Nr 5 do niniejszego zapytania ofertowego.
3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość przeprowadzenia dodatkowych negocjacji przed podpisaniem umowy oraz możliwość unieważnienia przedmiotowego postępowania.
4. Z postępowania o udzielenie zamówienia Zamawiający wykluczy:
  - a) Wykonawcę, który nie wykazał spełnienia warunków udziału w postępowaniu określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym;
  - b) Wykonawcę, który nie wykazał braku podstaw wykluczenia z powodów, o których mowa w art. 24 ust. 1 oraz ust. 5 pkt 1) ustawy Pzp.
5. Ofertę Wykonawcy wykluczonego uznaje się za odrzuconą.
6. Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:
  - 1) jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego;
  - 2) jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;
  - 3) zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia;
  - 4) została złożona przez Wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia;



**Realizacja kampanii promocyjnej, której głównym celem jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej**

- 5) zawiera błędy w obliczeniu ceny lub kosztu;
- 6) Wykonawca w terminie 3 dni od dnia doręczenia zawiadomienia nie zgodził się na poprawienie omyłki, o której mowa w Rozdziale XII pkt. 6 lit. c);
- 7) jest nieważna na podstawie odrębnych przepisów;
7. Jeżeli Wykonawca nie złożył oświadczeń, o których mowa w Rozdziale IX niniejszego zapytania (Załącznik Nr 2,3,4 do zapytania ofertowego), oświadczeń lub dokumentów potwierdzających, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z udziału w postępowaniu, spełnia warunki udziału w postępowaniu, oraz że oferowane usługi spełniają wymagania określone przez Zamawiającego, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez Zamawiającego wątpliwości, Zamawiający wezwie do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielenia wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
8. Jeżeli Wykonawca nie złożył wymaganych pełnomocnictw albo złożył wadliwe pełnomocnictwa, Zamawiający wzywa do ich złożenia w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
9. Zamawiający może odstąpić od czynności wymienionych w pkt. 7 i 8 powyżej, w przypadku gdy oferta najkorzystniejsza spełnia wszystkie postawione w zapytaniu ofertowym wymagania i jest kompletna.
10. Zamawiający powiadomi Wykonawców o odrzuceniu oferty.
11. Zamawiający powiadomi Wykonawców o wykluczeniu z postępowania.
12. Niezwłocznie po wyborze oferty najkorzystniejszej Zamawiający zawiadomi wszystkich Wykonawców którzy złożyli oferty, o:
  - 1) Wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę) albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres Wykonawcy, którego ofertę wybrano, uzasadniając jej wybór oraz nazwy (firm) albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy Wykonawców, którzy złożyli oferty a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium badania ofert i łączną punktację;
  - 2) Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone podając uzasadnienie;
  - 3) Wykonawcach, którzy zostali wykluczeni z postępowania o udzielenie zamówienia, podając uzasadnienie.

Z-ca Naczelnika  
Wydziału Inwestycji  
*Bernadeta Szalewska-Konieczna*  
Bernadeta Szalewska-Konieczna

.....  
Kierownik Zamawiającego  
lub osoba upoważniona

Załączniki:

- Nr. 1 – formularz „OFERTA”,
- Nr. 2 – Oświadczenie Wykonawcy dotyczące spełnienia warunków udziału w postępowaniu,
- Nr. 3 – Oświadczenie Wykonawcy dotyczące przesłanek wykluczenia z postępowania,
- Nr. 4 – Ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii,
- Nr. 5 – wzór umowy.