

2643/2015

Wrocław, 2015-06-25

Wykonawcy

INFORMACJA NR 1

Dotyczy: przetargu nieograniczonego o nr ZZ-271-86-U-PN/2015 na zadanie pn.: **Zakup powierzchni reklamowej w prasie i w portalach internetowych oraz usług agencji/domu mediowego, polegających na zakupie powierzchni reklamowych, realizacji i optymalizacji kampanii medialnych wraz z podsumowaniem efektywności zrealizowanych działań.**

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. 2013 r. poz. 907 ze zm.), Zamawiający przekazuje treść pytań wraz z odpowiedziami.

Pytanie nr 1

Dotyczy tzw. stałych banerów na stronach internetowych.

Proszę o potwierdzenie wg jakich ram czasowych mają być naliczane te tzw. stałe banery: dni, tygodnie itp.?

Odpowiedź

Zamawiający na chwilę obecną nie jest w stanie zobowiązująco określić, czy planowana kampania będzie kampanią tygodniową czy miesięczną. Załącznik nr 6.1 do SIWZ (zakres mediowy) został dołączony aby potencjalni Wykonawcy mieli wiedzę na temat tego, jaki będzie zakres prowadzonych kampanii reklamowych, a określona tam ilość reklam jest ilością wyłącznie poglądową.

Pytanie nr 2

Czy dobrze rozumiemy, że na etapie składania ofert Wykonawca wycenia tylko koszt własnej pracy? Tym samym etap planowania kampanii (tym samym określenie jej kosztów) nastąpi dopiero po wyborze Wykonawcy.

Odpowiedź:

Tak, na etapie składania ofert Wykonawca jest zobowiązany do wycenienia kosztów własnej pracy. Etap planowania kampanii wraz z określeniem jej kosztów nastąpi po wyborze Wykonawcy.

Pytanie nr 3

Kiedy Zamawiający przewiduje początek kampanii i kiedy przewidują Państwo termin pierwszego spotkania kwartalnego?

Odpowiedź:

Zamawiający przewiduje rozpoczęcie kampanii najszybciej jak to będzie możliwe – w związku z czym przewidujemy, że pierwsze spotkanie kwartalne miałyby się odbyć do 7 dni od podpisania umowy. Jednocześnie Zamawiający modyfikuje oraz zapis pkt a) „Przedmiotu zamówienia” Opisu przedmiotu zamówienia, który otrzymuje następujące brzmienie: *wspólne z przedstawicielem Zamawiającego opracowywanie media planu. Media plan opracowywać będzie, raz na kwartał, przedstawiciel Zamawiającego, wraz z przedstawicielem Wykonawcy. Niniejsza czynność odbywać się będzie w czasie regularnych, co kwartał spotkań, w siedzibie Zamawiającego.*

Pytanie nr 4

Ile kwartalnych spotkań Państwo planują? Jedno czy dwa?

Odpowiedź:

Zamawiający planuje dwa spotkania kwartalne.

Pytanie nr 5

Zamawiający na potwierdzenie spełniania warunku udziału w zakresie doświadczenia wymaga: wykonania w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert [...] co najmniej 2 usług z zakresu obsługi kontrahenta w dziedzinie PR, [...] na łączną kwotę nie mniejszą niż 50.000 zł.

Zamawiający określił przedmiot zamówienia kodem CPV 79.34.00.00-9 usługi reklamowe i marketingowe.

Zgodnie z art. 22 ust. 4 ustawy pzp, opis sposobu oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu powinien być związany z przedmiotem zamówienia oraz proporcjonalny do przedmiotu zamówienia. Opis ten powinien więc uwzględniać specyfikę przedmiotu zamówienia, jego zakres, stopień złożoności.

Przedmiotem toczącego się postępowania nie są usługi PR, lecz „Zakup powierzchni reklamowej w prasie i na portalach internetowych oraz usług agencji/domu medialnego polegających na zakupie powierzchni reklamowych [...], co Zamawiający potwierdził również określeniem kodu CPV wskazującego na usługi reklamowe a nie na usługi public relations, które mają kod CPV 79.41.61.00-3.

Mając na uwadze powyższe, Wykonawca wnosi o zmian wymagania w zakresie doświadczenia na poniższe:

[...] co najmniej 2 usług z zakresu zakupu powierzchni reklamowej w prasie i na portalach internetowych o wartości nie mniejszej niż 150.000 zł każda usługa

Odpowiedź

Zamawiający w odpowiedzi na zadane pytanie modyfikuje zapis pt 2 rozdz. 8 SIWZ, który otrzymuje następujące brzmienie:

Zamawiający stwierdzi, iż Wykonawca spełnił warunki określone w art. 22 ust. 1 PZP w zakresie posiadania wiedzy i doświadczenia niezbędnego do wykonania niniejszego zamówienia, jeżeli wykaże, że wykonał w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, co najmniej 2 usług z zakresu obsługi kontrahenta w dziedzinie PR oraz zakupu powierzchni reklamowej w prasie i na portalach internetowych, wraz z dowodami, potwierdzającymi, że usługa ta została wykonana należycie. Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże usługi na łączną kwotę nie mniejszą niż: 50 000,00zł netto.

Ponadto Zamawiający wyjaśnia, że ujęcie w warunku wiedzy i doświadczenia konieczności wykazania przez Wykonawców doświadczenia również w dziedzinie PR podyktowane jest charakterystyką przedmiotu zamówienia – oprócz zakupu powierzchni reklamowej w prasie i na portalach internetowych obejmuje on również działania w zakresie PR – opracowanie, przy współpracy z Zamawiającym media planu, który jest istotnym elementem PR.

Zamawiający modyfikuje również rozdz. 6 SIWZ poprzez dodanie dodatkowego numeru CPV:

79416000-3 – Usługi public relations.

Pytanie nr 6

Zamawiający, jako kryterium oceny ofert przyjął następujące kryteria:

Cena – 95%

Dostępność personelu – 5%

Drugie kryterium Zamawiający opisał w sposób następujący:

Wykonawca, który zapewni Zamawiającemu stały, nieograniczony kontakt drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 7 dni w tygodniu (za wyjątkiem niedziel i świąt) otrzyma 5 pkt.

Po pierwsze, każdy tydzień ma 7 dni i każdy tydzień ma niedzielę, w związku z powyższym nie ma możliwości żaden Wykonawca spełnienia tego warunku, gdyż zostaje 6 dni [w tym święta jeśli wystąpią]. Z drugiej strony kryterium jest sztuczne i nieuzasadnione ani specyfiką pracy Zamawiającego ani realizacją zamówienia. Gdyby to były usługi w pracy systemowej np. ochrona budynku, z zastrzeżeniem dostępności po godzinach pracy Zamawiającego to kryterium byłoby uzasadnione, czy też gdyby Zamawiający był typem Zamawiającego służby zdrowia i pracuje na sprzęcie decydującym o utrzymaniu przy życiu pacjenta – wtedy serwis dostępny 24/24 i we wszystkie dni tygodnia ma uzasadnienie ale nie w odniesieniu do 1 pracownika! W tym przypadku kryterium nie ma znaczenia dla prawidłowości wykonywania Zamówienia, idąc dalej czy pracownik/pracownicy dedykowany/i do realizacji Umowy ze strony Zamawiającego mają umowy o pracę z godzinami czy dostępnością 24/24 przez 7 dni w tygodniu?

Dodatkowo należy podkreślić, iż kwestie kryteriów oceny ofert reguluje art. 91 ust. 2, który brzmi:

„Kryteriami oceny ofert są cena albo cena i inne kryteria odnoszące się do przedmiotu zamówienia, w szczególności: jakość, funkcjonalność, parametry techniczne, aspekty środowiskowe, społeczne, innowacyjne, serwis, termin wykonania zamówienia oraz koszty eksploatacji”

Wykonawca wnosi o wykreślenie w/w kryterium, gdyż przy tej specyfice i charakterze przedmiotu zamówienia pozostawienie w/w kryterium jest sztuczne i nie ma znaczenia ani dla jakości ani dla terminowości wykonywania

realizacji zamówienia, a po drugie Wykonawca dysponuje osobami zatrudnionymi w oparciu o umowę o pracę, i nie może poprzez działania Zamawiającego łamać przepisów Kodeksu pracy.

Zgodnie z art. 129 § 1. Czas pracy nie może przekraczać 8 godzin na dobę i przeciętnie 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy w przyjętym okresie rozliczeniowym nieprzekraczającym 4 miesięcy, z zastrzeżeniem § 2 oraz art. 135-138, 143 i 144. Wymiar czasu pracy przewidziany w art. 129 jest wymiarem maksymalnym. Oznacza to, że w układach zbiorowych pracy, regulaminach pracy czy też

indywidualnych umowach o pracę normy czasu pracy mogą zostać uregulowane korzystniej dla pracownika (np. 38 godzin tygodniowo), nie można natomiast ustalać dłuższego niż maksymalny wymiar.

Art. 129 określa podstawowy czas pracy, który powinien wynosić 8 godzin na dobę i 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu. Te normy uzupełnia art. 131, który, zgodnie ze wspomnianą dyrektywą nr 93/104, znowelizowaną dyrektywą 2000/34 z dnia 22 czerwca 2000 r., ustala maksymalny tygodniowy czas pracy z uwzględnieniem pracy w godzinach nadliczbowych wynoszący przeciętnie 48 godzin na tydzień w przyjętym okresie rozliczeniowym. Z przepisów o czasie pracy wyeliminowana została

maksymalna dobową liczbą pracy w godzinach nadliczbowych (według stanu prawnego przed 1 stycznia 2004 r. wynosząca 4 godziny na dobę). Przed przeciążeniem pracą w godzinach nadliczbowych w ciągu doby chroni pracowników prawo do 11 godzinnego odpoczynku dobowego. W szczególnej sytuacji znajdują się pracownicy zarządzający w imieniu pracodawcy zakładem pracy, ich zastępcy i główni księgowi, do których nie mają zastosowania limity pracy w godzinach nadliczbowych. Dopuszczalne jest wydłużenie dobowego czasu pracy pracowników, których rodzaj pracy tego wymaga, a także w innych, określonych przepisami prawa sytuacjach. Tego rodzaju wydłużenie dobowej normy czasu pracy musi być

odpowiednio zrekomensowane czasem wolnym, z którego pracownik korzysta w okresie rozliczeniowym nie przekraczającym 4 miesięcy. Również Konstytucja RP w art. 66 ust. 2 stanowi: „Pracownik ma prawo do określonych w ustawie dni wolnych od pracy i corocznych płatnych urlopów; maksymalne normy czasu pracy określa ustawa”.

Odpowiedź:

Zamawiający w odpowiedzi na zadane pytanie doprecyzowuje zawarty w punkcie 1 b) rozdziału 23 SIWZ opis kryterium „Dostępność personelu”, który otrzymuje następujące brzmienie:

Wykonawca, który zapewni Zamawiającemu stały, nieograniczony kontakt drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 6 dni w tygodniu – od poniedziałku do soboty (za wyjątkiem dni świątecznych) otrzyma 5 pkt. Stosowanej zmianie podlega również zapis pkt 4 4) Formularza ofertowego oraz zapis pkt 3) „Obowiązków Wykonawcy” Opisu przedmiotu zamówienia. Zmodyfikowane: Formularz ofertowy i Opis przedmiotu zamówienia stanowią załączniki do niniejszej Informacji.

Pytanie nr 7

Wykonawca zwraca się z prośbą o opublikowanie dokumentu pt. „Zakres prasy i portali internetowych i szacunkowa ilość reklam w trakcie trwania umowy” stanowiącego zał. Nr 6.1. (zakres mediowy) do SIWZ w programie Excel.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że na stronie internetowej Zamawiającego wraz z niniejszą Informacją zamieszczony został załącznik nr 6.1 do SIWZ (zakres mediowy) w programie Excel.

Pytanie nr 8

Prosimy o określenie czy kwota 250 tys zł netto wskazana w przedmiotowym zamówieniu to kwota przeznaczona na to zamówienie.? Czy Państwo przystępując do tego zamówienia oszacowali całość wydatków jak mówią o tym przepisy PZP. Pytanie to wynika z faktu, iż po wstępnej kalkulacji części zamówienia jego wartość w całości znacznie przekroczy wartość wskazaną w SIWZ.

Prosimy o jednoznaczną odpowiedź w tej kwestii.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że kwota 250 000,00 PLN wskazana w pkt 3) rozdziału 3 SIWZ to kwota netto, jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na zakup powierzchni reklamowej w prasie i Internecie. Wartość całego zamówienia – łącznie z wartością zamówień uzupełniających – wynosi 384 000,00 PLN netto (wartość zamówienia podstawowego – bez wartości zamówień uzupełniających – wynosi 317 500 PLN netto)

Pytanie nr 9

3

W związku z wątpliwościami dotyczącymi zakresu finansowego tego zamówienia a także pytaniami do SWIZ, składamy wniosek o przedłużenie terminu do złożenia oferty. Czas ten pozwoli Wykonawcom na profesjonalną kalkulację całości zamówienia.

Odpowiedź:

Zamawiający w związku z dokonanymi modyfikacjami SIWZ przedłuża termin składania i otwarcia ofert.

Nowy termin składania ofert to 30 czerwca 2015r. do godziny 13:00

Nowy termin otwarcia ofert to 30 czerwca 2015r. – godzina 13:15

Pytanie nr 10

Chciałbym prosić o sprecyzowanie jednego warunku. Mianowicie chciałbym prosić o wyjaśnienie jakie usługi z dziedziny PR będą akceptowalne i są wymagane.

Odpowiedź:

Patrz odpowiedź na pytanie nr 5.

Pytanie nr 11

w związku z przedłużającym się czasem odpowiedzi na zadane przez nas pytania zadane w dniu 23 czerwca 2015 i dotyczące przetargu nieograniczonego na „Zakup powierzchni reklamowej w prasie i w portalach internetowych oraz usług agencji/domu mediowego, polegających na zakupie powierzchni reklamowych, realizacji i optymalizacji kampanii medialnych wraz z podsumowaniem efektywności zrealizowanych działań” nr ref. ZZ-271-86-U-PN/2015, zwracamy się z prośbą o przesunięcie terminu składania ofert na dzień 2 lipca 2015. Brak zgody na to rozwiązanie będzie faworyzował firmy z Wrocławia, które nie muszą wysłać swoich ofert pocztą lub kurierem.

Odpowiedź

Zamawiający w związku z dokonanymi modyfikacjami SIWZ przedłuża termin składania i otwarcia ofert.

Nowy termin składania ofert to 30 czerwca 2015r. do godziny 13:00

Nowy termin otwarcia ofert to 30 czerwca 2015r. – godzina 13:15

Powyższe odpowiedzi na pytania oraz modyfikacja SIWZ stanowi integralną część dokumentacji przetargowej (SIWZ wraz ze wszystkimi załącznikami)

DYREKTOR DEPARTAMENTU
ZAKUPÓW

Agnieszka Jurgielanica

4



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Rafał Błaga



Załącznik nr 1 do SIWZ - Wzór Formularza Oferty
FORMULARZ OFERTY
DLA PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO

Na zadanie pn.:

Zakup powierzchni reklamowej w prasie i w portalach internetowych oraz usług agencji/domu mediowego, polegających na zakupie powierzchni reklamowych, realizacji i optymalizacji kampanii medialnych wraz z podsumowaniem efektywności zrealizowanych działań.

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego

ZZ-271-86-U-PN/2015

1. ZAMAWIAJĄCY:

Wrocławskie Centrum Badań EIT+ Spółka z o.o.
ul. Stabłowicka 147
54-066 Wrocław, Polska

2. WYKONAWCA:

Niniejsza oferta zostaje złożona przez:

Lp.	Nazwa Wykonawcy(ów)	Adres(y) Wykonawcy(ów)	Telefon / faks	e-mail:

3. OSOBA UPRAWNIONA DO KONTAKTÓW:

Imię i nazwisko	
Nr telefonu	
Nr faksu	
Adres mailowy	

4. Ja (my) niżej podpisany(i) oświadczam, że:



- 1) zapoznałem się z treścią SIWZ wraz z załącznikami dla niniejszego zamówienia,
- 2) gwarantuję wykonanie całości niniejszego zamówienia zgodnie z treścią: umowy, SIWZ, wyjaśnień do SIWZ oraz jej zmianami,
- 3) miesięczna wartość mojej (naszej) oferty za prawidłową i pełną realizację całości zamówienia wynosi odpowiednio:

Zakładana kwota netto na zakup powierzchni reklamowej w mediach przez okres trwania umowy	Kwota NETTO ryczałtowa miesięcznego wynagrodzenia Wykonawcy	Kwota BRUTTO ryczałtowa miesięcznego wynagrodzenia Wykonawcy
250.000 zł		

- 4) Oferuję/nie oferuję¹ stały, nieograniczony kontakt drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 6 dni w tygodniu – od poniedziałku do soboty (za wyjątkiem dni świątecznych)

Wykonawca, który zapewni Zamawiającemu stały, nieograniczony kontakt drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 6 dni w tygodniu – od poniedziałku do soboty (za wyjątkiem dni świątecznych) otrzyma 5 pkt w kryterium „Dostępność personelu”

UWAGA: Wykonawca, który nie zaproponuje stałego, nieograniczonego kontaktu drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 6 dni w tygodniu – od poniedziałku do soboty (za wyjątkiem dni świątecznych) i poprzestanie na wymaganym w Opisie Przedmiotu Zamówienia stałym, nieograniczonym kontakcie drogą drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem w dniach roboczych, w godzinach od 7.00 do 18:00 nie otrzyma w kryterium „Dostępność personelu” żadnych punktów.

- 5) niniejsza oferta jest ważna przez **30 dni**,
- 6) oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu, i przedkładam dokumenty i oświadczenia potwierdzające spełnianie tych warunków;
- 7) oświadczam(y), że oferowany przedmiot zamówienia spełnia wszystkie wymagania Zamawiającego określone w SIWZ i załączniku nr 6 do SIWZ,
- 8) akceptuję (emy) bez zastrzeżeń wzór Umowy przedstawiony w załączniku nr 5 do SIWZ,

¹ Wykonawca usuwa niepotrzebne.



- 9) w przypadku uznania mojej (naszej) oferty za najkorzystniejszą zobowiązuję(emy) się zawrzeć umowę w miejscu i terminie, jakie zostaną wskazane przez Zamawiającego,
10) składam(y) niniejszą ofertę *[we własnym imieniu]* / *[jako Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia]*²,
11) nie uczestniczę(ymy) jako Wykonawca w jakiegokolwiek innej ofercie złożonej w celu udzielenia niniejszego zamówienia,
12) na podstawie art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. prawo zamówień publicznych *[żadne z informacji zawartych w ofercie nie stanowią tajemnicy przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji]* / *[wskazane poniżej informacje zawarte w ofercie stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i w związku z niniejszym nie mogą być one udostępniane, w szczególności innym uczestnikom postępowania]*³:

l.p.	Oznaczenie rodzaju (nazwy) informacji	Strony w ofercie (wyrażone cyfrą)	
		od	do
a)			

Uzasadnienie zastrzeżenia dokumentów:

- 13) *[nie zamierzam(y) powierzać do podwykonania żadnej części niniejszego zamówienia] / [następujące części niniejszego zamówienia zamierzam(y) powierzyć podwykonawcom]*⁴:

l.p.	Nazwa części zamówienia
a)	

Osoba składająca oświadczenie świadoma jest odpowiedzialności karnej, wynikającej z art. 297 Kodeksu Karnego.

5. Podpis(y):

l.p.	Nazwa(y) Wykonawcy(ów)	Nazwisko i imię osoby (osób) upoważnionej(ych) do podpisania niniejszej oferty w imieniu Wykonawcy(ów)	Podpis(y) osoby(osób) upoważnionej(ych) do podpisania niniejszej oferty w imieniu Wykonawcy(ów)	Pieczęć(cie) Wykonawcy (ów)	Miejscowość i data
1)					
2)					

² Wykonawca usuwa niepotrzebne.

³ Wykonawca usuwa niepotrzebne.

⁴ Wykonawca usuwa niepotrzebne.

Załącznik nr 6 do SIWZ

Opis Przedmiotu Zamówienia:

Wrocławskie Centrum Badań EIT+ to prężnie rozwijające się centrum badawczo-rozwojowe we Wrocławiu. Unikalne na skalę Polski miejsce współpracy naukowców i przedsiębiorców. By móc się rozwijać i prowadzić unikalne projekty naukowe dla przemysłu, budujemy najwyższej klasy laboratoria bio- i nanotechnologiczne o powierzchni ponad 23,5 tys. m² oraz realizujemy projekty badawcze.

W związku z dynamicznym rozwojem Spółki i realizacją projektów, finansowanych z funduszy unijnych, które nakładają obowiązek przekazywania szerokiej informacji o prowadzeniu projektów i osiągniętych efektach, Wrocławskie Centrum Badań EIT+ planuje zakup powierzchni reklamowej w prasie i w portalach internetowych oraz usług agencji/domu mediowego, polegających na zakupie powierzchni reklamowych, realizacji i optymalizacji kampanii medialnych wraz z podsumowaniem efektywności zrealizowanych działań.

Priorytetowym celem prowadzonych kampanii jest:

1. Wzmocnienie efektywność prowadzanych działań promocyjno-reklamowych.
2. Budowa pozytywnego wizerunku realizowanych przez Wrocławskie Centrum Badań EIT+ projektów, finansowanych ze środków unijnych oraz usług oferowanych przez Zamawiającego.

Prowadzone kampanie medialne mają również skutkować:

- stworzeniem wśród grupy docelowej oraz szerszego otoczenia społecznego jednolitego i spójnego obrazu Zamawiającego, przyczyniającego się do rozpoznawalności wizerunku Wrocławskiego Centrum Badań EIT+ jako ośrodka innowacji w Polsce i w Europie;
- podniesieniem świadomości i wiedzy wśród docelowych grup kampanii medialnych na temat rezultatów projektów oraz możliwości, jakie stwarza ich wykorzystanie;
- zwiększeniem jawności i publicznej świadomości na temat współfinansowania projektów ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007 – 2013.

Ww. działania są niezbędnymi elementami w zapewnieniu odpowiedniego pozycjonowania WCB EIT+ w środowisku naukowym a także biznesowym i przemysłowym.



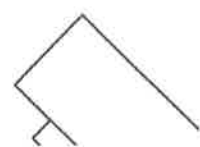
Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest zakup powierzchni reklamowej w prasie i w portalach internetowych oraz usług agencji/domu mediowego, polegających na zakupie powierzchni reklamowych, realizacji i optymalizacji kampanii medialnych wraz z podsumowaniem efektywności zrealizowanych działań.

Do zadań Wykonawcy zamówienia należeć będzie przede wszystkim zakup powierzchni reklamowych na podstawie zleceń otrzymanych od Zamawiającego. Wykonawca będzie otrzymywał od Zamawiającego projekty graficzne reklam. Zakres prasy i portali internetowych i szacunkowa ilość reklam w trakcie trwania umowy, określone zostały w **załączniku nr 6.1** (zakres mediowy) do SIWZ.

Świadczona usługa będzie obejmowała w szczególności:

- a) wspólne z przedstawicielem Zamawiającego opracowywać media plan. Media plan opracowywać będzie, raz w miesiącu, przedstawiciel Zamawiającego, wraz z przedstawicielem Wykonawcy. Niniejsza czynność odbywać się będzie w czasie regularnych, co miesięcznych spotkań, w siedzibie Zamawiającego.
- b) zakup powierzchni reklamowych zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, w tym zakup powierzchni reklamowych w prasie oraz zakup aktywności reklamowych w Internecie,
- c) reprezentowanie Zamawiającego przed wydawcami prasowymi, wydawcami witryn internetowych w zakresie reklamy Zamawiającego,
- d) nadzorowanie prawidłowego i terminowego zamieszczania reklam w prasie,
- e) nadzorowanie prawidłowego i terminowego realizowania aktywności reklamowych w Internecie,
- f) informowanie Zamawiającego o wszelkich planowanych przez wydawców prasowych dodatkach specjalnych, formach reklamy zewnętrznej i innych ofertach specjalnych mogących interesować Zamawiającego,
- g) rozliczenia finansowe z mediami,
- h) bieżące monitorowanie kampanii reklamowej Zamawiającego prowadzonej w mediach. Wykonawca zobowiązany będzie po zakończeniu każdego miesiąca kampanii przygotowywać raporty dla Zamawiającego podsumowujące dotychczasowy przebieg kampanii w mediach, dokumentację realizacji, a także wskaźniki efektywności i ich ewentualne odchylenia względem Planu Mediowego.



- i) analizie wykonania kampanii (tzw. Post-Buy Analysis) przedstawionej w formie podsumowań i prezentacji po zakończeniu kampanii reklamowej.

Oferta:

Zakres prasy i portali internetowych i szacunkowa ilość reklam w trakcie trwania umowy, określone zostały w **załączniku nr 6.1** (zakres mediowy) do SIWZ.

UWAGA: Zamawiający oświadcza, że załącznik nr 6.1 (zakres mediowy) do SIWZ nie stanowi całości zamkniętej i Zamawiający ma prawo rozszerzyć zawarty zakres mediowy według swoich bieżących potrzeb, informując o tym Wykonawcę.

Zamawiający oświadcza, że w miesiącu kalendarzowym, opublikuje w wybranym wspólnie z Wykonawcą medium, minimum jedną reklamę. Projekt graficzny, zostanie przygotowany przez Zamawiającego i dostarczony Wykonawcy.

Oferta Wykonawcy powinna zawierać kwotę ryczałtową miesięcznego wynagrodzenia Wykonawcy za świadczenie usług agencji/domu mediowego. Zamawiający oświadcza, że na zakup powierzchni reklamowej w prasie i internecie zamierza przeznaczyć kwotę 250 000,00 PLN

Realizowane działania promocyjne będą w pełni uwzględniać wymogi dot. umieszczenia logo PO IG, UE oraz informacji na temat współfinansowania projektów/zadań ze środków Unii Europejskiej.

Obowiązki Wykonawcy:

1. Wykonawca oświadcza, że posiada niezbędną wiedzę i kwalifikacje do wykonania przedmiotu umowy i zobowiązuje się do jego wykonania z należytą starannością. W przypadku posługiwania się przez Wykonawcę w trakcie wykonywania niniejszej Umowy podwykonawcami, Wykonawca odpowiada za działania podwykonawców jak za działania własne. Tym samym Wykonawca zobowiązany jest wykonać Przedmiot Umowy przy pomocy osób o odpowiednich kwalifikacjach i doświadczeniu.
2. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia Zamawiającemu stałego, nieograniczonego kontaktu drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem w dniach roboczych, w godzinach od 7.00 do 18:00.
3. Wykonawca może zapewnić Zamawiającemu stały, nieograniczony kontakt drogą telefoniczną i mailową ze swoim dedykowanym pracownikiem przez całą dobę – przez 6 dni w tygodniu – od poniedziałku do soboty (za wyjątkiem dni świątecznych).



4. Wykonawca nie ma prawa wykorzystać materiałów dostarczonych przez Zamawiającego do innych celów niż określone niniejszą umową.
5. Zważywszy, że do zadań Wykonawcy zamówienia należeć będzie przede wszystkim zakup powierzchni reklamowych na podstawie media planu, zaakceptowanego przez Zamawiającego, a także wszystkie inne czynności wymienione w niniejszym dokumencie oraz wzorze Umowy, Wykonawca zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Zamawiającym, tak aby standard świadczonych przez wykonawcę usług był na jak najwyższym poziomie. Tym samym Wykonawca zobowiązany jest do stosowania się do wszelkich wskazówek, uwag i poleceń Zamawiającego, dotyczących sposobu wykonania zamówienia.
6. Wykonawca zobowiązany jest wykonać Przedmiot Umowy z zachowaniem terminów, z najwyższą starannością, efektywnością oraz zgodnie z najlepszą praktyką i wiedzą zawodową oraz postanowieniami Umowy i obowiązującym prawem.
7. Wykonawca zobowiązany jest poinformować Zamawiającego drogą elektroniczną (e-mail) niezwłocznie, nie później niż w terminie 3 dni od dnia ich zaistnienia, o wszelkich istotnych okolicznościach, które mogą mieć wpływ na wykonanie Przedmiotu umowy przez Wykonawcę. Tym samym Wykonawca zobowiązany jest poinformować Zamawiającego o wszystkich zmianach, jakie mogą zajść w media planie, który opracowuje, raz na kwartał z Zamawiającym.
8. Wykonawca zobowiązany jest kontrolować emisje materiałów promocyjnych w prasie i w przypadku nieprawidłowości w druku, w szczególności przesunięcia w druku lub niezgodności zamieszczenia materiałów promocyjnych ze zleceniem Zamawiającego, niezwłocznie poinformować o tym Zamawiającego, jak również złożyć w imieniu Zamawiającego reklamację w danym medium.
9. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącego raportowania stanu realizacji kampanii (minimum raz w miesiącu) oraz do uczestniczenia w spotkaniach w siedzibie EIT+ we Wrocławiu (regularnie – raz na kwartał). Ustalanie terminu spotkania i złożenia raportu następować będzie każdorazowo z przedstawicielem Zamawiającego.
10. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego informowania, i zawierania tych informacji w media planie, o szczegółowej specyfikacji technicznej reklam prasowych i internetowych, wynikających z opracowanego wspólnie z Zamawiającym kwartalnego media planu, w formule pozwalającej przygotować bez wątpliwości projekt pod względem graficznym. Dostarczona i ujęta w media planie specyfikacja techniczna musi zawierać:
 - w odniesieniu do mediów drukowanych:



- format Netto i Brutto
- tryb konwersji do odpowiedniego profilu kolorystycznego map bitowych
- liniaturę rastra
- w odniesieniu do mediów internetowych:
 - format reklamy w pikslach
 - wielkość pliku w Kb
 - możliwości dostarczenia animacji flashowych i pełen opis uwarunkowań technicznych dotyczących tego rozszerzenia

11. Wykonawca zobowiązany jest do przekazywania przez jego Przedstawiciela podczas regularnych spotkań w jego siedzibie, służących opracowaniu kwartalnego media planu, propozycji kwartalnych harmonogramów rzeczowo-finansowych, służących jako podstawa do właściwego, kwartalnego media planu i przedstawianie ich do akceptacji Zamawiającego.

12. Wykonawca zobowiązuje się do posiadania na każdym, cokwartalnym spotkaniu w siedzibie Zamawiającego, służącego opracowaniu media planu, aktualnej wiedzy dotyczącej cenników zakupu powierzchni reklamowej w wymienionych w załączniku nr 6.1 (zakres mediowy) do SIWZ, mediach. Wykonawca zobowiązany jest również informować w tym czasie Zamawiającego o aktualnych promocjach zakupu w/w usługi. Należy zaznaczyć, że załącznik nr 6.1 (zakres mediowy) do SIWZ nie stanowi całości zamkniętej i Zamawiający ma prawo rozszerzyć zawarty zakres mediowy według swoich bieżących potrzeb, informując o tym Wykonawcę.

13. Wykonawca zobowiązuje się do niezwłocznego, po publikacji, dostarczenia oryginałów wydań prasowych (w 2 egzemplarzach) i wydruków (full kolor) stron internetowych (w 2 egzemplarzach), w których opublikowane zostały reklamy Zamawiającego.

