Nr sprawy AG-252/PBN/3/24

SPECYFIKACJA WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (SWZ)

na usługi

Tryb podstawowy bez negocjacji

**Opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”, jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu**

# Informacja o postępowaniu

**Zamawiający**

Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna im. Konstantego Prusa w Rybniku

ul Szafranka 7, 44-200 Rybnik

ogłasza postępowanie o wartości mniejszej niż próg unijny,

w trybie podstawowym, bez negocjacji:

Opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”, jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu

Znak postępowania: AG-252/PBN/3/24

Uwaga: W korespondencji kierowanej do Zamawiającego należy posługiwać się tym znakiem.

**Finansowanie zamówienia**

Zamówienie jest finansowane przez Unię Europejską w ramach Programu FE SL na lata 2021–2027 (Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji).

Postępowanie zostanie przeprowadzone na podstawie ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, przepisów wykonawczych wydanych na jej podstawie oraz niniejszej specyfikacji warunków zamówienia.

Użyte w specyfikacji terminy mają następujące znaczenie:

„Zamawiający” Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna im. Konstantego Prusa w Rybniku

„Postępowanie” postępowanie prowadzone przez Zamawiającego na podstawie niniejszej specyfikacji

„SWZ” niniejsza Specyfikacja Warunków Zamówienia

„Ustawa” ustawa z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych

„Zamówienie” należy przez to rozumieć zamówienie publiczne, którego przedmiot został w sposób szczegółowy opisany w Rozdziale II SWZ

„Wykonawca” osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, która oferuje na rynku wykonanie robót budowlanych lub obiektu budowlanego, dostawę produktów lub świadczenie usług lub ubiega się o udzielenie zamówienia, złożyła ofertę lub zawarła umowę w sprawie zamówienia publicznego

**Obowiązek informacyjny wynikający z art. 13 RODO**

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

1. administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Dyrektor Powiatowej i Miejskiej Biblioteki Publicznej z siedzibą przy ul. Józefa Szafranka 7 w Rybniku (44-200);
2. inspektorem ochrony danych osobowych w Powiatowej i Miejskiej Bibliotece Publicznej w Rybniku jest Pan Jakub Salamon , kontakt: e-mail: [rodo@biblioteka.rybnik.pl](mailto:rodo@biblioteka.rybnik.pl) ;
3. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z przedmiotowym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego~~;~~
4. odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 18 oraz art. 74 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych, dalej „ustawa Pzp”;
5. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy. Zgodnie z Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 stycznia 2011 r. w sprawie instrukcji kancelaryjnej, jednolitych rzeczowych wykazów akt oraz instrukcji w sprawie organizacji i zakresu działania archiwów zakładowych (Dz.U.2011.14.67 z dnia 2011.01.20) teczki aktowe będą przechowywane w archiwum zakładowym przez okres 5 lat w przypadku dokumentacji zamówień publicznych oraz 10 lat w przypadku umów zawartych w wyniku postępowania w trybie zamówień publicznych. W przypadku dofinansowania zamówienia ze środków zewnętrznych dokumentacja zamówień publicznych oraz umowa zawarta w wyniku postępowania będą przechowywane przez okres określony zgodnie z wytycznymi projektu, z którego uzyskano dofinansowanie;
6. obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy Pzp, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;
7. w odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
8. posiada Pani/Pan:

* na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
* na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych **\***;
* na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO \*\*;
* prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;

1. nie przysługuje Pani/Panu:

* w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
* prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
* na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

Wystąpienie z żądaniem, o którym mowa w art. 18 ust. 1 rozporządzenia 2016/679, nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

W trakcie oraz po zakończeniu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, w przypadku gdy wykonanie obowiązków, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 rozporządzenia 2016/679, wymagałoby niewspółmiernie dużego wysiłku, Zamawiający może żądać od osoby, której dane dotyczą, wskazania dodatkowych informacji mających w szczególności na celu sprecyzowanie nazwy lub daty zakończonego postępowania o udzielenie zamówienia.

\*Wyjaśnienie: Skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.

\*\*Wyjaśnienie: Prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego, a także nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia.

# Zamawiający (nazwa i adres oraz inne dane teleinformatyczne)

Nazwa oraz adres Zamawiającego: Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna w Rybniku

ul. Józefa Szafranka 7, 44-200 Rybnik

Numer tel.: +32 42 23 541

Adres poczty elektronicznej: [administracja@biblioteka.rybnik.pl](mailto:administracja@biblioteka.rybnik.pl)

Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:

<https://ezamowienia.gov.pl>

# Adres strony internetowej, na której udostępniane będą zmiany i wyjaśnienia treści SWZ oraz inne dokumenty zamówienia bezpośrednio związane z postępowaniem o udzielenie zamówienia

Zmiany i wyjaśnienia treści SWZ oraz inne dokumenty zamówienia bezpośrednio związane z postępowaniem o udzielenie zamówienia będą udostępniane na stronie internetowej:

[https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-3e955461-933b-40e9-b1a3-d10743ca2761](https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-3e955461-933b-40e9-b1a3-d10743ca2761%20)

# Tryb udzielenia zamówienia

Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie podstawowym, na podstawie art. 275 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych.

# Informacja, czy Zamawiający przewiduje wybór najkorzystniejszej oferty z możliwością prowadzenia negocjacji

Zamawiający nie przewiduje wyboru najkorzystniejszej oferty z możliwością prowadzenia negocjacji.

# Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości”, jej wdrożenie i wsparcie w prowadzeniu.

1. **Ogólne założenia kampanii**
   1. Projekt „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości” zakłada kompleksowe działania budujące odporność lokalnej społeczności na konsekwencje transformacji energetycznej regionu oraz zwiększenie świadomego udziału mieszkańców, osób pracujących i mieszkających w Rybniku w procesie zmian klimatycznych, przy równoczesnym zachowaniu tożsamości lokalnej, więzi z historią i dziedzictwem przemysłowym, (zwłaszcza dziedzictwem niematerialnym). Projekt „Rybnik – w kierunku zielonej przyszłości” jest finansowany przez Unię Europejską w ramach Programu FE SL na lata 2021 – 2027 (Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji). Projekt realizowany jest przez Miasto Rybnik z partnerami projektu: Stowarzyszeniem Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS, Fundacją „Superfundacja”, Stowarzyszeniem „17-tka”, Stowarzyszeniem Oświatowym „Rodzice Dzieciom”.

Odporność społeczności rozpoznaje się po jej zdolności do podejmowania działań samopomocowych i organizacyjnych w czasach kryzysu, zmiany czy transformacji regionu. Źródłem tej odporności muszą być silne lokalne i działające lokalnie organizacje pozarządowe. Budujemy potencjał tych organizacji, a także wspieramy inicjatywy oddolne mieszkańców. Celem projektu jest zwiększenie poziomu aktywności mieszkańców Rybnika uczestniczących w procesie sprawiedliwej transformacji poprzez wzmocnienie ich potencjału społecznego w okresie realizacji projektu czyli do 30.06.2026 r. W projekcie zaplanowano m.in. realizację zadania „Kampania edukacyjna procesu sprawiedliwej transformacji”, w ramach którego będą prowadzone działania informacyjne na temat tego procesu oraz działania budujące akceptację zmiany klimatycznej, gospodarczej i społecznej Rybnika. W kampanii będzie wykorzystywana wiedza ekspercka z dziedzin, takich jak ekologia, transformacja energetyczna i gospodarcza, a także komunikowane będą strategiczne działania związane z procesem sprawiedliwej transformacji. Kampania ma również na celu budowanie tożsamości mieszkańców Rybnika w oparciu o dziedzictwo niematerialne regionu.

Strategia komunikacji zakłada dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców, którymi są mieszkańcy Rybnika, w związku z czym stosowane będą zdywersyfikowane kanały dotarcia: media społecznościowe (profil kampanii oraz Archiwum Rybniczanek i Rybniczan), Gazeta Rybnicka (wydanie papierowe dedykowane osobom starszym i wydanie elektroniczne dostępne na urządzeniach mobilnych), tablice ogłoszeniowe, banery i citylighty. Kampania będzie prowadzona przez pracowników Zamawiającego (po stronie Zamawiającego będzie prowadzenie bieżącej komunikacji w mediach społecznościowych, nagranie i emisja podcastów oraz zamówienie materiałów filmowych, które będą wykorzystywane w projekcie). Wykonawca w ramach zadania będzie także wspierać Zamawiającego podczas prowadzenia kampanii (dokładny opis znajduje się w pkt. 2.5).

* 1. Obszary tematyczne projektu „Rybnik – w kierunku Zielonej przyszłości”, wokół których ma być prowadzona kampania:

1. klimat (ekologia, ze szczególnym uwzględnieniem zmian klimatu),
2. gospodarka (ze szczególnym uwzględnieniem energetyki),
3. lokalna historia i tożsamość,
4. psychologia zmiany.
   1. Strategia kampanii edukacyjno-informacyjnej opracowana przez Wykonawcę musi spełniać co najmniej następujące warunki:
5. strategia ma być nakierowana na cel projektu, którym jest zwiększenie akceptacji procesu transformacji wśród mieszkańców, osób pracujących i uczących się w Rybniku,
6. kampania powinna być sformatowana pod zasięg lokalny – powinna zostać sprofilowana do mieszkańców, osób pracujących i uczących się w Rybniku,
7. przygotowana strategia ma uwzględniać sporządzenie rekomendacji dotyczących sposobu prowadzenia profili w mediach społecznościowych (dedykowanych profilu kampanii oraz Archiwum Rybniczanek i Rybniczan – minimum 3 platformy dla profilu kampanii i 4 platformy dla profilu Archiwum Rybniczanek i Rybniczan),
8. kampania ma uwzględniać stworzenie rekomendacji sposobu prowadzenia komunikacji wykorzystanie mediów lokalnych: radio, prasa, serwisy internetowe (w tym formaty internetowe) i związanych z nimi profili w mediach społecznościowych,
9. kampania ma uwzględniać wykorzystanie nośników offline, znajdujących się na terenie Rybnika: banery, citylighty i tablice ogłoszeniowe instytucji miejskich. Media te należy uwzględnić w strategii, natomiast szablony poszczególnych formatów – należy stworzyć na etapie projektowania graficznego (etap 3. przedmiotu zamówienia),
10. kampania ma uwzględniać skorelowanie treści publikowanych w ramach kampanii z działaniami podejmowanymi przez realizatorów projektu, w tym wsparcie w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych na temat transformacji energetycznej regionu,
11. kampania na uwzględniać prowadzenie komunikacji motywującej do podejmowania inicjatyw, zmiany postaw społecznych, pogłębiania wiedzy na temat transformacji regionu, w celu aktywizacji społeczności lokalnej z uwzględnieniem działań wolontariackich,
12. prowadzenie działań informacyjno-edukacyjnych ma być adresowane do mieszkanek i mieszkańców miasta Rybnika, oraz osób pracujących i uczących się w tym mieście w zakresie sprawiedliwej transformacji nakierowanych na zmianę nastawienia lokalnej społeczności do omawianych zagadnień.
    1. Wykonawca na etapie realizacji kampanii powinien wykazać, że zaproponowana przez niego strategia działań informacyjno-edukacyjnych prowadzi do skutecznego przygotowania grupy docelowej do zmian transformacyjnych. Opracowana strategia ma uwzględniać skuteczną komunikację oraz dotarcie do grupy docelowej, a Wykonawca będzie posługiwał się mierzalnymi wskaźnikami, które pozwolą monitorować efekty kampanii zarówno pod kątem skutecznego zasięgu, jak i odbioru i akceptacji treści.
13. **Etapy prac nad kampanią**
    1. Wykonawca powoła zespół do opracowania strategii kampanii, jej wdrożenia i wsparcia w jej prowadzeniu składający się z co najmniej grafika, programisty, specjalisty ds. mediów społecznościowych oraz copywritera. Pracami zespołu będzie kierować wyznaczony przez Wykonawcę koordynator.
    2. **Etap I: warsztaty strategiczne i opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej**
       1. W ramach wypracowywania strategii wymagane jest zorganizowanie przez Wykonawcę w miejscu wskazanym przez Zamawiającego warsztatów z realizatorami, które mają na celu:
14. uszczegółowienie celów i zakładanych efektów projektu,
15. określenie tego, czym jest transformacja będąca przedmiotem projektu, zdefiniowanie problemu społecznego z jakim się mierzymy,
16. określenie roli i zachowań społecznych istotnych w perspektywie projektu (obecne i docelowe wzorce postaw, zbiory potrzeb i obaw),
17. określenie czynników wewnętrznych i zewnętrznych związanych z projektem oraz jego mocnych i słabych stron,
18. określenie misji i wizji, a także struktury projektu,
19. dookreślenie kluczowych grup docelowych,
20. dookreślenie kanałów komunikacyjnych lokalnych i regionalnych mediów, rozgłośni radiowych, stacji TV, prasy, portali informacyjnych,
21. wyznaczenie etapów kampanii i celów szczegółowych do osiągnięcia na poszczególnych etapach, a także stworzenie szczegółowego harmonogramu prac,
22. wypracowanie big idea kampanii — opracowanie storytellingu, claimu, tonu kampanii, języka komunikacji, kierunku key visual (kluczowego przekazu wizualnego), haseł promocyjnych,
23. przygotowanie listy lokalnych ambasadorów zmiany (minimum 10 propozycji),
24. wypracowanie konkretnych haseł promocyjnych,
25. wypracowanie modelu strony internetowej Archiwum Rybniczanek i Rybniczan,
26. wytyczenie kierunku 2-letniej komunikacji,
27. opracowanie taktyk komunikacyjnych, składających się na promocję marki oraz wyróżników komunikacyjnych,
28. opracowanie wytycznych dla prowadzenia kampanii informacyjnej i edukacyjnej w social mediach - wypracowanie cykli tematycznych komunikacji w social mediach (raz na kwartał propozycja dwóch cykli). Cykle tematyczne powinny obejmować okres prowadzenia kampanii – do 30 czerwca 2026. Kampania w social mediach (z wykorzystaniem reklam płatnych) powinna być skierowana do grupy docelowej wyznaczonej w strategii kampanii,
29. opracowanie strategii postępowania w przypadku ewentualnych kryzysów komunikacyjnych,
30. wypracowanie loga głównego kampanii/projektu oraz key visual.
    * 1. Warsztaty zostaną przeprowadzone w łącznej liczbie 9 godzin warsztatowych (liczonych w godzinach zegarowych) w postaci 3 spotkań prowadzonych w dni robocze między godziną 8.00 a 15.00. Wykonawca przeprowadzi je według następującego harmonogramu:
31. spotkanie inicjujące – minimum 2 godziny (zapoznanie się z dokumentacją, rozmowa z uczestnikami),
32. warsztaty strategiczne – minimum 5 godzin z jedną 15-minutową przerwą,
33. spotkanie podsumowujące – 2 godziny (zamknięcie wątków, dopracowanie wizji i celu warsztatów, dodatkowe zapytania, usystematyzowanie wiedzy o projekcie).
    * 1. Podczas warsztatów przewiduje się udział 12-15 uczestników. Będzie to grupa zamknięta składająca się z realizatorów projektu. Rekrutacja uczestników warsztatów leży po stronie Zamawiającego.
      2. Zamawiający zobowiązuje się zapewnić nieodpłatnie przestrzeń do organizacji warsztatów (na terenie miasta Rybnika). Wykonawca nie ponosi kosztów związanych z transportem i wyżywieniem uczestników warsztatów. W przypadku, gdy z tytułu organizacji warsztatów po stronie Wykonawcy powstaną dodatkowe koszty, ich pokrycie pozostaje obowiązkiem Wykonawcy.
      3. Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia kontekstu projektu. Wykonawca na podstawie analizy dyskusji ma zidentyfikować problemy komunikacyjne i przedstawić propozycje rozwiązań.
      4. Wykonawca opracuje listę z 3 propozycjami nazwy kampanii oraz claimu (głównego hasła przygotowanego na etapie brandingu, komunikującego charakter kampanii), a także 3 propozycje loga i Key visual (głównego przekazu wizualnego kampanii). Po zaakceptowaniu przez Zamawiającego propozycji nazwy i claimu, Wykonawca przystąpi do przygotowywania dokumentu strategicznego na podstawie informacji pozyskanych od uczestników warsztatów. Ustalenia w tej sprawie odbędą się drogą mailową.
      5. Na podstawie zaakceptowanego loga kampanii Wykonawca wykona loga pozostałych elementów projektu: logo Urban Labu, logo Archiwum Rybniczanek i Rybniczan, logo Centrum Edukacji Regionalnej.
      6. Wszystkie materiały graficzne muszą nawiązywać do SIW miasta Rybnika, który jest dostępny na stronie <https://siw.rybnik.eu/>. Po naniesieniu ewentualnych poprawek (zgodnie z pkt 3 – harmonogram realizacji prac). Wykonawca przekaże drogą mailową pliki w formatach: jpg, png, psd (plik otwarty). Wszystkie logotypy mają być opracowane w dwóch wersjach: kolorowej i monochromatycznej.
      7. Bezpośrednim efektem warsztatów będzie przygotowany przez Wykonawcę dokument, przedstawiający strategię przeprowadzenia kampanii informacyjno-edukacyjnej. Wypracowana podczas warsztatów strategia powinna:
34. być jasna, spójna i komunikatywna,
35. sprawić, by projekt był widoczny na rynku lokalnym,
36. być zrozumiała dla odbiorców,
37. być ciekawa dla odbiorców,
38. być przekonująca dla odbiorców.
    * 1. Strategia, o której mowa w pkt. 2.2.9., zostanie przedstawiona podczas dodatkowego spotkania trwającego 2-3 godziny zegarowe w miejscu wskazanym przez Zamawiającego, w trakcie którego zaprezentowanie zostanie skrótowy dokument przedstawiający opracowaną przez Wykonawcę spójną strategię w formie prezentacji, na podstawie wniosków z warsztatów strategicznych (w języku polskim), proponującą jasną architekturę komunikacji (w tym wybór kanałów komunikacyjnych), komunikacje wizualną kampanii (wraz z przykładami jej wykorzystania: min. 2 formaty dla mediów społecznościowych i min. 2 formaty dla działań offline – citylight, plakat) oraz szczegółowe wytyczne do jej prowadzenia. Spotkanie, podczas którego zostanie przedstawiona strategia, nie wchodzi w zakres godzinowy prowadzonych warsztatów.
      2. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu drogą mailową pełną wersję dokumentu opisującego strategię działań marketingowych. Strategia zaproponowana przez Wykonawcę musi zawierać wszystkie elementy zawarte w pkt 2.2.1.
      3. Harmonogram prac nad zadaniem ujęto w pkt. 3. opisu zamówienia.
    1. **Etap II: przygotowanie systemu identyfikacji wizualnej dla różnych elementów projektu**
       1. Na podstawie wniosków z przeprowadzonych warsztatów strategicznych, o których mowa w punkcie 2.2. Wykonawca musi przygotować system identyfikacji wizualnej kampanii – bazując na zaakceptowanym przez Zamawiającego logo i key visual kampanii, a także logotypów ujętych w pkt. 2.2.7.
       2. System identyfikacji wizualnej projektu uwzględniać będzie:
39. opracowanie Księgi Znaku dla wszystkich zaakceptowanych projektów (logo projektu/kampanii, logo Urban Labu, logo Archiwum Rybniczanek i Rybniczan, logo Centrum Edukacji Regionalnej), określającej:
40. opis znaku – wygląd, budowa, pole ochronne, odmiany użytkowe, zakres stosowania,
41. specyfikację typograficzną,
42. specyfikację kolorystyczną
43. stosowanie: skalowanie, umieszczanie, konstansy kompozycyjne, stosowanie na różnych tłach, zestawienie z elementami przy uwzględnieniu różnych mediów oraz nośników,
44. przykłady zastosowania w materiałach,
45. krótką instrukcję tworzenia materiałów z wykorzystaniem opracowanych znaków,
46. formy niedozwolone.

Księga znaku ma zostać przedstawiona w formie pliku .pdf.

1. opracowanie szablonów do formatów wypracowanych podczas warsztatów strategicznych:
2. w stosunku do Archiwum Rybniczanek i Rybniczan: grafiki profilowe na minimum 3 platformy w mediach społecznościowy, grafiki tła na minimum 2 platformy w mediach społecznościowych, szablon tła filmu, okładka podcastu,
3. w stosunku do prowadzonej kampanii: grafiki profilowe na minimum 3 platformy w mediach społecznościowy, grafiki tła na minimum 2 platformy w mediach społecznościowych, szablonu tła filmu (w formacie pionowym i poziomym), szablon do mediów społecznościowych, uwzględniający wprowadzenie wypowiedzi eksperta, szablon plakatu, szablon prezentacji ekranowej zawierającej slajd tytułowy, przekładkę, slajd ze zdjęciem i tekstem.
4. Wykonawca udostępni Zamawiającemu źródłowe pliki graficzne do dalszego wykorzystania przez Zamawiającego w programie wspólnie zatwierdzonym z Zamawiającym w sposób, który umożliwi zamawiającemu łatwe edytowanie grafik.
   * 1. Wszystkie przedstawione projekty muszą nawiązywać do SIW miasta Rybnik ([<https://siw.rybnik.eu/>/](https://siw.rybnik.eu/))
     2. Projekty materiałów informacyjnych i promocyjnych mają zostać opracowane z uwzględnieniem znaku Funduszy Europejskich oraz znaku Unii Europejskiej zgodnie z wytycznymi zawartymi w „Zasadach promocji i oznakowania projektów w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027”. Każde oznaczenie w wersji pełnokolorowej musi zawierać następujące znaki:
5. znak Funduszy Europejskich (granatowy trapez z trzema gwiazdami: białą, żółtą i czerwoną) z dopiskiem Fundusze Europejskie dla Śląskiego,
6. biało-czerwoną flagę z dopiskiem Rzeczpospolita Polska,
7. znak Unii Europejskiej (Napis "Dofinansowane przez Unię Europejską" i flaga europejska przedstawiająca 12 złotych gwiazd na błękitnym tle),
8. znak graficzny Województwa Śląskiego (Złoty orzeł w błękitnym polu z dopiskiem Województwo Śląskie).

Znak Funduszy Europejskich powinien być umieszczany zawsze z lewej strony, natomiast znak Unii Europejskiej z prawej, pomiędzy nimi można umieścić znak barw Rzeczypospolitej Polskiej. Umieszczając te znaki należy zapewnić odpowiednią ich widoczność.

Szczegółowe wytyczne dotyczące sposobu umieszczania znaków oraz ich wzory z właściwymi oznaczeniami są dostępne na stronie internetowej[: https://funduszeue.slaskie.pl/czytaj/zasady\_promocji\_oznakowania](file:///D:\WNIOSKI%202024\Zaakceptowane%20-%20dokumenty\TRANSFORMACJA\PRZETARG\:%20https:\funduszeue.slaskie.pl\czytaj\zasady_promocji_oznakowania)

* + 1. Zakup wszystkich niezbędnych grafik i fontów i przekazanie do nich majątkowych praw autorskich Zamawiającemu, leżą po stronie Wykonawcy.
    2. Harmonogram prac nad zadaniem ujęto w pkt. 3. SWZ.
  1. **Etap III: budowa strony internetowej Archiwum Rybniczanek i Rybniczan**
     1. Strona internetowa Archiwum Rybniczanek i Rybniczan ma być miejscem przechowywania świadectw pamięci o przeszłości mieszkańców i mieszkanek miasta zapisanych w formie dźwięku, wideo (podcastów i videopodcastów), tekstów, zdjęć, skanów dokumentów. Strona ma pokazywać różnorodność miasta złożonego z 27 dzielnic.
     2. Strona internetowa Archiwum Rybniczanek i Rybniczan będzie zawierać informacje o projekcie i prowadzącym go zespole, materiały dźwiękowe nagrane przez pracowników Zamawiającego, interaktywną mapę Rybnika, zestawienie materiałów prasowych o projekcie, a także dane kontaktowe pracowników Archiwum Rybniczanek i Rybniczan wraz z formularzem kontaktowym. Szczegółowa koncepcja budowy strony zostanie wypracowana podczas warsztatów strategicznych.
     3. Wymogi dotyczące strony Archiwum Rybniczanek i Rybniczan:

1. implementacja systemu CMS, umożliwiającego edycję wszystkich podstron archiwum, a także samodzielne wprowadzanie zdjęć, grafik i odtwarzania plików wideo zamieszczonych w portalu zewnętrznym,
2. system wyszukiwania treści z zaawansowanym systemem filtrowania (hasła przedmiotowe, dzielnica, osoba, temat, rodzaj nośnika),
3. hosting na okres minimum 2 lat i możliwość publikacji plików dźwiękowych,
4. przyjazny design oraz responsywność stron na urządzeniach stacjonarnych i mobilnych,
5. dopasowanie do aktualnych wersji przeglądarek internetowych: Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Google Chrome, Opera, Safari dla MacOS i iOS,
6. strona opracowana zgodnie z wymaganiami dotyczącymi pozycjonowania (optymalizacja SEO),
7. zgodność z RODO,
8. zgodność z WCAG.2.0,
9. odesłanie do profili Archiwum Rybniczanek i Rybniczan w mediach społecznościowych,
10. strona zakłada 1 wersję językową – w języku polskim,
11. wdrożenie i skonfigurowanie certyfikatu SSL dla domeny głównej
12. integracja z systemem Google Analitics (udostępnienie kodu śledzenia)
    * 1. Integralną częścią strony Archiwum Rybniczanek i Rybniczan będzie interaktywna mapa Rybnika z podziałem na dzielnice, zawierająca dane kontaktowe do lokalnych archiwistów. Dane będą mogły być wprowadzane przez Zamawiającego za pośrednictwem systemu CMS.
      2. Zakup niezbędnych grafik i fontów i przekazanie do nich praw autorskich Zamawiającemu leży po stronie Wykonawcy. Dostarczenie contentu merytorycznego strony www (teksty, fotografie, pliki dźwiękowe i wideo) leży po stronie Zamawiającego.
      3. Strona internetowa Archiwum Rybniczanek i Rybniczan ma zostać oznakowana z uwzględnieniem znaku Funduszy Europejskich oraz znaku Unii Europejskiej zgodnie z wytycznymi zawartymi w „Zasadach promocji i oznakowania projektów w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027”. Szczegółowe wytyczne dotyczące sposobu umieszczania znaków oraz ich wzory z właściwymi oznaczeniami są dostępne na stronie internetowej: <https://funduszeue.slaskie.pl/czytaj/zasady_promocji_oznakowania>
      4. Wykonawca zobowiązuje się do udostępnienia Zamawiającemu serwera, który zagwarantuje płynne odtwarzanie wszystkich zawartych na stronie multimediów.
      5. Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych po oddaniu gotowego serwisu zobowiązuje się przeprowadzić szkolenie z systemu CMS dla pracowników Zamawiającego, bez pobierania dodatkowych opłat. Szkolenie zakłada spotkanie w siedzibie Zamawiającego bądź tryb zdalny. Szkolenie obejmie 4 osoby oddelegowane przez Zamawiającego.
      6. Wykonawca zapewni wsparcie techniczne strony w postaci usługi SLA w okresie minimum 2 lat.
      7. Harmonogram prac nad zadaniem ujęto w pkt. 3. SWZ.
    1. **Etap IV: prace wdrożeniowe kampanii**
       1. W ramach tego etapu Wykonawca będzie odpowiedzialny za wsparcie Zamawiającego w realizacji kampanii informacyjno-edukacyjnej, w tym do:
13. przygotowania szczegółowego planu wdrożenia kampanii oraz wypracowania szczegółowych haseł promocyjnych do poszczególnych etapów kampanii wyznaczonych na podstawie dokumentu strategicznego,
14. monitorowania sposobu komunikacji prowadzonej przez Zamawiającego oraz prowadzenia usług doradczych w tym zakresie (konsultacje: min. 3 godziny zegarowe, 1 raz na kwartał) w siedzibie Zamawiającego,
15. wykonywania grafik do mediów i mediów społecznościowych oraz na nośniki zewnętrzne, w tym:
16. co kwartał Wykonawca przygotuje 2 nowe layouty grafik na social media do nowych zaproponowanych przez Wykonawcę cykli tematycznych,
17. co kwartał Wykonawca wykona 2 nowe zestawy grafik do płatnych reklam w mediach społecznościowych (min. 2 formaty),
18. materiały graficzne na citylight – 4 razy w ciągu trwania kampanii.
    * 1. Wykonawca w trakcie trwania kampanii dokona zakupu mediów i tekstów eksperckich potrzebnych do realizacji projektu:
19. zakup i publikacja tekstów eksperckich dotyczących sprawiedliwej transformacji – minimum 5 tekstów napisanych przez ekspertów mających min. 5-letnie doświadczenie w tematyce transformacji energetycznej, publikowanych w mediach o zasięgu lokalnym,
20. zakup czasu antenowego: minimum 4 kampanie po 27 20-sekundowych spotów publikowanych w regionalnej rozgłośni radiowej między godz. 9.00 a 20.00
21. zakup kampanii reklamowych w mediach społecznościowych: minimum 2 kampanie na kwartał, realizowane w mediach społecznościowych, w sposób gwarantujący dotarcie do grupy docelowej,
22. druk materiałów promocyjnych, takich jak plansze na miejskie systemy reklamy zewnętrznej typu citylight: minimum 4 zestawy reklam. Na jeden zestaw składają się 72 wydruki 120x180 na papierze kredowym min. 170, nadającym się do wywieszenia na zewnątrz.
    * 1. Plan wdrożenia kampanii zostanie przygotowany w formatach pdf i xls i zawierać będzie szczegółowy harmonogram emisji w podziale na poszczególne formaty reklamowe i media. Wykonawca opracuje dokładne, miesięczne plany działań reklamowych (mediaplany) wraz z rekomendacjami oraz podaniem wskaźników uzasadniających wybór danego medium odpowiedniego dla danego środka przekazu i grupy docelowej.
      2. Wykonawca zaproponuje do akceptacji Zamawiającego dobór tytułów prasowych, anten telewizyjnych i mediów społecznościowych najlepiej dopasowanych do grupy docelowej i strategii realizacji kampanii. Zakup czasu antenowego i zamieszczenie informacji w tych mediach leży po stronie Wykonawcy.
      3. Wybór poszczególnych mediów nastąpi na podstawie uzgodnień z Zamawiającym (na podstawie dokumentów przedłożonych zgodnie z pkt. 2.5.3.–2.5.4.), a realizacja publikacji nastąpi każdorazowo w oparciu o mediaplany zaakceptowane przez Zamawiającego.
23. **Harmonogram i rozliczenie prac:**
    1. Wykonawca ma obowiązek przedstawić Zamawiającemu szczegółowy harmonogram prac w ciągu 5 dni roboczych od daty zawarcia umowy. Zamawiający w ciągu 3 dni roboczych zaakceptuje przedstawiony harmonogram prac lub zgłasza do niego uwagi.
    2. Zamówienie będzie realizowane do dnia 30.06.2026 r., w podziale na cztery etapy realizacji:
       1. Etap I: przeprowadzenie warsztatów, opracowanie strategii kampanii informacyjno-edukacyjnej i prezentacja dokumentów podczas spotkania (jak w pkt 2.2.) – w ciągu maksymalnie 55 dni roboczych od daty zawarcia umowy. Płatność nie więcej niż: 41% wartości zamówienia na podstawie przedstawionego protokołu zdawczo-odbiorczego W ramach rozliczenia I etapu zamówienia obowiązuje następujący harmonogram prac:
24. przeprowadzenie warsztatów strategicznych,
25. przedstawienie drogą mailową 3 propozycji nazwy kampanii oraz claimu (głównego hasła przygotowanego na etapie brandingu, komunikującego charakter kampanii), a także 3 propozycje loga i Key visual (głównego przekazu wizualnego kampanii),
26. wybór 1 z 3 propozycji nazwy, claimu oraz loga i key wisual przez Zamawiającego,
27. przedstawienie I wersji dokumentu strategicznego podczas 2-godzinnego spotkania oraz przekazanie jej w wersji elektronicznej:, a także dostarczenie logotypów kampanii/projektu, logo Urban Labu, logo Archiwum Rybniczanek i Rybniczan, logo Centrum Edukacji Regionalnej w formie elektronicznej.
    * 1. Etap II: opracowanie komunikacji wizualnej (jak w pkt. 2.3.) – w ciągu maksymalnie 65 dni roboczych od daty zawarcia umowy. Płatność nie więcej niż: 10% wartości zamówienia na podstawie przedstawionego protokołu zdawczo-odbiorczego.
      2. Etap III: budowa strony www (jak w pkt. 2.4.) – w ciągu 75 dni roboczych od daty zawarcia umowy. Płatność nie więcej niż 12% wartości zamówienia na podstawie przedstawionego protokołu zdawczo-odbiorczego. W ramach rozliczenia III etapu zamówienia obowiązuje następujący harmonogram prac:
28. przedstawienie przez Wykonawcę mood boardów/ inspiracji/benchmarków, uwzględniających najnowsze trendy – na podstawie wstępnych moodów Zamawiającego,
29. przedstawienie przez wykonawcę makiety UX strony — minimum 2 układy do wyboru przez Zamawiającego,
30. wybór jednego z układów przez Zamawiającego,
31. wykonanie projektu strony na podstawie powyższych wytycznych,
32. upublicznienie strony ,
33. przeprowadzenie szkolenia dla pracowników.
    * 1. Etap IV: wsparcie w realizacji kampanii (jak w pkt. 2.5.): od zakończenia etapu II do końca trwania umowy. Płatność łącznie nie więcej niż 37% wartości. Zamawiający dopuszcza możliwość podziału płatności za realizację IV etapu na transze wypłacane kwartalnie – na podstawie protokołów zdawczo-odbiorczych określających wartość wykonanych prac. W ramach rozliczenia IV etapu obowiązuje następujący harmonogram prac:
34. przedstawienie planu wdrożenia kampanii: w ciągu najpóźniej 5 dni roboczych od zakończenia II etapu prac. Dokument ten będzie zawierał szczegółowy harmonogram prac dla prowadzonego etapu IV,
35. przedstawienie miesięcznych mediaplanów: nie później niż do 20. dnia każdego miesiąca na miesiąc następny.
    * 1. Płatność za poszczególne elementy zamówienia będzie następować w transzach wypłacanych po kolejnych etapach ich realizacji na podstawie podpisanych przez przedstawiciela Wykonawcy i Zamawiającego częściowych protokołów zdawczo-odbiorczych i wystawionej faktury. Warunkiem wystawienia faktury końcowej jest zaakceptowanie przez Zamawiającego raportu końcowego oraz protokołu zdawczo-odbiorczego.
36. **Raporty z realizacji zamówienia**
    1. Wykonawca jest zobowiązany do przedkładania Zamawiającemu kwartalnych raportów z realizacji prac – w terminie do 10 dni roboczych po zakończeniu danego kwartału w formie plików pdf.
    2. Każdy raport kwartalny będzie wyszczególniał wykonane przez pracowników Wykonawcy prace oraz będzie informował o szacowanych zasięgach kampanii, pozyskanych publikacjach, sprawach finansowych i występujących problemach w realizacji umowy oraz rozwiązaniach tych problemów. Raport będzie zawierał:
37. opis postępu prac nad kampanią i powstałych problemów oraz rozwiązania tych problemów,
38. zaangażowanie sił i środków Wykonawcy,
39. zaangażowanie rzeczowe i finansowe w odniesieniu do harmonogramu,
40. postęp prac i płatności w podziale na kategorie prac w powiązaniu z mediaplanem na każdy miesiąc (na IV etapie realizacji Zamówienia).

Zamawiający każdorazowo dokona zatwierdzenia raportu w ciągu 3 dni roboczych od jego otrzymania lub wezwie Wykonawcę do złożenia wyjaśnień. Format Raportów, uwzględniający wymagania Zamawiającego, będzie przedstawiany do zaaprobowania Zamawiającemu w terminie do 10 dni od daty zawarcia umowy z Wykonawcą.

* 1. Przed wystawieniem faktury końcowej Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport końcowy zawierający:

1. informację o kampanii: krótki opis zadania, przedstawiający założenia kampanii – zgodnie z zaakceptowaną strategią kampanii, zmiany dokonane w trakcie realizacji,
2. wykonawstwo i zakres prac: informacje o pracownikach zatrudnionych w projekcie oraz ewentualnych zmianach, wykonanych pracach, wykorzystanych mediach i szacowanych zasięgach, zaistniałych problemach i sposobach ich rozwiązania,
3. sprawy finansowe: faktury częściowe i protokoły zdawczo-odbiorcze oraz faktura końcowa – finalne rozliczenie ilościowe wykonanych.

Raport końcowy zostanie przedłożony do dnia 15.06.2026. Zamawiający dokona jego zatwierdzenia w ciągu 5 dni roboczych lub wezwie Wykonawcę do złożenia wyjaśnień. Zaakceptowany przez Zamawiającego raport wraz z podpisanym protokołem zdawczo-odbiorczym będą podstawą do rozliczenia faktury końcowej.

1. **Pozostałe informacje**
   1. Koordynator projektu, wyznaczony przez Wykonawcę (lub osoba oddelegowana w zastępstwie) będzie miał obowiązek uczestniczenia w spotkaniach w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego w siedzibie Zamawiającego. Zamawiający poinformuje Wykonawcę o terminie spotkania drogą mailową z wyprzedzeniem min. 36 godzin.
   2. Prace w ramach realizowanego zadania będą przebiegać w ścisłej współpracy z Zamawiającym.
   3. Zamawiający ma prawo do wnoszenia uwag do wszystkich produktów uzyskanych w ramach prac, w następującym trybie:
2. zgłoszenie poprawek przez Zamawiającego – w ciągu 5 dni roboczych od daty przekazania materiałów
3. naniesienie uwag i przesłanie poprawionej wersji pliku przez Wykonawcę – w ciągu 5 dni roboczych od zgłoszenia uwag przez Zamawiającego
   1. Wszystkie finalne wersje dokumentów powinny zostać przekazane Zamawiającemu w formie elektronicznej z zachowaniem terminów określonych w umowie.

Szczegółowy zakres zamówienia precyzuje SWZ z załącznikami.

**Zamawiający informuje, że:**

1. nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych,
2. niniejsze zamówienie nie stanowi przedmiotu odrębnego postępowania w ramach zamówienia udzielanego w częściach. Zamawiający nie dokonuje podziału niniejszego zamówienia na części, tym samym Zamawiający nie dopuszcza możliwość składania ofert częściowych, o których mowa w art. 7 pkt 15 ustawy. Uzasadnienie braku podziału: zamówienie nie zostało podzielone na części ze względu na konieczność zachowania spójności opracowanej wizji przez cały okres realizacji umowy. Ponadto realizacja poszczególnych etapów zamówienia wymaga prowadzenia ich w ścisłej korelacji zgodnie z opracowaną wizją i strategią kampania
3. nie wymaga od Wykonawcy odbycia wizji lokalnej,
4. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy.

**Nazwy i kody zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):**

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe

79822500-7 Usługi projektów graficznych

72413000-8 Usługi w zakresie projektowania stron WWW

92312210-6 Usługi świadczone przez autorów

79341100-7 Doradcze usługi reklamowe

79810000-5 Usługi drukowania

**Podwykonawstwo**

1. Wykonawca, który zamierza wykonywać zamówienie przy udziale podwykonawcy, musi wskazać w ofercie, jaką część (zakres zamówienia) wykonywać będzie w jego imieniu podwykonawca oraz podać firmę podwykonawcy. Należy w tym celu wypełnić odpowiedni punkt w załączniku nr 1 do SWZ. W przypadku, gdy Wykonawca nie zamierza wykonywać zamówienia przy udziale podwykonawców, należy wpisać w formularzach „nie dotyczy” lub inne podobne sformułowanie. Brak ww. informacji oznaczać będzie, iż całość zamówienia będzie zrealizowana przez Wykonawcę.
2. Zamawiający żąda, aby przed przystąpieniem do wykonania zamówienia Wykonawca, o ile są już znane, podał nazwy albo imiona i nazwiska oraz dane kontaktowe podwykonawców i osób do kontaktu z nimi, zaangażowanych w wykonanie zamówienia. Wykonawca zobowiązany jest do zawiadomienia Zamawiającego o wszelkich zmianach danych, o których mowa w zdaniu pierwszym, w trakcie realizacji zamówienia, a także przekazuje informacje na temat nowych podwykonawców, którym w późniejszym okresie zamierza powierzyć realizację zamówienia.
3. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 118 ust. 1 ustawy, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, Wykonawca jest obowiązany wykazać Zamawiającemu, że proponowany inny podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż podwykonawca, na którego zasoby Wykonawca powoływał się w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.
4. Umowa o podwykonawstwo – należy przez to rozumieć umowę w formie pisemnej o charakterze odpłatnym, zawartą między Wykonawcą a podwykonawcą, a w przypadku zamówienia na roboty budowlane, także między podwykonawcą a dalszym podwykonawcą lub między dalszymi podwykonawcami, na mocy której odpowiednio podwykonawca lub dalszy podwykonawca, zobowiązuje się wykonać część zamówienia.

# Termin wykonania zamówienia

**do 30.06.2026 r., w tym:**

etap I: do 55 dni roboczych od daty zawarcia umowy

etap II: do 65 dni roboczych od daty zawarcia umowy

etap III: do 75 dni roboczych od daty zawarcia umowy

etap IV: od zakończenia etapu II do 30.06.2026 r.

# Projektowane postanowienia umowy w sprawie zamówienia publicznego, które zostaną wprowadzone do treści tej umowy

Projektowane postanowienia umowy w sprawie zamówienia publicznego, które zostaną wprowadzone do treści tej umowy, określone zostały w **załączniku nr 5** do SWZ.

# Warunki udziału w postępowaniu

1. O udzielenia zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:
   * 1. nie podlegają wykluczeniu na podstawie art. 108 ust. 1 ustawy,
     2. spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące:
2. zdolności do występowania w obrocie gospodarczym:

Zamawiający nie określa warunku w tym zakresie.

1. uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów:

Zamawiający nie określa warunku w tym zakresie

1. sytuacji finansowej lub ekonomicznej:

Zamawiający nie określa warunku w tym zakresie.

1. zdolności technicznej lub zawodowej:

Wykonawca spełni warunki udziału w postępowaniu, jeżeli wykaże, że skieruje do realizacji zamówienia:

1. co najmniej jedną osobę, która będzie pełnić funkcję koordynatora kampanii, posiadającą doświadczenie w kierowaniu co najmniej 3-osobowym zespołem, który był odpowiedzialny za realizację co najmniej 2 projektów kampanii informacyjnych lub promocyjnych lub edukacyjnych lub społecznych, z których każda była prowadzona w następujących kanałach: media społecznościowe, nośniki offline, media tradycyjne (prasa lub radio lub telewizja). Warunek będzie również uznany za spełniony, jeśli osoba, pełniąca rolę koordynatora posiada doświadczenie w zakresie kierowania dwoma 3-osobowymi zespołami, przy czym każdy z tych zespołów był odpowiedzialnymi za realizację co najmniej 1 projektu kampanii prowadzonej w sposób opisany powyżej,
2. co najmniej jedną osobę, która będzie pełnić funkcje grafika, posiadającą doświadczenie polegające na przygotowywaniu, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, materiałów graficznych i multimedialnych na potrzeby co najmniej 2 kampanii informacyjnych lub promocyjnych lub edukacyjnych lub społecznych,
3. co najmniej jedną osobę, która będzie pełnić funkcję programisty, posiadającą doświadczenie w wykonaniu w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, minimum 2 stron internetowych,
4. co najmniej jedną osobę, która będzie pełnić funkcję specjalisty ds. mediów społecznościowych, posiadającą doświadczenie w prowadzeniu, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, komunikacji w mediach społecznościowych polegającej na przygotowaniu i publikacja postów oraz stories dla co najmniej 2 kampanii informacyjnych lub promocyjnych lub edukacyjnych lub społecznych, z których co najmniej jedna była przeprowadzona z wykorzystaniem płatnych reklam w mediach społecznościowych,
5. co najmniej jedną osobę, która będzie pełnić funkcję copywritera, posiadającą doświadczenie w przygotowywaniu, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, komunikacji tekstowej dla co najmniej 2 kampanii informacyjnych lub promocyjnych lub edukacyjnych lub społecznych.

# Poleganie na zasobach innych podmiotów

* + - 1. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu, w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych podmiotów udostępniających zasoby, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków prawnych. Podmiot, na zasoby którego Wykonawca powołuje się w celu wykazania spełnienia warunków udziału w postępowaniu nie może podlegać wykluczeniu na podstawie art. 108 ust. 1 ustawy.
      2. W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia Wykonawcy mogą polegać na zdolnościach podmiotów udostępniających zasoby, jeśli podmioty te wykonają roboty budowlane lub usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.
      3. Wykonawca, który polega na zdolnościach lub sytuacji podmiotów udostępniających zasoby, składa, wraz z ofertą, zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji danego zamówienia lub inny podmiotowy środek dowodowy potwierdzający, że Wykonawca realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów.
      4. Zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, o którym mowa w pkt 3, potwierdza, że stosunek łączący Wykonawcę z podmiotami udostępniającymi zasoby gwarantuje rzeczywisty dostęp do tych zasobów oraz określa w szczególności:

1) zakres dostępnych Wykonawcy zasobów podmiotu udostępniającego zasoby;

2) sposób i okres udostępnienia Wykonawcy i wykorzystania przez niego zasobów podmiotu udostępniającego te zasoby przy wykonywaniu zamówienia;

3) czy i w jakim zakresie podmiot udostępniający zasoby, na zdolnościach którego Wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje roboty budowlane lub usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

* + - 1. Zamawiający oceni, czy udostępniane Wykonawcy przez podmioty udostępniające zasoby zdolności techniczne lub zawodowe, pozwalają na wykazanie przez Wykonawcę spełniania warunków udziału w postępowaniu, a także bada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, które zostały przewidziane względem Wykonawcy.
      2. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe podmiotu udostępniającego zasoby nie potwierdzają spełniania przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, Zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez Zamawiającego zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami albo wykazał, że samodzielnie spełnia warunki udziału w postępowaniu.
      3. **Uwaga:** Wykonawca nie może, po upływie terminu składania ofert, powoływać się na zdolności lub sytuację podmiotów udostępniających zasoby, jeżeli na etapie składania ofert nie polegał on w danym zakresie na zdolnościach lub sytuacji podmiotów udostępniających zasoby.

# Podstawy wykluczenia

1. Na podstawie art. 108 ust. 1 ustawy z postępowania o udzielenie zamówienia wyklucza się, Wykonawcę:
2. będącego osobą fizyczną, którego prawomocnie skazano za przestępstwo:
3. udziału w zorganizowanej grupie przestępczej albo związku mającym na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego,   
   o którym mowa w art. 258 Kodeksu karnego,
4. handlu ludźmi, o którym mowa w art. 189a Kodeksu karnego,
5. o którym mowa w art. 228–230a, art. 250a Kodeksu karnego, w art. 46–48 ustawy z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie (Dz. U. z 2020 r. poz. 1133 oraz z 2021 r. poz. 2054) lub w art. 54 ust. 1–4 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 523, 1292, 1559 i 2054),
6. finansowania przestępstwa o charakterze terrorystycznym, o którym mowa w art. 165a Kodeksu karnego, lub przestępstwo udaremniania lub utrudniania stwierdzenia przestępnego pochodzenia pieniędzy lub ukrywania ich pochodzenia, o którym mowa w art. 299 Kodeksu karnego,
7. o charakterze terrorystycznym, o którym mowa w art. 115 § 20 Kodeksu karnego, lub mające na celu popełnienie tego przestępstwa,
8. powierzania wykonywania pracy małoletniemu cudzoziemcowi, o którym mowa w art. 9 ust. 2 ustawy z dnia 15 czerwca 2012 r. o skutkach powierzania wykonywania pracy cudzoziemcom przebywającym wbrew przepisom na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. poz. 769),
9. przeciwko obrotowi gospodarczemu, o których mowa w art. 296-307 Kodeksu karnego, przestępstwo oszustwa, o którym mowa w art. 286 Kodeksu karnego, przestępstwo przeciwko wiarygodności dokumentów, o których mowa w art. 270-277d Kodeksu karnego, lub przestępstwo skarbowe,
10. o którym mowa w art. 9 ust. 1 i 3 lub art. 10 ustawy z dnia 15 czerwca 2012 r. o skutkach powierzania wykonywania pracy cudzoziemcom przebywającym wbrew przepisom na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej

— lub za odpowiedni czyn zabroniony określony w przepisach prawa obcego;

1. jeżeli urzędującego członka jego organu zarządzającego lub nadzorczego, wspólnika spółki w spółce jawnej lub partnerskiej albo komplementariusza w spółce komandytowej lub komandytowo-akcyjnej lub prokurenta prawomocnie skazano za przestępstwo, o którym mowa w pkt 1.1;
2. wobec którego wydano prawomocny wyrok sądu lub ostateczną decyzję administracyjną o zaleganiu z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne, chyba że Wykonawca odpowiednio przed upływem terminu do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu albo przed upływem terminu składania ofert dokonał płatności należnych podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności;
3. wobec którego prawomocnie orzeczono zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne;
4. jeżeli Zamawiający może stwierdzić, na podstawie wiarygodnych przesłanek, że Wykonawca zawarł z innymi Wykonawcami porozumienie mające na celu zakłócenie konkurencji, w szczególności jeżeli należąc do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, złożyli odrębne oferty, oferty częściowe lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, chyba że wykażą, że przygotowali te oferty lub wnioski niezależnie od siebie;
5. jeżeli, w przypadkach, o których mowa w art. 85 ust. 1 ustawy, doszło do zakłócenia konkurencji wynikającego z wcześniejszego zaangażowania tego Wykonawcy lub podmiotu, który należy z Wykonawcą do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, chyba że spowodowane tym zakłócenie konkurencji może być wyeliminowane w inny sposób niż przez wykluczenie Wykonawcy z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia.
6. Wykonawca może zostać wykluczony przez Zamawiającego na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia.
7. Wykonawca nie podlega wykluczeniu w okolicznościach określonych w art. 108 ust. 1 pkt 1, 2 i 5 ustawy, jeżeli udowodni Zamawiającemu, że spełnił łącznie następujące przesłanki:
8. naprawił lub zobowiązał się do naprawienia szkody wyrządzonej przestępstwem, wykroczeniem lub swoim nieprawidłowym postępowaniem, w tym poprzez zadośćuczynienie pieniężne;
9. wyczerpująco wyjaśnił fakty i okoliczności związane z przestępstwem, wykroczeniem lub swoim nieprawidłowym postępowaniem oraz spowodowanymi przez nie szkodami, aktywnie współpracując odpowiednio z właściwymi organami, w tym organami ścigania, lub Zamawiającym;
10. podjął konkretne środki techniczne, organizacyjne i kadrowe, odpowiednie dla zapobiegania dalszym przestępstwom, wykroczeniom lub nieprawidłowemu postępowaniu, w szczególności:
    * + 1. zerwał wszelkie powiązania z osobami lub podmiotami odpowiedzialnymi za nieprawidłowe postępowanie Wykonawcy,
        2. zreorganizował personel,
        3. wdrożył system sprawozdawczości i kontroli,
        4. utworzył struktury audytu wewnętrznego do monitorowania przestrzegania przepisów, wewnętrznych regulacji lub standardów,
        5. wprowadził wewnętrzne regulacje dotyczące odpowiedzialności i odszkodowań za nieprzestrzeganie przepisów, wewnętrznych regulacji lub standardów.
11. Zamawiający ocenia, czy podjęte przez Wykonawcę czynności, o których mowa w pkt 3, są wystarczające do wykazania jego rzetelności, uwzględniając wagę i szczególne okoliczności czynu Wykonawcy. Jeżeli podjęte przez Wykonawcę czynności, o których mowa w pkt 3, nie są wystarczające do wykazania jego rzetelności, Zamawiający wyklucza Wykonawcę.
12. W celu skorzystania z zapisów pkt 3, Wykonawca zobowiązany jest do wypełnienia stosownej rubryki w oświadczeniu o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania. Wykonawca nie podlega wykluczeniu, jeżeli Zamawiający, uwzględniając wagę i szczególne okoliczności czynu Wykonawcy, uzna za wystarczające dowody przedstawione na podstawie pkt 3.
13. Z postępowania o udzielenie zamówienia zamawiający wykluczy wykonawców, w stosunku do których zachodzi którakolwiek z okoliczności wskazanych w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz.U. z 2022 r. poz. 835).

# Dokumenty i oświadczenia wymagane od wszystkich Wykonawców, które należy złożyć wraz z ofertą.

1. Formularz oferty. Do przygotowania oferty zaleca się wykorzystanie Formularza oferty, którego wzór stanowi załącznik nr 1 do SWZ. W przypadku, gdy Wykonawca nie korzysta z przygotowanego przez Zamawiającego wzoru, w treści oferty należy zamieścić wszystkie informacje wymagane w Formularzu oferty.
2. Oświadczenie, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy, o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu. Wzór oświadczenia o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu stanowi załącznik nr 2 do SWZ.
3. Oświadczenie, o którym mowa w pkt 2 składają odrębnie:
4. Wykonawca / każdy spośród Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia. W takim przypadku oświadczenie potwierdza brak podstaw wykluczenia Wykonawcy oraz spełnianie warunków udziału w postępowaniu w zakresie, w jakim każdy z Wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu;
5. podmiot udostępniający zasoby, na którego potencjał powołuje się Wykonawca celem potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu. W takim przypadku oświadczenie potwierdza brak podstaw wykluczenia podmiotu oraz spełnianie warunków udziału w postępowaniu w zakresie, w jakim podmiot udostępnia swoje zasoby Wykonawcy.
6. W celu potwierdzenia, że osoba działająca w imieniu Wykonawcy jest umocowana do jego reprezentowania – odpis lub informację z Krajowego Rejestru Sądowego, Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub innego właściwego rejestru. Wykonawca nie jest zobowiązany do złożenia tych dokumentów, jeżeli Zamawiający może je uzyskać za pomocą bezpłatnych i ogólnodostępnych baz danych, o ile Wykonawca wskazał dane umożliwiające dostęp do tych dokumentów.
7. Wykonawca, który polega na zdolnościach lub sytuacji podmiotów udostępniających zasoby składa wraz z ofertą zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji danego zamówienia lub inny podmiotowy środek dowodowy potwierdzający, ze Wykonawca realizując zamówienie będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów. Zobowiązanie określa w szczególności informacje wymienione w rozdziale X pkt 4 SWZ.
8. Oświadczenie, z którego wynika, które prace wykonają poszczególni Wykonawcy – przy czym obowiązek ten dotyczy wyłącznie Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, zgodnie z art. 117 ust. 4 ustawy, którego wzór stanowi załącznik nr 3 do SWZ.
9. Pełnomocnictwo złożone w sytuacji:
10. Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia – pełnomocnictwo do reprezentowania wszystkich Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia. Pełnomocnik może być ustanowiony do reprezentowania Wykonawców w postępowaniu albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy;
11. podpisania oferty względnie innych dokumentów składanych wraz z ofertą przez osobę, dla której prawo do ich podpisania nie wynika wprost z dokumentu stwierdzającego status prawny Wykonawcy (np. wypisu z Krajowego rejestru sądowego) – pełnomocnictwo do podpisania oferty.
12. Portfolio grafika i copywritera (brak ich złożenia będzie skutkować nieprzyznaniem punktów w kryterium II i III).

# Podmiotowe środki dowodowe składane na wezwanie Zamawiającego

1. Wykonawca, którego oferta zostanie najwyżej oceniona, zostanie wezwany do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 5 dni od dnia wezwania, aktualnych na dzień złożenia następujących podmiotowych środków dowodowych, tj. **wykazu osób** skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami na formularzu zgodnym z treścią **załącznika nr 4 do SWZ**.
2. Jeżeli Wykonawca powołuje się na doświadczenie w realizacji usług, które wykonywał wspólnie z innymi Wykonawcami, wykaz, o którym mowa powyżej dotyczy usług, w których wykonaniu Wykonawca ten bezpośrednio uczestniczył lub uczestniczy.
3. Wykonawca nie jest zobowiązany do złożenia podmiotowych środków dowodowych, które Zamawiający posiada jeżeli Wykonawca wskaże te środki oraz potwierdzi ich prawidłowość i aktualność.

# Środki komunikacji elektronicznej, przy użyciu których Zamawiający będzie komunikował się z wykonawcami oraz wymagania techniczne dla dokumentów elektronicznych oraz środków komunikacji elektronicznej

1. W postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego komunikacja między Zamawiającym a wykonawcami odbywa się przy użyciu Platformy e-Zamówienia, która jest dostępna pod adresem <https://ezamowienia.gov.pl>.
2. Korzystanie z Platformy e-Zamówienia jest bezpłatne.
3. Adres strony internetowej prowadzonego postępowania (link prowadzący bezpośrednio do widoku postępowania na Platformie e-Zamówienia):

https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-3e955461-933b-40e9-b1a3-d10743ca2761

Postępowanie można wyszukać również ze strony głównej Platformy e-Zamówienia (przycisk „Przeglądaj postępowania/konkursy”).

1. Identyfikator (ID) postępowania na Platformie e-Zamówienia:   
   ocds-148610-3e955461-933b-40e9-b1a3-d10743ca2761
2. Wykonawca zamierzający wziąć udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego musi posiadać konto podmiotu „Wykonawca” na Platformie e-Zamówienia. Szczegółowe informacje na temat zakładania kont podmiotów oraz zasady i warunki korzystania z Platformy e-Zamówienia określa Regulamin Platformy e-Zamówienia, dostępny na stronie internetowej https://ezamowienia.gov.pl oraz informacje zamieszczone w zakładce „Centrum Pomocy”.
3. Przeglądanie i pobieranie publicznej treści dokumentacji postępowania nie wymaga posiadania konta na Platformie e-Zamówienia ani logowania.
4. Sposób sporządzenia dokumentów elektronicznych lub dokumentów elektronicznych będących kopią elektroniczną treści zapisanej w postaci papierowej (cyfrowe odwzorowania) musi być zgodny z wymaganiami określonymi w rozporządzeniu Prezesa Rady Ministrów w sprawie wymagań dla dokumentów elektronicznych.
5. Dokumenty elektroniczne , o których mowa w § 2 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów w sprawie wymagań dla dokumentów elektronicznych, sporządza się w postaci elektronicznej, w formatach danych określonych w przepisach rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, z uwzględnieniem rodzaju przekazywanych danych i przekazuje się jako załączniki. W przypadku formatów, o których mowa w art. 66 ust. 1 ustawy Pzp, ww. regulacje nie będą miały bezpośredniego zastosowania.
6. Informacje, oświadczenia lub dokumenty, inne niż wymienione w § 2 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów w sprawie wymagań dla dokumentów elektronicznych, przekazywane w postępowaniu sporządza się w postaci elektronicznej:
   1. w formatach danych określonych w przepisach rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności (i przekazuje się jako załącznik), lub
   2. jako tekst wpisany bezpośrednio do wiadomości przekazywanej przy użyciu środków komunikacji elektronicznej (np. w treści wiadomości e-mail lub w treści „Formularza do komunikacji”).
7. Jeżeli dokumenty elektroniczne, przekazywane przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, zawierają informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2020 r. poz. 1913 oraz z 2021 r. poz. 1655) wykonawca, w celu utrzymania w poufności tych informacji, przekazuje je w wydzielonym i odpowiednio oznaczonym pliku, wraz z jednoczesnym zaznaczeniem w nazwie pliku „Dokument stanowiący tajemnicę przedsiębiorstwa”.
8. Komunikacja w postępowaniu, z wyłączeniem składania ofert o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, odbywa się drogą elektroniczną za pośrednictwem formularzy do komunikacji dostępnych w zakładce „Formularze” („Formularze do komunikacji”). Za pośrednictwem „Formularzy do komunikacji” odbywa się w szczególności przekazywanie wezwań i zawiadomień, zadawanie pytań i udzielanie odpowiedzi. Formularze do komunikacji umożliwiają również dołączenie załącznika do przesyłanej wiadomości (przycisk „dodaj załącznik”). W przypadku załączników, które są zgodnie z ustawą Pzp lub rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów w sprawie wymagań dla dokumentów elektronicznych opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, mogą być opatrzone, zgodnie z wyborem wykonawcy/ wykonawcy wspólnie ubiegającego się o udzielenie zamówienia/podmiotu udostępniającego zasoby, podpisem zewnętrznym lub wewnętrznym. W zależności od rodzaju podpisu i jego typu (zewnętrzny, wewnętrzny) dodaje się do przesyłanej wiadomości uprzednio podpisane dokumenty wraz z wygenerowanym plikiem podpisu (typ zewnętrzny) lub dokument z wszytym podpisem (typ wewnętrzny).
9. Możliwość korzystania w postępowaniu z „Formularzy do komunikacji” w pełnym zakresie wymaga posiadania konta „Wykonawcy” na Platformie e-Zamówienia oraz zalogowania się na Platformie e-Zamówienia. Do korzystania z „Formularzy do komunikacji” służących do zadawania pytań dotyczących treści dokumentów zamówienia wystarczające jest posiadanie tzw. konta uproszczonego na Platformie e-Zamówienia.
10. Wszystkie wysłane i odebrane w postępowaniu przez Wykonawcę wiadomości widoczne są po zalogowaniu w podglądzie postępowania w zakładce „Komunikacja”.
11. Maksymalny rozmiar plików przesyłanych za pośrednictwem „Formularzy do komunikacji” wynosi 150 MB (wielkość ta dotyczy plików przesyłanych jako załączniki do jednego formularza).
12. Minimalne wymagania techniczne dotyczące sprzętu używanego w celu korzystania z usług Platformy e-Zamówienia oraz informacje dotyczące specyfikacji połączenia określa Regulamin Platformy e-Zamówienia.
13. W przypadku problemów technicznych i awarii związanych z funkcjonowaniem Platformy e-Zamówienia użytkownicy mogą skorzystać ze wsparcia technicznego dostępnego pod numerem telefonu (22) 458 77 99 lub drogą elektroniczną poprzez formularz udostępniony na stronie internetowej <https://ezamowienia.gov.pl> w zakładce „Zgłoś problem”.
14. W szczególnie uzasadnionych przypadkach uniemożliwiających komunikację wykonawcy i Zamawiającego za pośrednictwem Platformy e-Zamówienia, Zamawiający dopuszcza komunikację za pomocą poczty elektronicznej na adres e-mail: [administracja@biblioteka.rybnik.pl](mailto:sekretariat@biblioteka.rybnik.pl) (nie dotyczy składania ofert/wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu).

# Opis sposobu składania oferty

1. Wykonawca przygotowuje ofertę przy pomocy „Formularza oferty”, stanowiącego Załącznik nr 1 do SWZ, udostępnionego przez Zamawiającego na Platformie e-Zamówienia.
2. Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem zakładki „Oferty/wnioski”, widocznej w podglądzie postępowania po zalogowaniu się na konto Wykonawcy. Po wybraniu przycisku „Złóż ofertę” system prezentuje okno składania oferty umożliwiające przekazanie dokumentów elektronicznych, w którym znajdują się dwa pola drag&drop („przeciągnij” i „puść”) służące do dodawania plików.
3. Wykonawca dodaje wybrany z dysku i uprzednio podpisany „Formularz oferty” w pierwszym polu (Wypełniony formularz oferty”). W kolejnym polu („Załączniki i inne dokumenty przedstawione w ofercie przez Wykonawcę”) Wykonawca dodaje pozostałe pliki stanowiące ofertę lub składane wraz z ofertą.
4. Jeżeli wraz z ofertą składane są dokumenty zawierające tajemnicę przedsiębiorstwa Wykonawca, w celu utrzymania poufności tych informacji, przekazuje je w wydzielonym odpowiednio oznaczonym pliku, wraz z jednoczesnym zaznaczeniem w nazwie pliku „Dokument stanowiący tajemnicę przedsiębiorstwa”. Zarówno załącznik stanowiący tajemnicę przedsiębiorstwa jak i uzasadnienie zastrzeżenia tajemnicy przedsiębiorstwa należy dodać w polu „Załączniki i inne dokumenty przedstawione w ofercie przez Wykonawcę”. Wykonawca zobowiązany jest, wraz z przekazaniem tych informacji, wykazać spełnienie przesłanek określonych w art. 11 ust. 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zaleca się, aby uzasadnienie zastrzeżenia informacji jako tajemnicy przedsiębiorstwa było sformułowane w sposób umożliwiający jego udostępnienie. Zastrzeżenie przez Wykonawcę tajemnicy przedsiębiorstwa bez uzasadnienia, będzie traktowane przez Zamawiającego jako bezskuteczne ze względu na zaniechanie przez Wykonawcę podjęcia niezbędnych działań w celu zachowania poufności objętych klauzulą informacji zgodnie z postanowieniami art. 18 ust. 3 ustawy Pzp.
5. Formularz oferty należy złożyć w formie elektronicznej (tj. opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym) lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym. Po podpisaniu nie należy zmieniać nazwy pliku formularza.
6. Pozostałe dokumenty wchodzące w skład oferty lub składane wraz z ofertą, które są zgodne z ustawą Pzp lub rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2020 r. w sprawie sporządzania i przekazywania informacji oraz wymagań technicznych dla dokumentów elektronicznych oraz środków komunikacji elektronicznej w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego lub konkursie (Dz.U. 2020 poz. 2452) złożone w formie elektronicznej (tj. opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym) lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, mogą być zgodne z wyborem wykonawcy/wykonawców wspólnie ubiegającego się o udzielenie zamówienia/podmiotu udostępniającego zasoby opatrzone podpisem typu zewnętrznego lub wewnętrznego.
7. W zależności od rodzaju podpisu i jego typu (zewnętrzny, wewnętrzny) w polu „Załączniki i inne dokumenty przedstawione w ofercie przez Wykonawcę” dodaje się uprzednio podpisane dokumenty wraz z wygenerowanym plikiem podpisu (typ zewnętrzny) lub dokument z wszytym podpisem (typ wewnętrzny). W przypadku przekazywania dokumentu elektronicznego w formacie poddającym dane kompresji, opatrzenie pliku zawierającego skompresowane dokumenty kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, jest równoznaczne z opatrzeniem wszystkich dokumentów zawartych w tym pliku odpowiednio kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym. **W przypadku kwalifikowanego podpisu elektronicznego zaleca się korzystanie z opcji znacznika czasu.**
8. System sprawdza, czy złożone pliki są podpisane i automatycznie je szyfruje, jednocześnie informując o tym Wykonawcę. Potwierdzenie czasu przekazania i odbioru oferty znajduje się w Elektronicznym Potwierdzeniu Przesłania (EPP) i Elektronicznym Potwierdzeniu Odebrania (EPO). EPP i EPO dostępne są dla zalogowanego Wykonawcy w zakładce „Oferty/Wnioski”.
9. Oferta może być złożona tylko do upływu terminu składania ofert.
10. Wykonawca może przed upływem terminu składania ofert wycofać ofertę. Wykonawca wycofuje ofertę w zakładce „Oferty/wnioski” używając przycisku „Wycofaj ofertę”
11. Sposób złożenia oferty oraz załączników został opisany w interaktywnej instrukcji „Oferty, wnioski i prace konkursowe”, zamieszczonej na platformie e-zamówienia.
12. Maksymalny rozmiar plików stanowiących ofertę lub składanych wraz z ofertą to 250MB.

# Wskazanie osób uprawnionych do komunikowania się z Wykonawcami

Zamawiający wyznacza następujące osoby do kontaktu z Wykonawcami:

* w zakresie merytorycznym: Barbara Englender
* w sprawach dotyczących procedury zamówień publicznych:

Anna Jasińska-Gmerek

# Wymagania dotyczące wadium.

Zamawiający nie wymaga wadium.

# Opis sposobu przygotowania oferty

1. Oferta musi być sporządzona w języku polskim. Inne dokumenty lub oświadczenia, sporządzone w języku obcym przekazuje się wraz z tłumaczeniem na język polski. Oferta musi być podpisana przez osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy (Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia). Oznacza to, że jeżeli z dokumentu(ów) określającego(ych) status prawny Wykonawcy(ów) lub pełnomocnictwa wynika, iż do reprezentowania Wykonawcy(ów) upoważnionych jest łącznie kilka osób dokumenty wchodzące w skład oferty muszą zostać podpisane zgodnie z określoną reprezentacją.
2. Formularz oferty, zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, oświadczenia i dokumenty o których mowa w pkt 1 oraz oświadczenia, o których mowa w rozdziale XII należy złożyć w formie elektronicznej (tj. opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym) lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.
3. Pełnomocnictwo przekazuje się w formie elektronicznej lub w postaci elektronicznej z podpisem zaufanym lub podpisem osobistym. Dopuszcza się także złożenie cyfrowego odwzorowania pełnomocnictwa (sporządzonego uprzednio w postaci papierowej) opatrzonego kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, poświadczającym zgodność cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej. Poświadczenia zgodności cyfrowego odwzorowania z pełnomocnictwem w postaci papierowej dokonuje mocodawca lub notariusz (w formie elektronicznego poświadczenia sporządzonego stosownie do art. 97 § 2 ustawy z dnia 14 lutego 1991 r. - Prawo o notariacie, które to poświadczenie notariusz opatruje kwalifikowanym podpisem elektronicznym). Cyfrowe odwzorowanie pełnomocnictwa nie może być poświadczone przez upełnomocnionego.
4. Ofertę, oświadczenia, o których mowa w art. 125 ust. 1 ustawy, podmiotowe środki dowodowe, zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, o którym mowa w art. 118 ust. 3 ustawy, oraz pełnomocnictwo sporządza się w postaci elektronicznej, w formatach danych określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 18 ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz.U. z 2020 r. poz. 346, 568, 695, 1517 i 2320), z zastrzeżeniem formatów, o których mowa w art. 66 ust. 1 ustawy, z uwzględnieniem rodzaju przekazywanych danych.
5. Informacje, oświadczenia lub dokumenty, inne niż określone w pkt 4 niniejszego rozdziału SWZ, przekazywane w postępowaniu o udzielenie zamówienia, sporządza się w postaci elektronicznej, w formatach danych określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 18 ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne lub jako tekst wpisany bezpośrednio do wiadomości przekazywanej przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, wskazanych przez Zamawiającego w niniejszej SWZ.
6. W przypadku, gdy podmiotowe środki dowodowe, inne dokumenty lub dokumenty potwierdzające umocowanie do reprezentowania zostały wystawione jako dokument elektroniczny przez upoważnione podmioty (inne niż Wykonawca, Wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia, podmiot udostępniający zasoby lub podwykonawca), przekazuje się ten dokument.
7. W przypadku, gdy podmiotowe środki dowodowe, zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, dokumenty potwierdzające umocowanie do reprezentowania lub inne dokumenty zostały wystawione jako dokument w postaci papierowej, przekazuje się cyfrowe odwzorowanie tego dokumentu opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, poświadczające zgodność cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej.
8. W zakresie nieuregulowanym SWZ, zastosowanie mają przepisy rozporządzenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 23 grudnia 2020 r. w sprawie podmiotowych środków dowodowych oraz innych dokumentów lub oświadczeń , jakich może żądać Zamawiający od Wykonawcy oraz Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2020 r. w sprawie sposobu sporządzania i przekazywania informacji oraz wymagań technicznych dla dokumentów elektronicznych oraz środków komunikacji elektronicznej w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego lub konkursie.

# Wyjaśnianie treści SWZ

1. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SWZ.
2. Zamawiający jest obowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem że wniosek o wyjaśnienie treści SWZ wpłynął do Zamawiającego nie później niż na 4 dni przed upływem terminu składania ofert.
3. Jeżeli Zamawiający nie udzieli wyjaśnień w terminie, o którym mowa w pkt 2, przedłuża termin składania ofert o czas niezbędny do zapoznania się wszystkich zainteresowanych Wykonawców z wyjaśnieniami niezbędnymi do należytego przygotowania i złożenia ofert.
4. W przypadku gdy wniosek o wyjaśnienie treści SWZ nie wpłynął w terminie, o którym mowa w pkt 2, Zamawiający nie ma obowiązku udzielania wyjaśnień SWZ oraz obowiązku przedłużenia terminu składania ofert.
5. Przedłużenie terminu składania ofert, o których mowa w pkt 4, nie wpływa na bieg terminu składania wniosku o wyjaśnienie treści SWZ.
6. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający udostępnia, bez ujawniania źródła zapytania, na stronie internetowej prowadzonego postępowania.

**Zmiany w treści SWZ**

1. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SWZ. Dokonaną zmianę Zamawiający zamieści na stronie internetowej, na której udostępniono SWZ. Odpowiedzi na pytania oraz zmiany stanowią integralną treść SWZ.
2. W przypadku gdy zmiana treści SWZ jest istotna dla sporządzenia oferty lub wymaga od Wykonawców dodatkowego czasu na zapoznanie się ze zmianą treści SWZ i przygotowanie ofert, Zamawiający przedłuża termin składania ofert o czas niezbędny na ich przygotowanie. Zamawiający informuje Wykonawców o przedłużonym terminie składania odpowiednio ofert przez zamieszczenie informacji na stronie internetowej prowadzonego postępowania, na której została udostępniona SWZ oraz zamieszczenie ogłoszenia o zmianie ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych.

# Sposób obliczenia ceny

1. Ceną ofertową jest łączna cena brutto podana w formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ).
2. Cena ofertowa musi uwzględniać wszystkie wymagania niniejszej SWZ oraz obejmować wszelkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu należytej oraz zgodnej z obowiązującymi przepisami realizacji przedmiotu zamówienia (w tym m.in. zakup tekstów eksperckich, zakup czasu antenowego, zakup kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, druk materiałów promocyjnych).
3. Do porównania ofert będzie brana pod uwagę cena całkowita brutto (z VAT) podana w formularzu oferty.
4. W całkowitej cenie ofertowej i cenach jednostkowych przedkładanych przez Wykonawcę będą zawarte wszelkie cła, podatki i inne należności płatne przez Wykonawcę.
5. Cenę ofertową należy podać z zaokrągleniem do dwóch miejsc po przecinku (zasady zaokrąglania: poniżej 5 należy końcówkę pominąć, powyżej i równe 5 należy zaokrąglić w górę).
6. Zamawiający nie będzie udzielać zaliczek na realizację zamówienia.
7. Umowa będzie zawarta na całość prac określonych w przedmiocie zamówienia.
8. Wszelkie rozliczenia związane z realizacją zamówienia, którego dotyczy niniejsza SWZ dokonywane będą w PLN.

# Sposób oraz termin składania ofert

1. Wykonawca przygotowuje ofertę przy pomocy „Formularza ofertowego”, stanowiącego Załącznik nr 1 do SWZ, udostępnionego przez Zamawiającego na Platformie e-Zamówienia. Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem zakładki „Oferty/wnioski”, widocznej w podglądzie postępowania po zalogowaniu się na konto Wykonawcy.
2. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
3. Ofertę należy złożyć w terminie do dnia **16 października 2024 r., do godz.: 12:00**
4. Zamawiający odrzuci ofertę złożoną po terminie składania ofert.

# Termin otwarcia ofert

1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **16 października 2024 r., o godz.: 13:00**
2. Otwarcie ofert odbywa się bez udziału Wykonawców.
3. W przypadku wystąpienia awarii systemu teleinformatycznego, która spowoduje brak możliwości otwarcia ofert w terminie określonym przez Zamawiającego, otwarcie ofert nastąpi niezwłocznie po usunięciu awarii.
4. Zamawiający poinformuje o zmianie terminu otwarcia ofert na stronie internetowej prowadzonego postępowania.
5. Zamawiający, niezwłocznie po otwarciu ofert, udostępnia na stronie internetowej prowadzonego postępowania informacje o:
6. nazwach albo imionach i nazwiskach oraz siedzibach lub miejscach prowadzonej działalności gospodarczej albo miejscach zamieszkania Wykonawców, których oferty zostały otwarte;
7. cenach lub kosztach zawartych w ofertach.

# Termin związania ofertą

1. Termin związania ofertą upływa w dniu **14 listopada 2024 r.** Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert. Dzień ten jest pierwszym dniem terminu związania ofertą.
2. W przypadku gdy wybór najkorzystniejszej oferty nie nastąpi przed upływem terminu związania ofertą określonego w SWZ, Zamawiający przed upływem terminu związania ofertą zwraca się jednokrotnie do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o wskazywany przez niego okres, nie dłuższy niż 30 dni.
3. Przedłużenie terminu związania ofertą, o którym mowa w pkt 2, wymaga złożenia przez Wykonawcę pisemnego (tj. wyrażonego przy użyciu wyrazów, cyfr lub innych znaków pisarskich, które można odczytać i powielić) oświadczenia o wyrażeniu zgody na przedłużenie terminu związania ofertą.
4. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą określonym w SWZ.
5. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.
6. W przypadku braku zgody, o której mowa w pkt 5, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

# Opis kryteriów oceny ofert, wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert

1. Przy wyborze oferty Zamawiający będzie się kierował następującym kryterium:

Kryterium I: Cena 60 pkt

Kryterium II: Portfolio grafika 20 pkt

Kryterium III: Portfolio copywritera 20 pkt

**Kryterium I: Cena (C) – 60 pkt**

Liczba przyznanych punktów dla poszczególnych ofert będzie obliczona zgodnie z poniższym wzorem:

Cmin

----------------------- x 60 pkt = liczba punktów dla danej oferty

Co

gdzie:

Cmin – cena minimalna spośród złożonych ofert

Co – cena obliczanej oferty

W przypadku gdy w postępowaniu zostanie złożona tylko jedna oferta niepodlegająca odrzuceniu Zamawiający przyzna ofercie w kryterium cena 60 pkt.

**Kryterium II Portfolio grafika (P1) - 20 pkt**

Punkty w ramach kryterium „Portfolio grafika” będą przyznawane na podstawie oceny portfolio (2 prac graficznych stanowiących key visual kampanii społecznych lub marketingowych) złożonego przez Wykonawcę dla osoby skierowanej do realizacji zamówienia jako grafik (osoby wskazanej w **załączniku nr 4 do SWZ**) zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego.

Zamawiający wymaga dołączenia do oferty portfolio składającego się z 2 (dwóch) prac graficznych stanowiących key visual kampanii informacyjnych lub społecznych lub promocyjnych lub edukacyjnych lub marketingowych. W przypadku przesłania większej liczby prac Zamawiający będzie oceniać dwie pierwsze prace.

Portfolio należy przygotować w formacie plików pdf. Do portfolio należy dołączyć krótki opis każdej kampanii zawierający co najmniej opis grupy docelowej oraz nazwy mediów wykorzystanych w danej kampanii. W przypadku zastosowania większej liczby plików należy je pogrupować i opisać zgodnie z zakresem. Łączna pojemność plików nie powinna przekroczyć 50 MB.

Punkty będą przyznawane w następujący sposób:

1. Kreatywność i oryginalność projektów – 0-10 pkt

10 pkt – projekty graficzne cechujące się unikalnym, nowoczesnym stylem i wysoką estetyką, odzwierciedlające innowacyjne podejście do komunikacji wizualnej,

6–9 pkt – projekty o wysokiej jakości estetycznej i kreatywnej, dobrze dopasowane do grupy docelowej,

3–5 pkt – poprawne projekty, estetyczne, ale bez wyjątkowego wyróżnika,

0–2 pkt – niska jakość projektów, brak innowacyjności, brak wskazania w opisie grupy docelowej.

1. Praktyczność i funkcjonalność rozwiązań – 0–10 pkt:

10 pkt – projekty charakteryzujące się intuicyjnym układem, dostosowane do różnych mediów i dobrze spełniające cele komunikacyjne,

6–9 pkt – dobre rozwiązania funkcjonalne, estetyczne, ale z drobnymi mankamentami,

3–5 pkt – poprawne, ale nie w pełni optymalne rozwiązania użytkowe,

0–2 pkt – projekty mało funkcjonalne, niepraktyczne, brak wskazania w opisie nazw mediów wykorzystanych w kampanii.

Każdy członek komisji oceniającej przyznaje punkty w skali od 0 do 20 pkt (dla każdej pracy).

Punkty przeznaczone przez poszczególnych członków komisji przetargowej dokonujących oceny w kryterium „Portfolio grafika” (z wyłączeniem zastępcy przewodniczącego komisji) zostaną dodane oraz podzielone przez liczbę osób dokonujących oceny. Powyższy wynik będzie stanowił liczbę punktów przyznanych danej ofercie w ww. kryterium.

W przypadku braku portfolio Zamawiający przyzna w tym kryterium 0 pkt.

**Kryterium III Portfolio copywritera (P2) - 20 pkt**

Punkty w ramach kryterium „Portfolio copywritera” będą przyznawane na podstawie oceny portfolio (2 haseł promocyjnych, w tym minimum 1 hasło powinno mieć zastosowanie do kampanii społecznej) złożonego przez Wykonawcę dla osoby skierowanej do realizacji zamówienia jako copywriter (osoby wskazanej w **załączniku nr 4 do SWZ**) zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego.

Zamawiający wymaga dostarczenia portfolio składającego się z 2 (dwóch) haseł promocyjnych, w tym minimum 1 (jedno) hasło powinno mieć zastosowanie do kampanii społecznej W przypadku przesłania większej liczby prac Zamawiający będzie oceniać dwie pierwsze prace.

Portfolio należy przygotować w formacie plików pdf. Do każdego z haseł zawartych w portfolio należy dołączyć krótki opis zawierający co najmniej opis grupy docelowej, cele danej kampanii oraz wskazanie czy była to kampania społeczna. W przypadku zastosowania większej liczby plików należy je pogrupować i opisać zgodnie z zakresem. Łączna pojemność plików nie powinna przekroczyć 50 MB.

Punkty będą przyznawane w następujący sposób:

1. Jakość językowa i stylistyczna hasła reklamowego – 0-10 pkt

10 pkt – hasła reklamowe cechujące się wyjątkową precyzją językową, kreatywnością, wysoką poprawnością gramatyczną i stylistyczną,

6–9 pkt – hasła reklamowe poprawne językowo, dobrze dopasowane do grupy docelowej,

3–5 pkt – hasła reklamowe poprawne, ale bez wyróżniającego się stylu,

0–2 pkt – hasła reklamowe zawierające błędy językowe, gramatyczne lub stylistyczne, brak wskazania w opisie grupy docelowej.

1. Efektywność komunikacyjna i perswazyjność hasła reklamowego – 0–10 pkt:

10 pkt – hasła reklamowe skutecznie angażujące odbiorców, klarowne i dobrze dostosowane do celów kampanii,

6–9 pkt – hasła reklamowe skutecznie komunikujące przekaz, choć z pewnymi drobnymi zastrzeżeniami,

3–5 pkt – hasła reklamowe poprawne, ale z ograniczoną efektywnością perswazyjną,

0–2 pkt – hasła reklamowe nieprzekonujące, źle dopasowane do grupy docelowej, brak wskazania w opisie grupy docelowej, brak wskazania celów kampanii.

Każdy członek komisji oceniającej przyznaje punkty w skali od 0 do 20 pkt (dla każdego hasła).

Punkty przeznaczone przez poszczególnych członków komisji przetargowej dokonujących oceny w kryterium „Portfolio copywritera” (z wyłączeniem zastępcy przewodniczącego komisji) zostaną dodane oraz podzielone przez liczbę osób dokonujących oceny. Powyższy wynik będzie stanowił liczbę punktów przyznanych danej ofercie w ww. kryterium.

Wskazanie w ramach kryterium III osoby innej niż wskazana w załączniku nr 4, skutkować będzie nieprzyznaniem punktów w danym kryterium.

1. Punktacja przyznawana ofertom w poszczególnych kryteriach będzie liczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
2. Maksymalna liczba punktów, możliwych do uzyskania przez Wykonawcę wynosi 100.
3. Każda oferta nieodrzucona zostanie oceniona wg kryteriów opisanych w pkt 1 i otrzyma liczbę punktów (S) obliczoną wg wzoru: S= C + P1 + P2
4. Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która otrzyma największą liczbę punktów. Oceny dokonywać będą członkowie komisji przetargowej.
5. W toku dokonywania oceny złożonych ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert. Niedopuszczalne jest prowadzenie między Zamawiającym a Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty, z zastrzeżeniem możliwości poprawy oczywistych omyłek pisarskich, oczywistych omyłek rachunkowych z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek oraz innych omyłek polegających na niezgodności oferty z dokumentami zamówienia niepowodujących istotnych zmian w treści oferty. Zamawiający poprawi w tekście oferty omyłki, wskazane w art. 223 ust. 2 ustawy, niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta zostanie poprawiona.
6. Zamawiający przyzna zamówienie Wykonawcy, który złoży ofertę niepodlegającą odrzuceniu, i która zostanie uznana za najkorzystniejszą (uzyska największą liczbę punktów przyznanych według kryteriów wyboru oferty określonych w niniejszej SWZ).
7. Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta zostanie najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 5 dni od dnia wezwania, podmiotowych środków dowodowych, aktualnych na dzień ich złożenia (określonych w rozdziale XIII niniejszej SWZ).

**Jawność postępowania**.

Protokół wraz z załącznikami jest jawny. Załączniki do protokołu udostępnia się po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania z tym, że oferty wraz z załącznikami udostępnia się niezwłocznie po otwarciu ofert, nie później jednak niż w terminie 3 dni od dnia otwarcia ofert (z wyjątkiem informacji, które mają charakter poufny).

**Unieważnienie postępowania**

Zamawiający unieważni postępowanie o udzielenie niniejszego zamówienia w sytuacjach określonych w art. 255 ustawy Pzp. O unieważnieniu postępowania Zamawiający zawiadomi równocześnie Wykonawców, którzy złożyli oferty podając uzasadnienie faktyczne i prawne.

# Informacje o formalnościach, jakie muszą zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego

1. Zamawiający zawiera umowę w sprawie zamówienia publicznego, z uwzględnieniem art. 577 ustawy Pzp, w terminie nie krótszym niż 5 dni od dnia przesłania zawiadomienia o wyborze najkorzystniejszej oferty, jeżeli zawiadomienie to zostało przesłane przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, albo 10 dni, jeżeli zostało przesłane w inny sposób.
2. Zamawiający może zawrzeć umowę w sprawie zamówienia publicznego przed upływem terminu, o którym mowa w pkt 1, jeżeli w postępowaniu o udzielenie zamówienia złożono tylko jedną ofertę.
3. Wykonawca, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, zostanie poinformowany przez Zamawiającego o miejscu i terminie podpisania umowy.
4. Wykonawca, o którym mowa w pkt. 3, ma obowiązek zawrzeć umowę w sprawie zamówienia na warunkach określonych w projektowanych postanowieniach umowy, które stanowią załącznik do SWZ. Umowa zostanie uzupełniona o zapisy wynikające ze złożonej oferty.
5. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego Zamawiający może dokonać ponownego badania i oceny ofert spośród ofert pozostałych w postępowaniu Wykonawców albo unieważnić postępowanie.

**Zabezpieczenie należytego wykonania umowy**

Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

# Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy

1. Zasady, terminy oraz sposób korzystania ze środków ochrony prawnej szczegółowo regulują przepisy działu IX ustawy – Środki ochrony prawnej (art. 505-590 ustawy Pzp).
2. Środki ochrony prawnej przysługują Wykonawcy oraz innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy.
3. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia wszczynającego postępowanie o udzielenie zamówienia oraz dokumentów zamówienia przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 469 pkt 15, oraz Rzecznikowi Małych i Średnich Przedsiębiorców.
4. Odwołanie przysługuje na:
5. niezgodną z przepisami ustawy czynność Zamawiającego, podjętą w postępowaniu o udzielenie zamówienia, w tym na projektowane postanowienie umowy;
6. zaniechanie czynności w postępowaniu o udzielenie zamówienia, do której Zamawiający by obowiązany na podstawie ustawy.
7. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w formie pisemnej albo w formie elektronicznej albo w postaci elektronicznej opatrzone podpisem zaufanym.
8. Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej oraz postanowienie Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej, o którym mowa w art. 519 ust. 1 ustawy Pzp, stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu. Skargę wnosi się do Sądu Okręgowego w Warszawie za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej.

Rybnik, dnia 30 września 2024 r.

Załączniki do SWZ

Integralną częścią niniejszej SWZ stanowią następujące załączniki:

* załącznik nr 1 – formularz ofertowy
* załącznik nr 2 – oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu i spełnianiu warunków u udziału w postępowaniu
* załącznik nr 3 – oświadczenie wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, z którego wynika, jakie usługi wykonają poszczególni Wykonawcy
* załącznik nr 4 – wzór wykazu osób skierowanych do realizacji zamówienia