

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

numer zamówienia Z-6/I/2015/PNT

„Realizacja kampanii wizerunkowo-produktowej w mediach (internet/ prasa/ telewizja)”

w związku z Projektem pod nazwą „Utworzenie Parku Naukowo - Technologicznego Euro-Centrum - rozwój i zastosowanie nowych technologii w obszarze poszanowania energii i jej odnawialnych źródeł”; realizowanym w ramach Osi Priorytetowej 5: Dyfuzja innowacji; Działanie 5.3: Wspieranie Ośrodków Innowacyjności Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka; finansowanym ze środków Unii Europejskiej oraz środków budżetu Państwa; w związku z umową o udzielenie wsparcia z dnia 08 października 2010 r. o nr POIG.05.03.00-00-010/10-07

Zatwierdzam:

CZŁONEK ZARZĄDU
DYREKTOR FINANSOWY


Monika Pilip

WICEPREZES ZARZĄDU


mgr inż. Mirosław Bobrzyński

Katowice, dnia 05 lutego 2015 r.

I. Informacje o Zamawiającym:

- 1.1 Pełna nazwa Zamawiającego: Park Naukowo-Technologiczny „Euro-Centrum” Sp. z o.o.
- 1.2 Adres do korespondencji: Katowice, 40-568, ul. Ligocka 103
- 1.3 Numer telefonu: (32) 205 00 92
- 1.4 Numer faxu: (32) 250 47 85
- 1.5 Adres poczty elektronicznej: i.ptak@euro-centrum.com.pl
- 1.6 Pracownikiem Zamawiającego uprawnionym do bezpośredniego kontaktowania się z Wykonawcami jest Sekretarz Komisji, Pani Ilona Ptak, tel. (32) 78-34-302.

II. Tryb udzielenia zamówienia:

- 2.1 Niniejsze postępowanie prowadzone jest w trybie Regulaminu udzielania zamówień przez Park Naukowo - Technologiczny „Euro-Centrum” Sp. z o.o. z dnia 18 października 2010 r. przyjętego uchwałą Zarządu nr 29/X/2010 z dnia 18 października 2010 r. Ww. Regulamin udostępniony jest na stronie www.euro-centrum.com.pl (http://www.euro-centrum.com.pl/cms/media/przetargi/regulamin_udzielania_zamowien_04.04.2013.pdf).
- 2.1 Zamawiający nie jest podmiotem obowiązany do stosowania ustawy - Prawo zamówień publicznych. Do niniejszego postępowania nie znajdują zastosowania postanowienia ustawy - Prawo zamówień publicznych.
- 2.2 Tryb udzielenia zamówienia - przetarg dwustopniowy o wartości poniżej 207.000 euro (składanie ofert, a następnie negocjacje).
- 2.3 Rodzaj zamówienia: usługi.
- 2.4 Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych. Każdy Wykonawca może złożyć dowolną ilość ofert częściowych.
- 2.5 Wykonawca składający ofertę na całość przedmiotu zamówienia może w swojej ofercie wyrazić zgodę także na wybranie jako najkorzystniejszej jednej z ofert częściowych (zakresy od 1-3) składających się na całość.
- 2.6 Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
- 2.7 Zamawiający nie przewiduje zamówień uzupełniających.

III. Przedmiot zamówienia:

Kod CPV 79.34.00.00-9 Usługi reklamowe i marketingowe

- 3.1 Przedmiot zamówienia obejmuje realizację kampanii wizerunkowo-produktowej Zamawiającego w mediach (internet/ prasa/ telewizja) w związku z Projektem pt. „Utworzenie Parku Naukowo-Technologicznego Euro-Centrum - rozwój i zastosowanie nowych technologii w obszarze poszanowania energii i jej odnawialnych źródeł” realizowanym w ramach Osi Priorytetowej 5: Dyfuzja innowacji; Działanie 5.3: Wspieranie Ośrodków Innowacyjności Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka; finansowanym ze środków Unii Europejskiej oraz środków budżetu Państwa; w związku z umową o udzielenie wsparcia z dnia 08 października 2010 r. o nr POIG.05.03.00-00-010/10-07.
- 3.2 Zamawiający informuje, że kampania medialna będzie realizowana w oparciu o Strategię wizerunkowo-produktową Projektu (która zostanie przekazana Wykonawcy, z którym zostanie zawarta umowa w sprawie udzielenia zamówienia), ze szczególnym uwzględnieniem:
 - 3.2.1 części sprzedażowej dotyczącej:
 - 3.2.1.1 szkoleń (z zakresu systemów grzewczych, kolektorów i systemów słonecznych, wentylacji);

- 3.2.1.2 laboratoriów i usług badawczych (Centrum Testowania Systemów Solarnych, Laboratorium Badań Właściwości Ciepłych, Laboratorium Procesów w Budownictwie Energooszczędnym, Laboratorium Inteligentnych Sieci Energetycznych),
 - 3.2.1.3 DATA CENTER;
 - 3.2.2 części wizerunkowej Parku, skoncentrowanego na rozwoju technologii energooszczędnych i poszanowaniu energii w budynkach.
- 3.3 Zamawiający informuje, że posiada gotowe nośniki graficzne i film reklamowy przeznaczone do emisji w mediach, które zostaną udostępnione Wykonawcy, z którym zostanie zawarta umowa w sprawie udzielenia zamówienia. Zamawiający informuje ponadto, że Strategia, o której mowa w pkt. 3.2 siwz, a także nośniki graficzne i film reklamowy wymienione w zdaniu pierwszym dostępne są na etapie prowadzonego postępowania w siedzibie Zamawiającego do wglądu - po uzgodnieniu terminu z osobą wskazaną w pkt. 1.6. siwz.
- 3.4 Grupę docelową Projektu, a tym samym odbiorców kampanii stanowią przedsiębiorcy, głównie działający w branży OZE lub ICT, projektanci, producenci materiałów budowlanych i urządzeń OZE, systemów sterowania i IT w obiektach, instalatorzy OZE, właściciele i zarządcy obiektów użyteczności publicznej, a także przedstawiciele nauki, jednostek badawczych i biznesu, prowadzący działalność innowacyjną i technologiczną, potencjalni zainteresowani wykorzystaniem infrastruktury Parku.
- 3.5 Działania promocyjne Projektu w internecie, prasie i telewizji będą prowadzone w branżowych mediach związanych z zagadnieniami poszanowania energii, odnawialnymi źródłami energii czy ochrony środowiska oraz w krajowych i regionalnych mediach opiniotwórczych, zgodnie z poniższą specyfikacją:
 - 3.5.1 ZAKRES nr 1 - Internet:
 - 3.5.1.1 Kampania CPC obejmująca emisję reklamy w formie linków sponsorowanych i mix nośników graficznych w wyszukiwarce o największym udziale na polskim rynku. Ilość kliknięć: co najmniej 20 000 osiągniętych w całym okresie trwania kampanii.
 - 3.5.1.1.1 Reklama linków sponsorowanych prowadzona będzie w oparciu o frazy dotyczące inwestycji, ekologii, ochrony środowiska, odnawialnych i alternatywnych źródeł energii, technologii IT oraz pośrednich.
 - 3.5.1.1.2 Proponowane słowa kluczowe:
 - a) w odniesieniu do data center: kolokacja serwera, serwery dedykowane, data center, serwerownia, przechowywanie danych, szafy RACK, archiwizacja danych, usługi serwerowe, serwery VPN, przechowywanie danych wrażliwych, bezpieczna serwerownia, niezawodna serwerownia, kolokacja szafy RACK
 - b) w odniesieniu do szkoleń: szkolenia ekologiczne, szkolenia OZE, szkolenia z ekologii, szkolenia dla instalatorów OZE, praktyka instalatorska szkolenia, systemy

ogrzewania OZE szkolenia, systemy ogrzewania szkolenia, instalacje OZE szkolenia, szkolenia dla firm instalatorskich, szkolenia z odnawialnych źródeł energii, szkolenia dla instalatorów kolektorów słonecznych, szkolenia wentylacja;

c) w odniesieniu do laboratoriów: blowerdoor, badania korozyjne, budownictwo energooszczędne, komora klimatyczna, badania starzeniowe, badania materiałów budowlanych, testy szczelności, laboratoria euro-centrum, testowanie systemów solarnych, centrum testowania systemów solarnych, badania właściwości cieplnych budynków, laboratoria badań właściwości cieplnych budynków, procesy w budownictwie energooszczędnym, testy materiałów budowlanych, budownictwo energooszczędne badania, audyt energetyczny, symulator promieniowania, sztuczne słońce, testy kolektorów słonecznych, komora korozyjna, badania termowizją, laboratorium budowlane;

d) w zakresie wizerunkowym: budownictwo energooszczędne, budownictwo pasywne, ekologiczna firma, ekologiczne źródła energii, materiały energooszczędne, materiały pasywne, odnawialne źródła energii, OZE, technologia energii odnawialnej, źródła energii odnawialnej, park innowacji, park naukowo-technologiczny.

3.5.1.1.3 w drugim etapie retargeting w reklamie graficznej;

3.5.1.1.4 Targetowanie: kraj, z zastrzeżeniem przeznaczenia min. 60% budżetu na województwa: śląskie, małopolskie, opolskie, dolnośląskie; świętokrzyskie;

3.5.1.1.5 Współczynnik CTR dla kampanii powinien wynieść 4,5%.

3.5.1.2 Reklama w sieci kontekstowej na przykładowe słowa: instalacja, ogrzewanie, technologia, bp, dystrybucja, czujnik, detektor, transport, firma, biznes, energia, ekologia, ekologiczny, energia, oszczędzać, oszczędny, energooszczędny, energooszczędnie, ceny energii, system ogrzewania, ogrzewanie, ochrona środowiska, ochrona, odnawialne, środowisko, paliwo, Unia Europejska, pobór energii, energia odnawialna, energia alternatywna, firma eko, prąd, powierzchnia, biuro, wynajem, środowisko, agencja nieruchomości, for rent, grzanie, grzejnik, EKO, promocja, oze.

3.5.1.2.1 Formaty nośników graficznych - tradycyjny (Bll, Dbll, Sky, rectangle).

3.5.1.2.2 Ilość kliknięć: co najmniej 20 000 w całym okresie realizacji kampanii.

3.5.1.3 Okres kampanii internetowej obejmie 12 tygodni.

- 3.5.1.4 O ile w okresie realizacji kampanii, w celu osiągnięcia efektów kampanii, konieczna będzie modyfikacja graficzna reklam, Wykonawca będzie obowiązany do dokonania takich zmian we własnym zakresie.
- 3.5.1.5 W ramach modyfikacji graficznych Wykonawca będzie obowiązany do ich oznaczenia w sposób zgodny z Systemem Identyfikacji Wizualnej Parku Naukowo-Technologicznego Euro-Centrum Sp. z o.o.; wytycznymi dot. promocji projektu „Utworzenie Parku Naukowo-Technologicznego Euro-Centrum - rozwój i zastosowanie nowych technologii w obszarze poszanowania energii i jej odnawialnych źródeł” zawartych w „Przewodniku w zakresie promocji projektów finansowanych w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 dla beneficjentów i instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu” i wynikające z Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006 (art. 7 i 8) zamieszczone pod adresem: <http://www.parp.gov.pl/index/more/5296>.

3.5.2 ZAKRES nr 2 - Prasa

- 3.5.2.1 **Miesięczniki branżowe** - reklama ½ strony + artykuł sponsorowany (1 kolumna) w 2 niezależnych miesięcznikach kierowanych do branży instalatorskiej, zajmujących się tematyką energii odnawialnej, instalacji grzewczych, instalacji c.o., wentylacji, budownictwa energooszczędnego, np. Rynek Instalacyjny, Magazyn Instalatora lub inne zaproponowane przez Wykonawcę, spełniające kryteria kampanii.
- 3.5.2.1.1 Liczba emisji: 1 dla każdego tytułu.
- 3.5.2.1.2 O średnim miesięcznym nakładzie nie mniejszym niż 10 tys. egzemplarzy (według danych z ostatniego kwartału 2014 r.).
- 3.5.2.2 **Miesięcznik gospodarczy** - reklama ½ strony w miesięczniku o tematyce gospodarczej, wydanie magazynowe, kierowanych do menadżerów średniego i wyższego szczebla, np. Magazyn Forbes lub inny zaproponowany przez Wykonawcę, spełniający kryteria kampanii.
- 3.5.2.2.1 Targetowanie: Śląsk.
- 3.5.2.2.2 Liczba emisji: 1. O średnim miesięcznym nakładzie nie mniejszym niż 5 tys. egzemplarzy (według danych z ostatniego kwartału 2014 r.).
- 3.5.2.3 **Tygodnik** - reklama ½ strony w tygodniku sektora górniczego i okولوجórniczego, poruszającego tematykę energetyki i ekologii, np. Trybuna Górnicza lub inny tygodnik zaproponowany przez Wykonawcę, spełniający kryteria kampanii.
- 3.5.2.3.1 Liczba emisji: 1.
- 3.5.2.3.2 O średnim tygodniowym nakładzie nie mniejszym niż 70 tys. egzemplarzy (według danych z ostatniego kwartału 2014 r.).
- 3.5.2.4 **Prasa codzienna** - reklama ½ strony w dzienniku o zasięgu katowicko-bielskim, wydanie magazynowe, w dwóch niezależnych tytułach o wysokim udziale w regionalnym rynku sprzedaży (z wyłączeniem tabloidów); poruszających tematykę: gospodarczą, społeczno-polityczną, naukową, nowe technologie,

kulturę; popularnych wśród czytelników aktywnych zawodowo, z wykształceniem średnim lub wyższym, zajmujących stanowiska menadżerskie wyższego lub średniego szczebla, specjaliści, wolne zawody; np. Dziennik Zachodni, Gazeta Wyborcza, Dziennik Gazeta Prawna lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.

3.5.2.4.1 Wydanie: piątek.

3.5.2.4.2 Liczba emisji: 1 dla każdego tytułu.

3.5.2.4.3 O średnim dziennym nakładzie nie mniejszym niż 25 tys. egzemplarzy (według danych z ostatniego kwartału 2014 r.).

3.5.3 ZAKRES nr 3 - Telewizja

Emisja reklamy w telewizji biznesowej lub informacyjnej, antena ogólnopolska, np. TVN Biznes i Świat, Polsat News, TVP Info lub inna stacja zaproponowana przez Wykonawcę, spełniające kryteria kampanii.

3.5.3.1 Ilość spotów: 75.

3.5.3.2 Emisja w godzinach: 6:00-22:00, z czego minimum 50% w godzinach: 18:00-22:00.

3.5.3.3 Długość spotu: 30s.

3.5.3.4 Długość kampanii: 4 tygodnie.

3.5.3.5 O wskaźniku AMR min. 15 tys. (według danych z ostatniego kwartału 2014 r.).

3.6 Zamawiający zobowiązuje Wykonawcę do wskazania konkretnych mediów spełniających wskazane wyżej kryteria wraz z podaniem ich nazw/tytułów w informacji medialnej stanowiącej załącznik nr 9 do siwz.

3.7 Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych, jak niżej:

3.7.1 zakres nr 1 - obejmujący realizację kampanii wizerunkowo-produktowej w internecie, z zakresem rzeczowym, o którym mowa w pkt. 3.5.1 siwz;

3.7.2 zakres nr 2 - obejmujący realizację kampanii wizerunkowo-produktowej w prasie, z zakresem rzeczowym, o którym mowa w pkt. 3.5.2 siwz;

3.7.3 zakres nr 3 - obejmujący realizację kampanii wizerunkowo-produktowej w telewizji, z zakresem rzeczowym, o którym mowa w pkt. 3.5.3 siwz.

3.8 Zamawiający informuje jednocześnie, że jest Ośrodkiem Innowacyjności w rozumieniu Rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 30 stycznia 2009 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie ośrodków innowacyjności w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013 (Dz.U.09.21.116) tj. osobą prawną prowadzącą działalność w celu zapewnienia korzystnych warunków dla powstawania lub rozwoju przedsiębiorców prowadzących działalność badawczą, rozwojową lub innowacyjną.

3.9 Ponadto Zamawiający wyjaśnia, że w ramach realizacji kampanii Wykonawca będzie zobowiązany do jej częściowego i całościowego raportowania w formie pisemnej, w sposób opisany poniżej.

3.9.1 dla Zakresu nr 1 (internet) Wykonawca przedłoży raporty częściowe każdorazowo po upływie 4 tygodni kampanii lub częstsze na prośbę Zamawiającego; raport końcowy po zakończeniu tej części kampanii;

- 3.9.2 dla Zakresu nr 2 (prasa) Wykonawca przedłoży wyłącznie raport końcowy po zakończeniu tej części kampanii;
- 3.9.3 dla Zakresu nr 3 (telewizja) Wykonawca przedłoży wyłącznie raport końcowy po zakończeniu tej części kampanii.
- 3.10 W ramach raportów z realizacji kampanii Wykonawca prześle Zamawiającemu:
 - 3.10.1 w odniesieniu do kampanii w telewizji:
 - 3.10.1.1 informację o liczbie emisji wraz z dokumentami to potwierdzającymi;
 - 3.10.1.2 informację o osiągniętych zasięgu i częstotliwości wraz z dokumentami to potwierdzającymi.
 - 3.10.2 w odniesieniu do kampanii w prasie: dane zbiorcze z emisji reklam/artyków sponsorowanych oraz po 2 egzemplarze dowodowe dla każdej emisji.
 - 3.10.3 w odniesieniu do kampanii internetowej:
 - 3.10.3.1 raportów cząstkowych każdorazowo po upływie 4 tygodni kampanii lub na prośbę Zamawiającego częstszych raportów o efektach wykupu linków sponsorowanych i kampanii kontekstowej, który będzie zawierał minimum: datę, listę fraz, liczbę wyświetleń, liczbę klików, źródła ruchu, CTR, koszt za pojedyncze kliknięcie;
 - 3.10.3.2 raportu końcowego zawierającego zbiorcze dane z całego czasu trwania kampanii i osiągniętych wskaźników efektywności takich jak: całkowity zasięg kampanii, zasięg poszczególnych działań, liczba odsłon dla poszczególnych działań, liczba klików dla poszczególnych działań, źródła ruchu, CTR dla kampanii.

IV. Termin wykonania zamówienia

- 4.1 Wykonawca, który złoży ofertę na wykonanie całości przedmiotu zamówienia będzie obowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie **12 tygodni od daty podpisania umowy**, przewidywany termin podpisania umowy to marzec 2015 - z zastrzeżeniem tzw. międzyterminów dla poszczególnych części kampanii wskazanych w pkt. 4.1.1 - 4.1.3 siwz.
 - 4.1.1 Wykonawca, który złoży ofertę na zakres nr 1 będzie obowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie **12 tygodni** od dnia podpisania umowy;
 - 4.1.2 Wykonawca, który złoży ofertę na zakres nr 2 będzie obowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie **do 8 tygodni** od daty podpisania umowy;
 - 4.1.3 Wykonawca, który złoży ofertę na zakres nr 3 będzie obowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie **do 6 tygodni** od daty podpisania umowy.
- 4.2 Wykonawca zobowiązany jest załączyć do oferty mediaplan (harmonogram rzeczowo - finansowy) realizacji kampanii uwzględniający terminy wykonania zamówienia podane w pkt. 4.1 do 4.4 siwz (zarówno w przypadku złożenia oferty na wykonanie całości przedmiotu zamówienia, jak i w przypadku złożenia oferty częściowej).
- 4.3 Zamawiający wskazuje, że Wykonawcy, który złoży ofertę na wykonanie całości przedmiotu zamówienia wynagrodzenie wypłacane będzie po

zakończeniu danego typu kampanii z zastrzeżeniem zdania drugiego, na podstawie podpisanego bez zastrzeżeń protokołu odbioru, którego podstawą wystawienia będzie raport.. Wynagrodzenie za wykonanie zakresu 1 (internet) będzie wypłacane w sposób następujący:

- 4.3.1 I część -po osiągnięciu co najmniej 10 000 klików odpowiednio dla reklamy linków sponsorowanych i kampanii kontekstowej, jednak nie wcześniej niż po upływie 4 tygodni od momentu uruchomienia tej części kampanii.
- 4.3.2 II część - o zrealizowaniu całości kampanii tj. co najmniej 20 000 klików

V. Wykluczenie Wykonawcy

Z postępowania o udzielenie zamówienia wyklucza się:

- 5.1 wykonawców, w stosunku do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem wykonawców, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego;
- 5.2 wykonawców, którzy zalegają z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, z wyjątkiem przypadków gdy uzyskali oni przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie, rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
- 5.3 podmioty wskazane w art. 24 ust. 1 pkt. 4-11 ustawy - Prawo zamówień publicznych;
- 5.4 wykonywali bezpośrednio czynności związane z przygotowaniem prowadzonego postępowania, z wyłączeniem czynności wykonywanych podczas dialogu technicznego, o którym mowa w art. 31a ust. 1, lub postęgowali się w celu sporządzenia oferty osobami uczestniczącymi w dokonywaniu tych czynności, chyba że udział tych wykonawców w postępowaniu nie utrudni uczciwej konkurencji; przepisu nie stosuje się do wykonawców, którym udziela się zamówienia na podstawie art. 62 ust. 1 pkt 2 lub art. 67 ust. 1 pkt 1 i 2;
- 5.5 złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ lub mogące mieć wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- 5.6 nie wykazali spełniania warunków udziału w postępowaniu;
- 5.7 należąc do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.5)), złożyli odrębne oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w tym samym postępowaniu, chyba że wykażą, że istniejące między nimi powiązania nie prowadzą do zachwiania uczciwej konkurencji pomiędzy wykonawcami w postępowaniu o udzielenie zamówienia;
- 5.8 wykonawcę, który w okresie 3 lat przed wszczęciem postępowania, w sposób zawiniony poważnie naruszył obowiązki zawodowe, w szczególności, gdy wykonawca w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa nie wykonał lub nienależycie wykonał zamówienie, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą dowolnych środków dowodowych, jeżeli Zamawiający przewidział taką możliwość wykluczenia wykonawcy w ogłoszeniu o zamówieniu, w specyfikacji istotnych warunków zamówienia lub w zaproszeniu do negocjacji. Zamawiający nie wyklucza z postępowania o udzielenie zamówienia wykonawcy, który udowodni, że podjął konkretne środki techniczne, organizacyjne i kadrowe, które mają zapobiec zawinionemu i poważnemu naruszaniu obowiązków zawodowych w przyszłości oraz naprawił szkody powstałe w wyniku naruszenia obowiązków zawodowych lub zobowiązał się do ich naprawienia.

VI. Dokumenty wymagane w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia, tj.:

- 6.1 oświadczenia o braku podstaw do wykluczenia według wzoru stanowiącego załącznik nr 3 do siwz;
- 6.1 aktualnego odpisu z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 p.z.p., wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;
- 6.2 aktualnego zaświadczenia właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzającego, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawionego nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;
- 6.3 aktualnego zaświadczenia właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzającego, że wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia zdrowotne i społeczne, lub potwierdzenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawionego nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;
- 6.4 oświadczenie o braku przynależności do grupy kapitałowej według wzoru stanowiącego załącznik nr 8 do siwz.
- 6.5 informacja medialna według wzoru stanowiącego załącznik nr 9.

VII. Warunki wymagane od Wykonawców:

- 7.1 O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy spełniają warunki, dotyczące:
 - 7.1.1. posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania;
 - 7.1.2. posiadania wiedzy i doświadczenia;
 - 7.1.3. dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
 - 7.1.4. sytuacji ekonomicznej i finansowej.
- 7.2 Warunki w zakresie wiedzy i doświadczenia dla Wykonawcy składającego ofertę na cały przedmiot zamówienia obejmują wykonanie w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej:
 - 7.2.1 2 kampanii promocyjnych w internecie, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto oraz
 - 7.2.2 2 kampanii prasowych, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto oraz
 - 7.2.3 2 kampanii telewizyjnych, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto.
- 7.3 Warunki w zakresie wiedzy i doświadczenia dla Wykonawców składających oferty częściowe obejmują wykonanie w ciągu ostatnich 3

lat przed upływem terminu składania ofert, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, co najmniej:

7.3.1 dla zakresu nr 1 - co najmniej 2 kampanii promocyjnych w internecie, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto.

7.3.2 dla zakresu nr 2 - co najmniej 2 kampanii prasowych, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto.

7.3.3 dla zakresu nr 3 - co najmniej 2 kampanii telewizyjnych, każda o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto.

7.4 Warunki w zakresie dysponowania osobami zdolnymi do wykonania zamówienia dla Wykonawcy składającego ofertę na cały przedmiot zamówienia obejmują dysponowanie co najmniej 3 następującymi osobami:

7.4.1 specjalista ds. zakupu mediów - legitymujących się minimum 3-letnim doświadczeniem na tym stanowisku;

7.4.2 specjalista odpowiedzialny za realizację kampanii internetowych w tym optymalizację kampanii, zarządzanie budżetem, dobór fraz kluczowych z minimum 2-letnim doświadczeniem na tym stanowisku oraz realizacją przynajmniej 2 kampanii internetowych ze wskaźnikiem CTR minimum 4% oraz

7.4.3 grafik odpowiedzialny za projektowanie banerów reklamowych w kampaniach internetowych z minimum 2-letnim doświadczeniem na tym stanowisku.

7.5 Warunki w zakresie dysponowania osobami zdolnymi do wykonania zamówienia dla Wykonawców składających oferty na poszczególne części zamówienia obejmują dysponowanie następującymi osobami:

7.5.1 dla zakresu nr 1 - co najmniej 2 następującymi osobami:

7.5.1.1 specjalista odpowiedzialny za realizację kampanii internetowych w tym optymalizację kampanii, zarządzanie budżetem, dobór fraz kluczowych z minimum 2-letnim doświadczeniem na tym stanowisku oraz realizacją przynajmniej 2 kampanii internetowych ze wskaźnikiem CTR minimum 4% oraz

7.5.1.2 grafik odpowiedzialny za projektowanie banerów reklamowych w kampaniach internetowych z minimum 2-letnim doświadczeniem na tym stanowisku.

7.5.2 dla zakresu nr 2 - co najmniej 1 następującą osobą/ specjalistą ds. zakupu mediów - legitymującym się minimum 3-letnim doświadczeniem na tym stanowisku;

7.5.3 dla zakresu nr 3 - co najmniej 1 następującą osobą/ specjalistą ds. zakupu mediów - legitymującym się minimum 3-letnim doświadczeniem na tym stanowisku.

VIII. Dokumenty wymagane w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu:

W celu potwierdzenia spełniania wymaganych warunków Wykonawcy obowiązani są złożyć następujące dokumenty:

8.1 informacja Wykonawcy według wzoru stanowiącego załącznik nr 5 do siwz, iż przeprowadził w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - to w tym okresie usług, o których mowa w pkt. 7.2 i 7.3 siwz wraz z dokumentami potwierdzającymi ich należyte wykonanie;

8.2 informacja Wykonawcy według wzoru stanowiącego załącznik nr 6 do siwz dotycząca osób, które będą uczestniczyć przy realizacji zamówienia zgodnie z pkt. 7.4 i 7.5 siwz, do której załącznik stanowić będzie oświadczenie Wykonawcy o posiadaniu przez ww. osoby kwalifikacji/

doświadczenia wskazanych w pkt. 7.4. i 7.5, z podaniem zakresu obowiązków/ zrealizowanych projektów/ terminów wykonywania zadań/ projektów.

Zamawiający dokona oceny spełniania przez Wykonawcę warunków, o których mowa wyżej, poprzez sprawdzenie złożonych przez Wykonawcę stosownych oświadczeń i dokumentów. Ocena spełnienia warunków wymaganych od Wykonawców zostanie dokonana według formuły: SPEŁNIA/NIE SPEŁNIA.

IX. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia

9.1 W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, każdy z przedsiębiorców tworzących konsorcjum (spółkę cywilną) składa oddzielnie:

9.1.1. oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia,

9.1.2. aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;

9.1.3. aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzające, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;

9.1.4. aktualne zaświadczenie właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzające, że wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia zdrowotne i społeczne, lub potwierdzenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

9.2. W odniesieniu do pozostałych dokumentów Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia składają jeden lub kilka dokumentów tak, aby wspólnie udokumentować spełnianie warunków podmiotowych oraz dotyczących przedmiotu zamówienia. Wymagane oświadczenia należy złożyć w sposób wyraźnie wskazujący, iż oświadczenie składają wszyscy Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia.

9.3. Nadto, Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia. Pełnomocnictwo winno być załączone, w formie oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii do oferty. Dopuszczalne jest również dołączenie kopii pełnomocnictwa poświadczonej za zgodność z oryginałem przez mocodawcę.

X. Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów potwierdzających brak podstaw do wykluczenia z udziału w postępowaniu składa dokumenty, o których mowa w §4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2009 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy, oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane (Dz.U.09.226.1817). W szczególności zaś Zamawiający wyjaśnia, że:

10.1 Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów, o których mowa w pkt. 9.1.2, 9.1.3 i 9.1.4 siwz składa dokument lub dokumenty

wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że:

10.1.1 nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości,

10.1.2 nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne albo że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu.

10.2 Jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt. 10.1 siwz, zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania.

XI. Termin, do którego Wykonawca będzie związany złożoną ofertą:

11.1 Wykonawca będzie związany złożoną ofertą przez 60 dni.

11.2 Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

XII. Opis sposobu przygotowywania ofert

12.1 Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.

12.2 Oferta powinna mieć formę pisemną pod rygorem nieważności. Zamawiający nie dopuszcza możliwości złożenia oferty w formie elektronicznej.

12.3 Oferta musi być sporządzona według wzoru formularza oferty stanowiącego załącznik nr 2 do siwz. W przypadku, gdy Wykonawca składa ofertę na swoim formularzu, musi ona zawierać wszystkie elementy zawarte w ww. załączniku, pod rygorem odrzucenia oferty.

12.4 Wszelkie koszty związane z przygotowaniem oferty ponosi składający ofertę.

12.5 Treść oferty musi odpowiadać treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

12.6 Oferta powinna być napisana pismem maszynowym, komputerowym albo ręcznym w sposób czytelny, pismem czytelnym.

12.7 Poprawki w ofercie muszą być naniesione czytelnie oraz opatrzone podpisem osoby podpisującej ofertę.

12.8 Wskazany jest by pierwsza strona oferty zawierała spis wszystkich dokumentów znajdujących się w kopercie / opakowaniu.

12.9 Opis szczegółowych wymagań dotyczących dokumentów wymaganych w niniejszym postępowaniu znajduje się w pkt. VI i VIII siwz.

12.10 Wszystkie strony oferty powinny być spięte (zszyte) w sposób trwały, zapobiegający możliwości dekompletacji zawartości oferty.

12.11 Ofertę należy złożyć w nieprzejrzystej, zamkniętej kopercie / opakowaniu w sposób gwarantujący zachowanie poufności jej treści oraz zabezpieczającej jej nienaruszalność do terminu otwarcia ofert. Koperta / opakowanie zawierające ofertę winno być zaadresowane do zamawiającego na adres podany w punkcie I niniejszej specyfikacji i opatrzone nazwą, dokładnym adresem Wykonawcy oraz oznaczone w sposób następujący:

**„Realizacja kampanii wizerunkowo-produktowej w mediach
(internet/ prasa/ telewizja)”**

w związku z Projektem pod nazwą „Utworzenie Parku Naukowo - Technologicznego

Euro-Centrum - rozwój i zastosowanie nowych technologii w obszarze poszanowania energii i jej odnawialnych źródeł”; realizowanym w ramach Osi Priorytetowej 5: Dyfuzja innowacji; Działanie 5.3: Wspieranie Ośrodków Innowacyjności Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, finansowanym ze środków Unii Europejskiej oraz środków budżetu Państwa; w związku z umową o udzielenie wsparcia z dnia 08 października 2010 r. o nr POIG.05.03.00-00-010/10-07

Nie otwierać przed dniem 24 lutego 2015 r. godz. 12:15

- 12.12 Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za zdarzenia wynikające z nienależytego oznakowania koperty/opakowania lub braku którejkolwiek z wymaganych informacji.
- 12.13 W przypadku unieważnienia postępowania o udzielenie zamówienia z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego, Wykonawcom, którzy złożyli oferty niepodlegające odrzuceniu, nie przysługuje roszczenie o zwrot uzasadnionych kosztów uczestnictwa w postępowaniu, w szczególności kosztów przygotowania oferty.
- 12.14 Językiem obowiązującym w niniejszym postępowaniu jest język polski.
- 12.15 Do oferty Wykonawca dołącza:
 - 12.15.1 pełnomocnictwo osoby podpisującej ofertę. Pełnomocnictwo winno być załączone do oferty w formie oryginału lub kopii notarialnie poświadczonej za zgodność z oryginałem. Dopuszczalne jest również dołączenie kopii pełnomocnictwa poświadczonej za zgodność z oryginałem przez mocodawcę - w przypadku, gdy oferta jest podpisywana przez pełnomocnika,
 - 12.15.2 parafowany na każdej stronie i podpisany na stronie ostatniej projekt umowy stanowiącej załącznik nr 1 do siwz,
 - 12.15.3 dokumenty wskazane w pkt. VI siwz,
 - 12.15.4 dokumenty wskazane w pkt. VIII siwz,
 - 12.15.5 oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu według wzoru stanowiącego załącznik nr 4 do siwz;
 - 12.15.6 oświadczenie o braku powiązań osobowych i kapitałowych według wzoru stanowiącego załącznik nr 7 do siwz;
 - 12.15.7 informację medialną według wzoru stanowiącego załącznik nr 9 do siwz.

XIII. Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert

- 13.1 Oferty należy dostarczyć do dnia 24 lutego 2015 r. do godz. 12:00 na adres Zamawiającego podany w punkcie I niniejszej specyfikacji istotnych warunków zamówienia, sekretariat.
- 13.2 Wykonawca może, przed upływem terminu do składania ofert, **zmienić lub wycofać ofertę**. Zmiana, jak i wycofanie oferty, wymagają zachowania formy pisemnej.
- 13.3 Zmiany dotyczące treści oferty powinny być przygotowane, opakowane oraz zaadresowane na adres Zamawiającego podany w punkcie I siwz, w sposób opisany w punkcie niniejszej specyfikacji istotnych warunków zamówienia i dodatkowo opatrzone napisem "Zmiana". Podobnie w przypadku powiadomienia o wycofaniu oferty - opatrzone napisem "Wycofane". Koperty oznaczone w podany wyżej sposób będą otwierane w pierwszej kolejności.
- 13.4 Wykonawca nie może wycofać oferty lub wprowadzić zmian w jej treści po upływie terminu składania ofert.
- 13.5 Z zawartością ofert nie można zapoznać się przed upływem terminu otwarcia ofert.

- 13.6 Otwarcie złożonych ofert nastąpi w dniu 24 lutego 2015 r. do godz. 12:15 w siedzibie Zamawiającego, sala konferencyjna. Otwarcie ofert nie jest jawne.
- 13.7 Oferty złożone po terminie zwraca się bez otwierania po upływie terminu do składania ofert z podaniem przyczyny ich zwrotu.
- 13.8 Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.

XIV. Kryteria oceny ofert: cena brutto za wykonanie całego przedmiotu zamówienia/lub poszczególnych części tj. za przeprowadzenie kampanii w internecie, prasie i telewizji.

Zamawiający wyjaśnia, że w pierwszej kolejności będzie oceniał oferty złożone na wykonanie całości przedmiotu zamówienia.

W sytuacji, w której cena najkorzystniejszej oferty złożonej na całość przedmiotu zamówienia będzie przewyższała kwotę, jaką Zamawiający może przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia lub nie zostanie złożona żadna oferta nie podlegająca odrzuceniu, Zamawiający przystąpi do oceny ofert częściowych.

- 14.1. Cena oferty uwzględnia wszystkie zobowiązania wykonawcy, musi być podana w PLN cyfrowo i słownie, z wyodrębnieniem należnego podatku VAT.
- 14.2. Cena podana w ofercie powinna obejmować wszystkie koszty i składniki związane z wykonaniem zamówienia. Przy wycenie robót w celu określenia ceny ofertowej - ryczałtowej wykonawca winien sprawdzić dokumenty przetargowe.
- 14.3. Wykonawca podaje w ofercie cenę ryczałtową.
- 14.4. Cena netto, podatek VAT oraz cena brutto muszą być wyliczone w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku (zgodnie z matematyczną zasadą zaokrąglania: poniżej 5 należy końcówkę pominąć, równe i powyżej 5 należy zaokrąglić w górę).
- 14.5. Cenę za wykonanie przedmiotu zamówienia należy przedstawić w „formularzu ofertowym” stanowiącym załącznik do niniejszej specyfikacji istotnych warunków zamówienia.
- 14.6. Ocena punktowa ceny oferty zostanie ustalona wg następującego wzoru:

cena najniższa (brutto)

..... x 100 pkt = liczba uzyskanych punktów

cena badanej oferty

- 14.7. Jedynym kryterium wyboru oferty jest cena - 100 %.
- 14.8. W toku dokonywania badania i oceny ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Wykonawcę wyjaśnień treści złożonych przez niego ofert.

XV. Sposób udzielania wyjaśnień dotyczących specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

- 15.1 Każdy Wykonawca ma prawo zwrócić się do zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia w terminie nie później niż 4 dni przed terminem składania ofert.
- 15.2 Pytania Wykonawców powinny być formułowane na piśmie i składane na adres Zamawiającego.
- 15.3 Zamawiający zamieści pytanie i odpowiedź na stronie internetowej Zamawiającego.
- 15.4 W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed terminem składania ofert, Zamawiający może w każdym czasie zmienić treść dokumentów składających się na siwz. Każda wprowadzona zmiana do siwz staje się częścią składową dokumentacji postępowania. O każdej ewentualnej zmianie Zamawiający powiadomi niezwłocznie wszystkich uczestników postępowania i zmiana ta jest dla nich wiążąca. Zmiany będą zamieszczane na stronie internetowej Zamawiającego.

15.5 W przypadku, gdy zmiana treści siwz powodować będzie konieczność modyfikacji lub uzupełnienia ofert wymagającą dodatkowego czasu na wprowadzenie zmian w ofertach, Zamawiający przedłuży termin składania ofert. W takim przypadku wszelkie prawa i zobowiązania Wykonawcy i Zamawiającego odnośnie wcześniej ustalonych terminów będą podlegały nowemu terminowi.

XVI. Sposób porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami

W niniejszym postępowaniu wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Zamawiający i Wykonawcy przekazują pisemnie lub faksem (fax czynny codziennie od poniedziałku do piątku w godz. 08.00 - 16.00). Zamawiający *dopuszcza porozumiewania się drogą elektroniczną - osobą wyłącznie uprawnioną ze strony Zamawiającego do komunikowania się z wykonawcami drogą elektroniczną jest Pani Ilona Ptak; adres email: i.ptak@euro-centrum.com.pl*. W przypadku oświadczeń, wniosków, zawiadomień lub informacji przekazywanych faksem, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.

XVII. Tryb zawarcia umowy:

Wykonawcy, których złożą ofert w postępowaniu, zostaną zaproszeni do negocjacji. Umowa zostanie zawarta na warunkach wynikających ze wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszej specyfikacji z Wykonawcą, którego oferta w wyniku przeprowadzonych negocjacji zostanie uznana za najkorzystniejszą. Wykonawca ma obowiązek dołączyć do oferty parafowany wzór umowy, na podstawie której realizowany będzie przedmiot zamówienia.

XVIII. Zamawiający poinformuje o wyniku niniejszego postępowania zamieszczając stosowną informację na swojej stronie internetowej. Wykonawców, którzy złożyli oferty w przedmiotowym postępowaniu, Zamawiający powiadomi pisemnie o jego wyniku.

XIX. W postępowaniu nie przysługują protesty, odwołania ani inne środki odwoławcze.

XX. Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania w każdym czasie bez podawania przyczyny.

Wykaz załączników:

1. załącznik nr 1 - wzór umowy,
2. załącznik nr 2 - formularz ofertowy,
3. załącznik nr 3 - oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia,
4. załącznik nr 4 - oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu,
5. załącznik nr 5 - informacja dotycząca doświadczenia,
6. załącznik nr 6 - informacja dotycząca osób zdolnych do wykonania zamówienia,
7. załącznik nr 7 - informacja o braku powiązań osobowych i kapitałowych,
8. załącznik nr 8 - oświadczenie o braku przynależności do grupy kapitałowej,
9. załącznik nr 9 - informacja medialna.