

WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
Z SIEDZIBĄ URZĘDU MARSZAŁKOWSKIEGO
WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO W POZNANIU
al. Niepodległości 34, 61-714 Poznań

SPECYFIKACJA WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

**w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego
w trybie podstawowym bez przeprowadzenia negocjacji pn.:**

**„Koncepcja, przygotowanie i realizacja kreatywnej kampanii społeczno-informacyjnej
promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego
oraz budowę nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919”**

o wartości szacunkowej zamówienia mniejszej niż progi unijne

Zatwierdzenie Specyfikacji Warunków Zamówienia w dniu: 8 listopada 2024r.

Marcin Fuszpaniak
/-/
Dyrektor
Biura Komunikacji Zewnętrznej i Promocji

Znak sprawy: BKZ-I.272.5.2024

Poznań, 2024 rok



WIELKOPOLSKA



URZĄD
MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO

SPIS TREŚCI

Rozdział 1	Dane Zamawiającego
Rozdział 2	Tryb udzielania zamówienia
Rozdział 3	Opis przedmiotu zamówienia wraz z oznaczeniem wynikającym ze Wspólnego Słownika Zamówień (CPV)
Rozdział 4	Termin wykonania zamówienia
Rozdział 5	Warunki udziału w postępowaniu
Rozdział 6	Podstawy wykluczenia
Rozdział 7	Inne podstawy wykluczenia związane z przepisami sankcyjnymi
Rozdział 8	Wykaz wymaganych oświadczeń i dokumentów
Rozdział 9	Przedmiotowe środki dowodowe
Rozdział 10	Informacje o środkach komunikacji elektronicznej, przy użyciu których Zamawiający będzie komunikował się z Wykonawcami oraz informacje o wymaganiach technicznych i organizacyjnych sporządzania, wysyłania i odbierania korespondencji elektronicznej, a także wskazanie osób uprawnionych do komunikowania się z Wykonawcami oraz informacja o uprawnieniach i obowiązkach dotyczących wniosków o wyjaśnienie SWZ
Rozdział 11	Termin związania ofertą
Rozdział 12	Opis sposobu przygotowania oferty
Rozdział 13	Sposób oraz termin składania ofert. Termin otwarcia ofert
Rozdział 14	Sposób obliczenia ceny
Rozdział 15	Opis kryteriów oceny ofert i sposób oceny ofert
Rozdział 16	Informacje o formalnościach, jakie muszą zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy
Rozdział 17	Projektowane postanowienia umowy
Rozdział 18	Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy
Rozdział 19	Ochrona danych osobowych
Rozdział 20	Wykaz załączników do SWZ

1. DANE ZAMAWIAJĄCEGO

- 1.1. Województwo Wielkopolskie
z siedzibą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu
al. Niepodległości 34
61-714 Poznań
NIP: 778-13-46-888
Internet: <https://www.umww.pl>
- 1.2. Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu
Biuro Komunikacji Zewnętrznej i Promocji
al. Niepodległości 34
61-714 Poznań
Telefon sekretariat: 61 626 66 90
- 1.3. Informacje dotyczące komunikacji elektronicznej

Adres strony internetowej prowadzonego postępowania	https://e-zp.umww.pl
Adres strony internetowej, na której udostępniane będą zmiany i wyjaśnienia treści SWZ oraz inne dokumenty zamówienia bezpośrednio związane z przedmiotowym postępowaniem	https://e-zp.umww.pl

2. TRYB UDZIELANIA ZAMÓWIENIA

- 2.1. Postępowanie prowadzone jest **w trybie podstawowym bez przeprowadzenia negocjacji** na podstawie art. 275 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1320), zwanej dalej ustawą lub ustawą Pzp.
- 2.2. Postępowanie, którego dotyczy niniejszy dokument oznaczone jest znakiem sprawy:
BKZ-I.272.5.2024 i Wykonawcy winni we wszelkich kontaktach z Zamawiającym powoływać się na wyżej podane oznaczenie sprawy.
- 2.3. Specyfikacja Warunków Zamówienia w dalszej części tekstu określana będzie skrótem „SWZ”.
- 2.4. Do niniejszego postępowania bezpośrednio stosuje się przepisy ustawy Pzp oraz rozporządzeń wydanych na podstawie tej ustawy. We wszelkich uregulowanych jak i nieuregulowanych w niniejszej SWZ sprawach stosuje się przepisy tych aktów.

3. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA WRAZ Z OZNACZENIEM WYNIKAJĄCYM ZE WSPÓLNEGO SŁOWNIKA ZAMÓWIEŃ (CPV)

- 3.1. Rodzaj przedmiotu zamówienia: **usługa**.
- 3.2. Przedmiotem zamówienia jest koncepcja, przygotowanie i realizacja kreatywnej kampanii społeczno-informacyjnej promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego oraz budowę

nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919 w Poznaniu, zwanej dalej „kampanią”. Kampania ta ma wykraczać poza ramy tradycyjnej kampanii marketingowej, tak by skutecznie trafić do jak najszerszego grona odbiorców. Ideą kampanii powinna być opowieść wywołująca emocje, pozwalająca na budowanie pomostu pomiędzy historią a czasami współczesnymi.

3.3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi Załącznik nr 4 do SWZ – szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ).

3.4. Pozostałe warunki realizacji zamówienia zostały określone w Projektowanych postanowieniach umowy (PPU), stanowiących Załącznik nr 3 do SWZ.

3.5. Kod i nazwa zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

Kod CPV	Nazwa
79341400-0	Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
79340000-9	Usługi reklamowe i marketingowe
79952000-2	Usługi w zakresie organizacji imprez

3.6. Zamawiający nie dopuszcza podziału zamówienia na części. Przedmiotem zamówienia jest usługa kompleksowa o złożonym charakterze, gdzie elementy zamówienia są spójne ze sobą. Wyodrębnienie realizacji jakiegokolwiek elementu zamówienia wpłynęłoby negatywnie na jego realizację zarówno pod kątem organizacji, koordynacji, jakości i bezpieczeństwa usługi, kosztów i przede wszystkim celowości.

3.7. Zamawiający nie stawia wymogu z art. 95 ust. 1 i 2 ustawy Pzp, zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę na podstawie stosunku pracy osób wykonujących czynności w zakresie realizacji przedmiotu zamówienia.

4. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin realizacji przedmiotu zamówienia: od dnia zawarcia umowy do 28 grudnia 2026 r.

Na wskazany powyżej termin składa się:

1. Faza przygotowawcza obejmująca okres od dnia zawarcia umowy do końca miesiąca kalendarzowego, następującego po miesiącu, w którym zawarto umowę.
2. Faza wykonawcza poszczególnych elementów kampanii.
3. Realizacja kampanii – od dnia zakończenia fazy wykonawczej poszczególnych elementów kampanii do końca trwania umowy.

5. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

5.1. O udzielenie niniejszego zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu, określone przez Zamawiającego zgodnie z art. 112 ust. 2 ustawy dotyczące:

Zdolności technicznej lub zawodowej (art. 112 ust. 2 pkt 4 ustawy Pzp) Zamawiający określa minimalne warunki dotyczące:

5.1.1. Doświadczenia Wykonawcy:

Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał należycie, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych również wykonuje należycie co najmniej dwie usługi, gdzie:

- a. jedna usługa polegała na realizacji kompleksowej kreatywnej kampanii społeczno-informacyjnej o charakterze edukacyjnym lub/i kulturalnym, która obejmowała łącznie minimum niżej wymienione elementy:
 - prowadzenie dwóch oficjalnych kont w mediach społecznościowych, spośród kont: Facebook i/lub Instagram, i/lub Youtube, zawierających kampanie płatne;
 - produkcję co najmniej 1 spotu promocyjnego;
- b. druga usługa polegała na realizacji co najmniej 1 cyklu wydarzeń/eventów, składających się minimum z 3 do 6 wydarzeń/eventów, w którym udział wzięło łącznie minimum 300 osób;

5.1.2. Kwalifikacji zawodowych/doświadczenia osób skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia

Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że skieruje do realizacji zamówienia zespół osób w skład, którego wchodzi następujący specjaliści:

- a) **Manager Projektu** - co najmniej jedna osoba odpowiedzialna za komunikację z Zamawiającym i nadzorowanie wszystkich realizowanych działań, koordynację tworzenia kreacji, strategii, mediaplanów, projektów graficznych, tekstów i innych elementów strategii i kreacji kampanii, która: posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w obszarze Account Managementu i Marketingu lub PR, tj. była odpowiedzialna za nadzór nad realizacją co najmniej dwóch kampanii marketingowych/PR, komunikację z klientem, rozliczanie kampanii, zarządzanie i/lub koordynację prac zespołem składającym się z co najmniej czterech osób;
- b) **Specjalista ds. Social Mediów** – co najmniej jedna osoba, która posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w obszarze Social Media, tj. w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert była odpowiedzialna za przygotowanie i realizację co najmniej 3 płatnych kampanii w mediach społecznościowych online SEM/ SEO z użyciem Facebook Ads i/lub Google Ads i/lub Google Analytics na Facebooku i/lub Instagramie i/lub YouTube.
- c) **Specjalista ds. video** – co najmniej jedna osoba do realizacji materiałów video, która posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w obszarze zarządzania realizacją i realizacji materiałów video, tj. była odpowiedzialna za planowanie realizacji materiałów video, zarządzanie pracą ekip i zespołów filmowych, oraz w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert wyprodukowała co najmniej 2 materiały video (filmowe i/lub reklamowe);
- d) **Graphic designer** - co najmniej jedna osoba odpowiedzialna za przygotowanie projektów graficznych, która: posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie jako Graphic Designer, tj. była odpowiedzialna za przygotowanie projektów graficznych do kanałów online i offline i posługuje się biegle programami pakietu Adobe: InDesign i/lub Illustrator i/lub Photoshop i/lub Adobe XD, oraz w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert była odpowiedzialna za tworzenie grafik dla co najmniej 3 kampanii promocyjnych;
- e) **Redaktor/ Copywriter** – co najmniej jedna osoba odpowiedzialna za redakcję tekstów i copywriting, która: posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie jako copywriter i/lub redaktor-dziennikarz, tj. była odpowiedzialna za tworzenie tekstów promocyjnych i/lub tekstów marketingowych i/lub tekstów publicystycznych i/lub tekstów dziennikarskich i/lub artykułów prasowych, oraz w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert była samodzielnym autorem co najmniej 3 opublikowanych artykułów o tematyce historycznej.

Uwaga:

Zamawiający dopuszcza łączenie funkcji - maksymalnie 2 funkcji przez 1 osobę, spośród ww. wymienionych, pod warunkiem, że osoba ta spełnia łącznie wymagania w zakresie kwalifikacji.

5.2. Na potwierdzenie spełniania opisanych powyżej warunków Zamawiający będzie żądał podmiotowych środków dowodowych określonych w rozdz. 8 ust. 8.2. SWZ.

6. PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie niniejszego zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie **art. 108 ust. 1 ustawy Pzp**.

Na podstawie art. 108 ust. 1 ustawy Pzp, z niniejszego postępowania wyklucza się Wykonawcę:

6.1. będącego osobą fizyczną, którego prawomocnie skazano za przestępstwo:

- a) udziału w zorganizowanej grupie przestępczej albo związku mającym na celu popełnienie przestępstwa lub przestępstwa skarbowego, o którym mowa w art. 258 Kodeksu karnego,
- b) handlu ludźmi, o którym mowa w art. 189a Kodeksu karnego,
- c) 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 2024 r. poz. 1488) 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 2024 r. poz. 930 ze zm.),
- d) 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,
- e) o charakterze terrorystycznym, o którym mowa w art. 115 § 20 Kodeksu karnego, lub mające na celu popełnienie tego przestępstwa,
- f) powierzenia 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. z 2021 r. poz. 1745),
- g) przeciwko obrotowi gospodarczemu, o którym 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,
- h) 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;

6.2. 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 ust. 6.1;

- 6.3.** 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;
- 6.4.** wobec którego prawomocnie orzeczono zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne;
- 6.5.** 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;
- 6.6.** jeżeli, w przypadkach, o których mowa w art. 85 ust. 1, 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.

7. PODSTAWY WYKLUCZENIA ZWIĄZANE Z PRZEPISAMI SANKCYJNYMI

- 7.1** Na podstawie 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 2024 r., poz. 507), z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego na podstawie ustawy Pzp wyklucza się:
- 7.1.1** wykonawcę wymienionego w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisanego na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3;
- 7.1.2** wykonawcę, którego beneficjentem rzeczywistym w rozumieniu ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (Dz. U. z 2023 r. poz. 1124 ze zm.) jest osoba wymieniona w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisana na listę lub będąca takim beneficjentem rzeczywistym od dnia 24 lutego 2022 r., o ile została wpisana na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3;
- 7.1.3** wykonawcę, którego jednostką dominującą w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 37 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r., poz. 120 ze zm.), jest podmiot wymieniony w wykazach określonych w rozporządzeniu 765/2006 i rozporządzeniu 269/2014 albo wpisany na listę lub będący taką jednostką dominującą od dnia 24 lutego 2022 r., o ile został wpisany na listę na podstawie decyzji w sprawie wpisu na listę rozstrzygającej o zastosowaniu środka, o którym mowa w art. 1 pkt 3 ustawy.
- 7.2** W przypadku wykonawcy wykluczonego na podstawie, o której mowa w ust. 7.1, zamawiający odrzuca ofertę takiego wykonawcy.
- 7.3** Przez ubieganie się o udzielenie zamówienia publicznego rozumie się złożenie oferty.

- 7.4** Osoba lub podmiot podlegające wykluczeniu na podstawie ust. 7.1, które w okresie tego wykluczenia ubiegają się o udzielenie zamówienia publicznego lub biorą udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego podlegają karze pieniężnej, o której mowa w art. 7 ust. 7 ustawy o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego.

8. WYKAZ WYMAGANYCH OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW

- 8.1.** Wykonawca w odpowiedzi na ogłoszenie o zamówieniu dołącza do oferty Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy Pzp – zgodnie z Załącznikiem nr 2 do SWZ w zakresie wskazanym w rozdziale 5, 6, 7 SWZ.

Oświadczenie to stanowi dowód potwierdzający brak podstaw wykluczenia oraz wstępne oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, na dzień składania ofert, tymczasowo zastępujący wymagane podmiotowe środki dowodowe, wskazane w ust. 8.2.

Uwaga! Oświadczenie składają odrębnie:

- 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;
- podmiot trzeci, 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.

- 8.2.** W celu potwierdzenia spełnienia przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu, Zamawiający wymaga przedstawienia następujących podmiotowych środków dowodowych:

- 8.2.1. wykazu usług wykonanych**, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat liczonych wstecz od dnia, w którym upływa termin składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich przedmiotu, ilości osób, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane lub są wykonywane, oraz załączeniem dowodów określających, czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty sporządzone przez podmiot, na rzecz którego usługi zostały wykonane, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli wykonawca z przyczyn niezależnych od niego nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wystawione w okresie ostatnich 3 miesięcy; potwierdzającego spełnienie warunku określonego w rozdz. 5 ust. 5.1 pkt 5.1.1. SWZ, zgodnie z **Załącznikiem nr 5 do SWZ** (*składane na wezwanie Zamawiającego przez Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona*).

- 8.2.2. wykaz osób skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego /wykaz doświadczenia zespołu specjalistów/**, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami; potwierdzającego spełnienie warunku określonego w rozdz. 5 ust. 5.1 pkt 5.1.2. SWZ, zgodnie z

Załącznikiem nr 6 do SWZ (składane na wezwanie Zamawiającego przez Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona).

8.3. UDOSTĘPNIENIE ZASOBÓW - Korzystanie przez Wykonawcę ze zdolności technicznych lub zawodowych lub sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów-

8.3.1. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu opisanych w rozdz. 5 SWZ w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych, lub sytuacji finansowej lub ekonomicznej podmiotów udostępniających zasoby, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków prawnych.

8.3.2. 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.

Zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, o którym mowa powyżej, potwierdza, że stosunek łączący wykonawcę z podmiotami udostępniającymi zasoby gwarantuje rzeczywisty dostęp do tych zasobów oraz określa w szczególności:

- zakres dostępnych wykonawcy zasobów podmiotu udostępniającego zasoby;
- sposób i okres udostępnienia wykonawcy i wykorzystania przez niego zasobów podmiotu udostępniającego te zasoby przy wykonywaniu zamówienia;
- 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 usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia wykonawcy mogą polegać na zdolnościach podmiotów udostępniających zasoby, jeśli podmioty te wykonają usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.

8.3.3. 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.

Wykonawca, w przypadku polegania na zdolnościach lub sytuacji podmiotów udostępniających zasoby, wskazuje informacje o tym podmiocie w formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SWZ) oraz przedstawia także oświadczenia (załącznik nr 2 do SWZ) podmiotu udostępniającego zasoby, potwierdzające brak podstaw wykluczenia tego podmiotu oraz odpowiednio spełnianie warunków udziału w postępowaniu, w zakresie, w jakim wykonawca powołuje się na jego zasoby.

8.4. Wykonawcy, którzy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia.

8.4.1. Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia (np. konsorcjum, spółka cywilna).

8.4.2. W przypadku, o którym mowa w pkt 8.4.1., Wykonawcy ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Oferta musi być podpisana w taki sposób, by prawnie zobowiązywała wszystkich Wykonawców występujących wspólnie (przez każdego z Wykonawców lub pełnomocnika). Wszelka

korrespondencja dokonywana będzie wyłącznie z Wykonawcą występującym jako pełnomocnik pozostałych.

8.4.3. Wykonawcy, którzy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia są zobowiązani dołączyć do oferty oświadczenie, z którego wynika, które usługi wykonają poszczególni Wykonawcy, zgodnie z art. 117 ust. 4 ustawy Pzp.

8.4.4. Przepisy dotyczące Wykonawcy stosuje się odpowiednio do Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.

8.5. Kompletna oferta musi zawierać następujące dokumenty :

8.5.1. Formularz ofertowy zgodny z Załącznikiem nr 1 do SWZ,

8.5.2. Dokumenty potwierdzające uprawnienia osób podpisujących ofertę Wykonawcy do działania w jego imieniu (w tym także **pełnomocnictwo**), o ile uprawnienia te nie wynikają z dokumentów rejestrowych,

8.5.3. Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu – zgodnie z Załącznikiem nr 2 do SWZ

8.5.4. Przedmiotowe środki dowodowe, o których mowa w rozdz. 9 SWZ - koncepcja kreatywna organizacji wydarzenia wraz z harmonogramem realizacji usługi oraz z próbkami konceptów składana w celu przyznania punktów, o czym mowa w rozdz. 15 SWZ,

8.5.5. Zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby – o ile zachodzi,

8.5.6. Oświadczenie Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie, o którym mowa w pkt 8.4.3. – o ile zachodzi.

9. PRZEDMIOTOWE ŚRODKI DOWODOWE

9.1. Na potwierdzenie, że oferowane usługi spełniają określone przez Zamawiającego wymagania, cechy lub kryteria Zamawiający żąda złożenia wraz z ofertą następujących przedmiotowych środków dowodowych:

9.1.1. Koncepcji kreatywnej kampanii wraz z planem jej realizacji w postaci prezentacji zawierającej opis strategii i koncepcji komunikacji oraz ogólną koncepcję realizacji kampanii informacyjno-społecznej wraz z harmonogramem realizacji usługi;

9.1.2. Dodatkowo Zamawiający wymaga załączenia do koncepcji próbek w postaci konceptów:

- Koncept Key Visual'u dla kampanii,
- Koncept kreatywny spotu video promującego kampanię wraz ze szkicem scenariusza,
- Koncept kreatywny postów na Facebook oraz stories na Instagram, 3 przykładowe posty (po jednym dla każdego z profili) oraz 3 przykładowe stories;
- Koncept kreatywny sposobu wyeksponowania/zaprezentowania wybranych elementów kampanii w przestrzeni publicznej w formie prezentacji.

9.2. Załączone do oferty przedmiotowe środki dowodowe, o których mowa powyżej będą podlegały ocenie w kryteriach oceny ofert szczegółowo opisanych w rozdz. 15 SWZ.

9.3. Elementy obowiązkowe, które należy uwzględnić w koncepcji kreatywnej kampanii zostały szczegółowo opisane w zał. nr 4 do SWZ -SOPZ.

9.4. Przedmiotowe środki dowodowe, które należy załączyć do oferty nie podlegają uzupełnieniu.

Niezałączenie do oferty przedmiotowych środków dowodowych skutkować będzie odrzuceniem oferty na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 Pzp.

- 9.5. Koncepcję kreatywną kampanii oraz pozostałe koncepty, o których mowa w pkt 9.1.1. i 9.1.2. należy złożyć wraz z ofertą w formie elektronicznej lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym, lub podpisem osobistym.

10. INFORMACJE O ŚRODKACH KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ, PRZY UŻYCIU KTÓRYCH ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE KOMUNIKOWAŁ SIĘ Z WYKONAWCAMI ORAZ INFORMACJE O WYMAGANIACH TECHNICZNYCH I ORGANIZACYJNYCH SPORZĄDZANIA, WYSYŁANIA I ODBIERANIA KORESPONDENCJI ELEKTRONICZNEJ, A TAKŻE WSKAZANIE OSÓB UPRAWNIONYCH DO KOMUNIKOWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI ORAZ INFORMACJA O UPRAWNIENIACH I OBOWIĄZKACH DOTYCZĄCYCH WNIOSKÓW O WYJAŚNIENIE SWZ

- 10.1. W niniejszym postępowaniu o udzielenie zamówienia komunikacja między Zamawiającym, a Wykonawcami **odbywa się za pośrednictwem Systemu E-Zamówienia Publiczne Województwo Wielkopolskie z siedzibą UMWW w Poznaniu, (zwanego dalej Systemem e-ZP lub Systemem)** dostępnego pod adresem: <https://e-zp.umww.pl>. Wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje przekazywane są przy użyciu: Systemu e-ZP dostępnego pod adresem: <https://e-zp.umww.pl>.

Ponadto wszelkie informacje dotyczące postępowania, w tym: zapytania i odpowiedzi dla Wykonawców, modyfikacje treści SWZ, informacje o wynikach postępowania, itp. będą zamieszczane w Systemie e-ZP.

- 10.2. Osobami uprawnionymi do porozumiewania się z Wykonawcami są:
Katarzyna Sklepik – Biuro Komunikacji Zewnętrznej i Promocji
Małgorzata Patalon – Biuro Zamówień Publicznych
- 10.3. Wykonawca zamierzający wziąć udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, musi posiadać konto w Systemie e-ZP. Rejestracja i korzystanie z Systemu e-ZP jest bezpłatne. Zaleca się rejestrację konta w Systemie e-ZP na adres email wskazany w formularzu ofertowym.
- 10.4. Użytkownik niezarejestrowany może jedynie przeglądać treści udostępniane w części publicznej Systemu. Jest to równoznaczne z tym, że użytkownicy niezarejestrowani nie posiadają dostępu do wszystkich funkcjonalności systemu. Dokonując rejestracji Wykonawca akceptuje Regulamin korzystania z Systemu E-Zamówienia Publiczne Województwo Wielkopolskie z siedzibą UMWW w Poznaniu.
- 10.5. W Systemie e-ZP znajdują się także: instrukcja dla Wykonawcy (Instrukcja obsługi Systemu FINN E-Zamówienia Publiczne) oraz filmy instruktażowe - prezentujące podstawowe czynności dokonywane przez Wykonawców za pomocą Systemu (rejestracja, zadawanie pytań, złożenie oferty, wycofanie oferty). Instrukcja dostępna jest pod adresem: <https://pomoc.e-zp.finn.pl>.
- 10.6. Specyfikacja połączenia, formatu przesyłanych danych oraz kodowania i oznaczania czasu odbioru danych Systemu e-ZP:
- 10.6.1. Format kodowania treści w obrębie Systemu - UTF8,
- 10.6.2. Komunikacja pomiędzy przeglądarką Wykonawcy, a serwerem jest wykonywana przy użyciu bezpiecznego protokołu HTTPS,
- 10.6.3. Oznaczeniem czasu odbioru danych przez System jest data oraz dokładny czas (hh:mm:ss) - czas lokalny serwera synchronizowany odpowiednim źródłem czasu.
- 10.7. Wymagania techniczne związane z korzystaniem z Systemu (tj. informacje dotyczące specyfikacji połączenia, formatu przesyłanych danych oraz kodowania i oznaczania czasu przekazania danych):
- 10.7.1. stały dostęp do sieci Internet i minimalna prędkość połączenia internetowego nie mniejsza niż 512 kb/s,

- 10.7.2.** zaktualizowana przeglądarka internetowa Chrome w wersji 77 i późniejsze lub Mozilla Firefox w wersji 63 i późniejsze,
- 10.7.3.** system operacyjny Microsoft Windows 7 i późniejsze lub Apple mac iOS 10.14 i późniejsze, dystrybucje systemu Linux.
- 10.8.** Złożenie oferty w trybie podstawowym poprzez System e-ZP wymaga posiadania przez Wykonawcę kwalifikowanego podpisu elektronicznego lub podpisu osobistego lub podpisu zaufanego.
- 10.8.1.** Kwalifikowany podpis elektroniczny, wystawiony przez dostawcę kwalifikowanej usługi zaufania, będącego podmiotem świadczącym usługi certyfikacyjne – podpis elektroniczny, spełniający wymogi bezpieczeństwa określone w ustawie z dnia 5 września 2016 r. o usługach zaufania oraz identyfikacji elektronicznej. Szczegółowe informacje o sposobie pozyskania usługi kwalifikowanego podpisu elektronicznego oraz warunkach jej użycia można znaleźć na stronach internetowych kwalifikowanych dostawców usług zaufania, których lista znajduje się pod adresem internetowym: <https://www.nccert.pl/kontakt.htm>.
- 10.8.2.** Podpis zaufany jest zgodnie z art. 3 pkt 14a ustawy z 17 lutego 2005 r. o informacji działalności podmiotów realizujących działania publiczne, podpisem elektronicznym, którego autentyczność i integralność są zapewniane przy użyciu pieczęci elektronicznej ministra właściwego do spraw informatyzacji, zawierający:
- dane identyfikacyjne osobę, ustalone na podstawie środka identyfikacji elektronicznej wydanego w systemie ePUAP, obejmującego imię, (imiona), nazwisko i numer PESEL,
 - identyfikator środka identyfikacji elektronicznej, przy użyciu którego został złożony,
 - czas jego złożenia.
- 10.8.3.** Podpis osobisty to podpis zdefiniowany w art. 2 ust. 1 pkt 9 ustawy z 6 sierpnia 2010 r. o dowodach osobistych. Jest to zaawansowany podpis elektroniczny w rozumieniu art. 3 pkt 11 rozporządzenia eIDAS, weryfikowany za pomocą certyfikatu podpisu osobistego, spełniający następujące wymagania:
- unikalne przyporządkowanie podpisującego,
 - możliwość ustalenia tożsamości podpisującego,
 - składanie przy użyciu danych, służących do składania podpisu elektronicznego, których podpisujący może, z dozą pewności, użyć pod wyłączną swoją kontrolą.
- 10.9.** **Pliki można podpisać przed dołączeniem do Systemu za pomocą zewnętrznych narzędzi do podpisu lub po dołączeniu do Systemu e-ZP przy pomocy kwalifikowanego podpisu elektronicznego, podpisu osobistego lub podpisu zaufanego.**
- 10.10.** Korzystanie z wbudowanej w System e-ZP funkcjonalności składania podpisu elektronicznego (kwalifikowany podpis elektroniczny, podpis osobisty, podpis zaufany) możliwe jest pod warunkiem, że system teleinformatyczny, z którego korzysta Wykonawca, wyposażony jest w jeden z poniższych komponentów:
- wirtualna maszyna Java firmy Oracle w wersji co najmniej 1.8.0_221 (Java SE JRE 8 Update 221) z obsługą technologii Java Web Start (JavaWS) lub
 - wirtualna maszyna OpenJDK w wersji co najmniej 1.8.0_222 z zainstalowanym rozszerzeniem IcedTea Web Start.
- 10.11.** Powyższe wymagania nie ograniczają możliwości korzystania przez Wykonawcę z zewnętrznego oprogramowania do składania podpisu elektronicznego,
- kwalifikowany podpis elektroniczny (dopuszczalne formaty podpisów: PaDES - format.pdf, XaDES - pozostałe formaty),

- b) podpis zaufany,
- c) podpis osobisty.

- 10.12.** Oferty w trybie podstawowym, oświadczenie, o których mowa w art. 125 ust. 1 ustawy PZP, podmiotowe środki dowodowe, w tym oświadczenie, o którym mowa w art. 117 ust. 4 ustawy PZP, oraz zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, o którym mowa w art. 118 ust. 3 ustawy PZP, przedmiotowe środki dowodowe, 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 2023 r. poz. 57 ze zm.), z zastrzeżeniem formatów, o których mowa w art. 66 ust. 1 ustawy PZP, z uwzględnieniem rodzaju przekazywanych danych.
- 10.13.** Informacje, oświadczenia lub dokumenty, inne niż ww., 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.
- 10.14.** Zamawiający zaleca składanie ww. plików w formacie pdf.
- 10.15.** Maksymalny rozmiar przesyłanych plików oferty w trybie podstawowym oraz wiadomości wynosi 150 MB.
- 10.16.** W zależności od formatu podpisu: Podpis kwalifikowany (PAdES, XAdES), podpis osobisty (XAdES), podpis zaufany (PAdES, XAdES) i jego typu (zewnętrzny, otaczający) Wykonawca dołącza do Systemu e-ZP uprzednio podpisane dokumenty wraz z wygenerowanym plikiem podpisu (typ zewnętrzny) lub dokument z podpisem (typ otaczający).
- 10.17.** Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem funkcji „Wyślij” formularza “Złóż ofertę”. Ofertę przed wysłaniem należy zapisać poprzez wybór “Zapisz” na formularzu składania oferty. Wysłana oferta jest automatycznie szyfrowana i chroniona terminem otwarcia.
- 10.18.** Oferta dla postępowania o udzielenie zamówienia o wartości mniejszej niż progi unijne powinna być sporządzona w języku polskim, z zachowaniem formy elektronicznej lub postaci elektronicznej przy użyciu dostępnych mechanizmów i podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.
- 10.19.** Ofertę należy złożyć w oryginale przy użyciu dedykowanych funkcji Systemu.
- 10.20.** Wszelkie informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, które Wykonawca zastrzeże jako tajemnicę przedsiębiorstwa, powinny zostać złożone w Systemie jako osobny dokument poprzez mechanizm dodawania dokumentów i określenia ich jako „Tajemnica przedsiębiorstwa”.
- 10.21.** W zakresie dotyczącym kodowania i czasu odbioru danych Zamawiający informuje, że złożona przez Wykonawcę za pomocą Systemu e-ZP oferta jest widoczna w systemie, jako zaszyfrowana, a możliwość jej odszyfrowania i otworzenia przez Zamawiającego możliwa jest po upływie terminu składania ofert;
- 10.22.** Wykonawca może przed upływem terminu do składania, za pośrednictwem dedykowanego mechanizmu wycofać ofertę. Mechanizm wycofania oferty został opisany w funkcji Systemu „Pomoc Wykonawcy”.
- 10.23.** Zmiana oferty następuje za pośrednictwem dedykowanego mechanizmu wycofania oferty oraz jej ponownego złożenia.
- 10.24.** Wykonawca po upływie terminu do składania ofert nie może dokonać złożenia oraz wycofania oferty.

- 10.25.** W postępowaniu o udzielenie zamówienia komunikacja pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcami w szczególności składanie oświadczeń, wniosków (innych niż o dopuszczenie do udziału w postępowaniu), zawiadomień oraz przekazywanie informacji odbywa się elektronicznie za pośrednictwem dedykowanych funkcji formularzy „Wiadomość” dostępnych dla każdego zalogowanego Wykonawcy.
- 10.26.** Za datę przekazania oferty, zawiadomień, dokumentów elektronicznych, oświadczeń lub elektronicznych kopii dokumentów lub oświadczeń oraz innych informacji przyjmuje się datę potwierdzenia komunikatem przez system ich odebrania. Wynikiem złożenia/wysłania (zakończonego sukcesem czyli odbiorem) przesyłki przez Wykonawcę jest wygenerowanie Urzędowego Poświadczenia Przedłożenia (UPP). Należy zwrócić szczególną uwagę na to, iż System potwierdzi złożenie wiadomości/ oferty po pełnym zakończeniu transakcji wysyłki i zapisu przekazanych danych. UPP jest widoczne w wysłanej wiadomości.
- 10.27.** Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SWZ. Zapytania dotyczące SWZ muszą być kierowane w formie określonej w ust. 1 z adnotacją: Zapytania – nazwa (tytuł) postępowania oraz znak sprawy: **BKZ-I.272.5.2024**.
- 10.28.** Zamawiający jest zobowiązany 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.
- Jeżeli Zamawiający nie udzieli wyjaśnień w terminie, o którym mowa wyżej, przedłuża termin składania ofert o czas niezbędny do zapoznania się wszystkich zainteresowanych wykonawców z wyjaśnieniami niezbędnymi do należytego przygotowania i złożenia ofert.
- W przypadku gdy wniosek o wyjaśnienie treści SWZ nie wpłynął w terminie, o którym mowa wyżej, Zamawiający nie ma obowiązku udzielania wyjaśnień SWZ oraz obowiązku przedłużenia terminu składania ofert.
- Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku o wyjaśnienie treści SWZ.
- Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający udostępnia, bez ujawniania źródła zapytania, na stronie internetowej prowadzonego postępowania.
- Zamawiający nie będzie zwoływać zebrania wszystkich Wykonawców w celu wyjaśnienia treści SWZ.
- 10.29.** W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SWZ. Dokonaną zmianę treści SWZ Zamawiający udostępnia na swojej stronie internetowej prowadzonego postępowania.

11. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

W niniejszym postępowaniu Wykonawca jest związany ofertą **do dnia 24 grudnia 2024 r.**

12. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

- 12.1.** Oferta wraz z załącznikami musi zostać sporządzona w języku polskim. Dokumenty sporządzone w języku obcym muszą być złożone wraz z tłumaczeniem na język polski.
- 12.2.** Ofertę składa się, pod rygorem nieważności, w formie elektronicznej (forma ta wymaga użycia podpisu kwalifikowanego) lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym (podpis osobisty to jeden z rodzajów podpisu elektronicznego).

- 12.3.** Podmiotowe środki dowodowe, w tym oświadczenie, o którym mowa w art. 117 ust. 4 ustawy, oraz zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby, przedmiotowe środki dowodowe, dokumenty, o których mowa w art. 94 ust. 2 ustawy, niewystawione przez upoważnione podmioty, oraz pełnomocnictwo przekazuje się w postaci elektronicznej i opatruje się kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.
- 12.4.** W przypadku pełnomocnictwa dopuszcza się przedłożenie elektronicznej kopii dokumentu poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza, tj. podpisanej kwalifikowanym podpisem elektronicznym osoby posiadającej uprawnienia notariusza.
- 12.5.** W przypadku gdy podmiotowe środki dowodowe, przedmiotowe środki dowodowe, inne dokumenty, lub dokumenty potwierdzające umocowanie do reprezentowania, zostały wystawione przez upoważnione podmioty 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.
- 12.6.** **Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli nie została sporządzona lub przekazana w sposób zgodny z wymaganiami technicznymi oraz organizacyjnymi sporządzania lub przekazywania ofert przy użyciu środków komunikacji elektronicznej określonych przez Zamawiającego.**
- 12.7.** Do oferty należy dołączyć dokumenty i oświadczenia wg rozdziału 8 SWZ.
- 12.8.** Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Oferty wykonawcy, który przedłoży więcej niż jedną ofertę, zostaną odrzucone.
- 12.9.** **Oferta winna zawierać, wszystkie wymagane informacje określone w Formularzu ofertowym zgodnie z załącznikiem nr 1 do SWZ.**
- 12.10.** Koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty ponosi Wykonawca. Zamawiający nie przewiduje możliwości zwrotu kosztów przygotowania oferty. Wykonawca powinien zapoznać się z całością SWZ, której integralną część stanowią załączniki.
- 12.11.** Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli została złożona po terminie składania ofert.
- 12.12.** Oferta, tzn. formularz ofertowy i wszystkie wymagane dokumenty i oświadczenia powinny być podpisane przez osobę albo osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy. W przypadku, gdy osoba podpisująca ofertę w imieniu Wykonawcy nie jest wpisana do właściwego rejestru jako osoba uprawniona do reprezentacji, musi przedstawić pełnomocnictwo do występowania w imieniu Wykonawcy oraz jego reprezentowania i zaciągania zobowiązań finansowych.
- 12.13.** Oferty, które nie odpowiadają zasadom określonym w ustawie oraz nie spełniają wymagań określonych w SWZ zostaną odrzucone.
- 12.14.** Nie ujawnia się informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2022 r., poz. 1233), jeżeli Wykonawca, wraz z przekazaniem takich informacji, zastrzegł, że nie mogą być one udostępniane oraz wykazał, że zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 222 ust. 5 Pzp. W przypadku gdy dokumenty elektroniczne w postępowaniu, 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, Wykonawca, w celu utrzymania w poufności tych informacji, przekazuje je w wydzielonym i odpowiednio

oznaczonym pliku. W takim przypadku należy oznaczyć jako „Tajemnica przedsiębiorstwa” a następnie wraz z plikami stanowiącymi jawną część należy dołączyć do Systemu e-ZP.

13. SPOSÓB ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT. TERMIN OTWARCIA OFERT

13.1. Sposób oraz termin składania ofert

13.1.1. Ofertę należy złożyć poprzez System e-ZP w terminie do dnia 25 listopada 2024 roku, do godz. 10:00.

13.1.2. Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem funkcji „Wyślij” formularza „Złóż ofertę”. Ofertę przed wysłaniem należy zapisać poprzez wybór „Zapisz” na formularzu składania oferty. Wystana oferta jest automatycznie szyfrowana i chroniona terminem otwarcia.

13.1.3. Oferta musi być złożona przed upływem terminu składania ofert. O terminie złożenia oferty decyduje czas wygenerowania Urzędowego Poświadczenia Przedłożenia (UPP) w Systemie e-ZP.

13.1.4. Wykonawca przed upływem terminu do składania ofert, za pośrednictwem dedykowanego mechanizmu może wycofać ofertę. Mechanizm wycofania oferty został opisany w funkcji Systemu e-ZP „Pomoc”.

13.1.5. Zmiana oferty następuje za pośrednictwem dedykowanego mechanizmu wycofania oferty oraz jej ponownego złożenia. Wykonawca po upływie terminu do składania nie może dokonać złożenia oraz zmiany ani wycofania oferty.

13.1.6. Zamawiający, najpóźniej przed otwarciem ofert, udostępni na stronie internetowej postępowania informację o kwocie, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

13.2. Termin otwarcia ofert

13.2.1. Otwarcie ofert nastąpi za pośrednictwem Systemu e-ZP Zamawiającego w dniu 25 listopada 2024 roku o godz. 10:30.

13.2.2. Otwarcie ofert w Systemie e-ZP dokonywane jest poprzez odszyfrowanie i otwarcie ofert.

13.2.3. W zakresie dotyczącym kodowania i czasu odbioru danych, złożona przez Wykonawcę za pomocą Systemu e-ZP oferta jest widoczna w systemie, jako zaszyfrowana, a możliwość jej odszyfrowania i otworzenia przez Zamawiającego możliwa jest po upływie terminu składania ofert.

13.2.4. W przypadku awarii systemu teleinformatycznego, która powoduje brak możliwości otwarcia ofert w terminie określonym przez Zamawiającego, otwarcie ofert następuje niezwłocznie po usunięciu awarii. Zamawiający poinformuje o zmianie terminu otwarcia ofert na stronie internetowej prowadzonego postępowania.

13.2.5. Zamawiający, niezwłocznie po otwarciu ofert, udostępni na stronie internetowej postępowania informacje o:

- nazwach albo imionach i nazwiskach oraz siedzibach lub miejscach prowadzonej działalności gospodarczej bądź miejscach zamieszkania wykonawców, których oferty zostały otwarte;
- cenach lub kosztach zawartych w ofertach.

14. SPOSÓB OBLICZENIA CENY

14.1. W ofercie należy podać cenę brutto realizacji zamówienia z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

14.2. Cenę oferty należy podać w polskich złotych (PLN).

- 14.3.** Cena oferty powinna być podana cyfrowo.
- 14.4.** Cena oferty musi obejmować pełny zakres wykonania przedmiotu niniejszego zamówienia.
- 14.5.** Zamawiający poprawia w ofercie oczywiste omyłki pisarskie, oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek, inne omyłki polegające na niezgodności oferty z dokumentami zamówienia, nie powodujące istotnych zmian w treści oferty, niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona (art. 223 ust. 2 ustawy Pzp).
- 14.6.** Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli będzie zawierała rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia (art. 226 ust. 1 pkt 8 ustawy Pzp).
- 14.7.** Zgodnie z art. 224 ustawy Pzp, jeżeli zaoferowana cena lub koszt, lub ich istotne części składowe, wydają się rażąco niskie w stosunku do przedmiotu zamówienia lub budzą wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi w dokumentach zamówienia lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający żąda od Wykonawcy wyjaśnień, w tym złożenia dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu, lub ich istotnych części składowych.
- 14.8.** Zamawiający unieważnia postępowanie o udzielenie zamówienia, jeżeli cena lub koszt najkorzystniejszej oferty lub oferta z najniższą ceną przewyższa kwotę, którą Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, chyba że Zamawiający może zwiększyć tę kwotę do ceny lub kosztu najkorzystniejszej oferty (art. 255 pkt 3 ustawy Pzp).

15. OPIS KRYTERIÓW OCENY OFERT I SPOSÓB OCENY OFERT

Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które odpowiadają zasadom określonym w ustawie i spełniają wymagania określone w SWZ.

- 15.1.** Zamawiający przy wyborze najkorzystniejszej oferty posługiwał się będzie następującymi kryteriami oceny ofert:

Lp.	Nazwa kryterium	Uszczegółowienie	Waga
1.	Cena oferty (C)	Ocenie podlega całkowita cena brutto oferty	30 pkt
2.	Koncepcja kreatywna realizacji kampanii (K)	Ocena na podstawie tabeli nr 1 (Ocenie podlega opis strategii i koncepcji komunikacji oraz ogólną koncepcję realizacji kampanii wraz z ramowym harmonogramem realizacji usługi)	40 pkt
3.	Koncepcja kreatywna wybranych elementów kampanii (E)	Ocena na podstawie tabeli nr 2 (Ocenie podlegają próbki conceptów kreatywnych)	18 pkt
4.	Skuteczność usługi (S)	Ocenie podlegają zadeklarowane wskaźniki skuteczności	12 pkt

Zamawiający przy dokonywaniu wszelkich obliczeń zastosuje zaokrąglanie każdego wyniku do dwóch miejsc po przecinku.

15.2. W kryterium: „Cena oferty” (C)

Maksymalna ilość punktów możliwa do uzyskania w tym kryterium: 30 pkt, punkty zostaną obliczone według wzoru:

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

gdzie:

C – ilość punktów w kryterium cena oferty;

C_n - najniższa cena ofertowa brutto spośród wszystkich badanych ofert;

C_{bo} - cena brutto badanej oferty.

15.3. W kryterium „Koncepcja kreatywna realizacji kampanii (K)

Maksymalna ilość punktów do uzyskania w tym kryterium: 40 pkt.

Wykonawca załącza do oferty Prezentację zawierającą opis strategii i koncepcji komunikacji oraz ogólną koncepcję realizacji kampanii społeczno-informacyjnej promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego oraz budowę nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919, zgodnie z wytycznymi SOPZ - załącznik nr 4 do SWZ oraz uwzględniając elementy Tabeli 1.

Punkty w przedmiotowym kryterium przyznawane będą w oparciu o ocenę przedmiotowej prezentacji przez merytorycznych członków komisji przetargowej.

Każdy oceniający członek komisji przetargowej dokona oceny, przyznając punkty w skali od 0 do 1 pkt, gdzie:

0 pkt – oznacza: nie spełnia oczekiwań,

0,5 pkt – oznacza: częściowo spełnia oczekiwania,

1 pkt – oznacza: w całości spełnia oczekiwania.

TABELA nr 1

Ocena prezentacji zawierającej opis strategii i koncepcji komunikacji oraz ogólną koncepcję realizacji kampanii społeczno-informacyjnej promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego oraz budowę nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919		
1.	Atrakcyjność hasła kampanii	Max 5 punktów
	• zaproponowane hasło kampanii jest atrakcyjne • zaproponowane hasło jest dopasowane do celu działań • zaproponowane hasło łatwo zapada w pamięć • zaproponowane hasło oddaje ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego • zaproponowane hasło łączy w sobie prostotę z wieloznacznością	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt
2.	Poziom atrakcyjności wizualnej działań w ramach kampanii	Max 5 punktów
	• zastosowana linia graficzna jest oryginalna • zastosowana linia graficzna przykuwa uwagę • zastosowana grafika zachęca do podjęcia określonych działań • zastosowana linia graficzna zawiera niezbędne elementy graficzne, nawiązujące do symboliki Powstania Wielkopolskiego • zastosowana linia graficzna zawiera elementy graficzne zgodne z SIW Samorządu Województwa Wielkopolskiego	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt

3.	Zgodność strategii i koncepcji z planowanym celem komunikacyjnym	Max 4 punkty
	• zaproponowana koncepcja i strategia działań są spójne z celem komunikacyjnym • zaproponowana koncepcja i strategia działań nawiązują do idei Powstania Wielkopolskiego • zaproponowana koncepcja i strategia działań zawiera w sobie elementy informujące o budowie nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego • zaproponowana koncepcja i strategia działań zostały poparte analizą grup docelowych	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt
4.	Zgodność strategii i koncepcji z uniwersalnymi wartościami Powstania Wielkopolskiego	Max 4 punkty
	• planowane działania są oparte o uniwersalne wartości Powstania Wielkopolskiego • uniwersalne wartości Powstania Wielkopolskiego przejawiają się w sposób stały w planowanych działaniach i stanowią ich naturalny komponent • uniwersalne wartości Powstania Wielkopolskiego zaprezentowane są w sposób nowoczesny i znajdują swoje odzwierciedlenie/zastosowanie w czasach obecnych • zaprezentowane uniwersalne wartości Powstania Wielkopolskiego dostosowane są do potrzeb i trendów panujących wśród grupy docelowej	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt
5.	Zgodność strategii i koncepcji z istotą budowy nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919	Max 4 punkty
	• planowane działania zawierają odniesienie do budowy nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego • planowane działania zawierają co najmniej dwa sposoby na rozpropagowanie informacji o budowie nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919 w Poznaniu • planowane działania zawierają co najmniej dwa sposoby na zachęcenie i zaproszenie do odwiedzenia nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919 w Poznaniu • planowane działania podkreślają rolę Muzeum Powstania Wielkopolskiego oraz cel budowy jego nowej siedziby	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt
6.	Dostosowanie koncepcji i planu działań do panujących w wybranych grupach docelowych trendów	Max 5 punktów
	• zaproponowana koncepcja i planowane działania są atrakcyjne • zaproponowana koncepcja i planowane działania nawiązują do problemów/wartości i wyzwań ważnych dla odbiorców • zaproponowana koncepcja i planowane działania uwzględniają co najmniej dwa aktualnie atrakcyjne narzędzia komunikacji • zaproponowana koncepcja i planowane działania są dostosowane do potrzeb i trendów panujących wśród grupy docelowej • zaproponowana koncepcja i planowane działania uwzględnia inne, atrakcyjne narzędzie komunikacji, niewskazane przez Zamawiającego	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt
7.	Dostosowanie strategii i koncepcji do grup docelowych	Max 4 punkty
	• zaproponowana strategia i koncepcja są dostosowane do potrzeb oraz możliwości odbioru grupy docelowej • zastosowane komunikaty są zrozumiałe dla odbiorców • zastosowane komunikaty są spersonalizowane • zaproponowane działania uwzględniają mechanizmy Call to Action	0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt 0-1 pkt

8.	Pokrycie komunikacyjne grup docelowych	Max 3 punkty
	• zaproponowany plan działań zapewnia równomierne dotarcie do wszystkich grup docelowych	0-1 pkt
	• wybrane formy działania są efektywne, by dotrzeć do wszystkich grup odbiorców	0-1 pkt
	• zaproponowane działania uwzględniają nowe technologie, innowacyjne rozwiązania i sposoby dotarcia do wszystkich grup odbiorców	0-1 pkt
9.	Spójność komunikacyjna	Max 3 punkty
	• zaproponowane działania i komunikaty są ze sobą spójne i nawiązują do siebie nawzajem	0-1 pkt
	• zaproponowane działania i komunikaty zwiększają poziom rozpoznawalności marki	0-1 pkt
	• zaproponowane działania i komunikaty uwzględniają społeczną odpowiedzialność zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego	0-1 pkt
10.	Zastosowanie skutecznego storytellingu w planowanej koncepcji i działaniach	Max 3 punkty
	• zaproponowane działania uwzględniają storytelling	0-1 pkt
	• zaproponowane działania uwzględniają fact telling	0-1 pkt
	• zaproponowane działania uwzględniają język korzyści	0-1 pkt
	Maksymalna liczba punktów do zdobycia	40 punktów

Każdy oceniający członek komisji przetargowej dokona indywidualnej oceny Prezentacji według karty indywidualnej oceny. Następnie punkty przyznane przez oceniających członków komisji przetargowej, zostaną zsumowane i podzielone przez liczbę oceniających członków komisji. Średnia arytmetyczna, uzyskana w wyniku ww. działania będzie stanowiła o liczbie punktów przyznanych przez komisję przetargową danej ofercie w kryterium – „Koncepcja kreatywna realizacji kampanii”.

UWAGA:

- Oferta musi spełnić minimalne kryteria jakościowe. W związku z tym oferta, która uzyska mniej niż 17 punktów w kryterium „koncepcja kreatywna realizacji kampanii” zostanie uznana za niezgodną z warunkami zamówienia i na podst. art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp zostanie odrzucona.
- Prezentacja zawierająca opis strategii i koncepcji komunikacji oraz ogólną koncepcję realizacji kampanii społeczno-informacyjnej nie podlega uzupełnieniu. Niezałączenie do oferty przedmiotowej prezentacji skutkować będzie odrzuceniem oferty na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp. Odrzuceniem oferty skutkować będzie również niepodpisanie przedmiotowej prezentacji.

15.4. Kryterium: Koncepcja kreatywna wybranych elementów kampanii (E)

Maksymalna ilość punktów możliwa do uzyskania w tym kryterium: 18 punktów.

Wykonawca załącza do oferty niżej wymienione Próbki konceptów kreatywnych:

- Koncept Key Visual'u dla kampanii,
- Koncept kreatywny spotu video promującego kampanię wraz ze szkicem scenariusza,
- Koncept kreatywny postów na Facebook oraz stories na Instagram,
- Koncept kreatywny sposobu wyeksponowania/zaprezentowania wybranych elementów, kampanii w przestrzeni publicznej w formie prezentacji.

Punkty w przedmiotowym kryterium przyznawane będą w oparciu o ocenę przedmiotowej prezentacji przez merytorycznych członków komisji przetargowej.

Każdy oceniający członek komisji przetargowej dokona oceny, przyznając punkty w skali od 0 do 1 pkt, gdzie:

0 pkt – oznacza: nie spełnia oczekiwań,

0,5 pkt – oznacza: częściowo spełnia oczekiwania,

1 pkt – oznacza: w całości spełnia oczekiwania.

TABELA NR 2

Ocena konceptu Key Visual'u zaproponowanego dla kampanii społeczno-informacyjnej promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego oraz budowę nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919		
1.	Kreatywność i oryginalność zaproponowanego Key Visual'u	Max 5 punktów
	oprawa graficzna kampanii jest nowoczesna. Warstwa graficzna jest ciekawa, zawiera atrakcyjne wizualnie elementy, jest nowoczesna, zawiera w znacznym stopniu elementy uatrakcyjniaszące przekaz (np. animacje), kolorystyka nawiązuje do emblematów/atrybutów Powstania Wielkopolskiego i SIW Samorządu Województwa Wielkopolskiego, jest oryginalna, wyróżniająca się od innych;	0-1 pkt
	Key Visual zakłada budowanie przekazu w taki sposób, by dotarł do odbiorców dla których został zaplanowany; komunikowanie się obrazem i językiem atrakcyjnym dla odbiorców oraz w taki sposób, by przekazywane treści były dla odbiorców zrozumiałe i łatwe do przyswojenia;	0-1 pkt
	Key Visual kampanii jest unikalny i charakterystyczny, dopasowany do potrzeb eksploatacyjnych i charakteru kampanii promującej ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego;	0-1 pkt
	Key Visual powinien być zgodny z uniwersalnymi wartościami Powstania Wielkopolskiego;	0-1 pkt
	Key Visual powinien tworzyć logiczną całość, być zbudowany w ten sposób, że każdy jego element będzie mógł funkcjonować samodzielnie i być łatwy do identyfikacji;	0-1 pkt
Ocena konceptu kreatywnego spotu video promującego kampanię wraz ze szkicem scenariusza		
1.	Kreatywność zaproponowanego konceptu w warstwie scenariusza i warstwie wizualnej	Max 5 punktów
	przekaz spotu jest spójny z celami oraz ogólnymi założeniami kampanii;	0-1 pkt
	spot jest nowoczesny w formie i w przekazie, a jego fabuła jest spójna i uporządkowana;	0-1 pkt
	idea przewodnia i hasło kampanii są przedstawione w sposób zrozumiały, logiczny; a ich przekaz jest atrakcyjny dla odbiorców i oddaje ideę zwycięskiego Powstania Wielkopolskiego;	0-1 pkt

	• koncepcja scenariusza spotu jest oryginalna, nowatorska i zawiera w sobie sposób pokazania Wielkopolski jako regionu pielęgnującego tradycje i wartości związane z Powstaniem Wielkopolskim;	0-1 pkt
	• koncepcja scenariusza spotu zawiera w sobie pomysły na zwiększenie rozpoznawalności i promocji Powstania Wielkopolskiego, także przez pryzmat budowanej nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego;	0-1 pkt
Koncept kreatywny postów na Facebook oraz stories na Instagram		
1.	Oryginalność zaproponowanego konceptu i jego dostosowanie do wybranego medium	Max 4 punkty
	• oprawa graficzna zaproponowanych postów dla profili facebookowych i instagramowych Zamawiającego jest nowoczesna i spójna z formą dotychczas na nich obowiązującą;	0-1 pkt
	• trzy przykładowe posty na Facebook (po jednym dla każdego z profili Zamawiającego) są spójne ze strategią komunikacji kampanii, napisane prostym językiem, zachęcającym do interakcji, a także opatrzone grafiką, która przyciąga uwagę;	0-1 pkt
	• trzy przykładowe stories na Instagram są spójne ze strategią komunikacji kampanii, użyty w nich język jest prosty, zachęcający do interakcji, a załączona grafika lub film przyciąga uwagę;	0-1 pkt
	• treści o tematyce związanej z Powstaniem Wielkopolskim użyte w materiałach są atrakcyjne i zrozumiałe, a do ich uatrakcyjnienia wykorzystano współczesne trendy: emotikony, naklejki, krótkie linki, hasła, subclaimy.	0-1 pkt
Ocena konceptu kreatywnego sposobu wyeksponowania/zaprezentowania wybranych elementów kampanii w przestrzeni publicznej w formie prezentacji		
1.	Oryginalność i nowoczesność zaproponowanego konceptu	Max 4 punkty
	• propozycja zaistnienia wybranych elementów kampanii w przestrzeni publicznej jest atrakcyjna i nowoczesna, a forma wyeksponowania wybranych elementów jest spójna z miejscem, w którym zostaną zaprezentowane;	0-1 pkt
	• wybrane miejsca/wydarzenia do zaprezentowania kampanii w przestrzeni publicznej znajdują się na terenie całej Polski – co najmniej pięć z nich musi wykraczać poza granice Wielkopolski;	0-1 pkt
	• wyeksponowanie wybranych elementów kampanii w przestrzeni publicznej nie będzie statyczne, a zaproponowane działania zaktivizują odbiorców;	0-1 pkt
	• zaproponowane działania w przestrzeni publicznej wzmacniają przekaz o budowie nowej siedziby Muzeum Powstania Wielkopolskiego i zachęcają do jej odwiedzenia;	0-1 pkt
	MAKSYMALNA LICZBA PUNKTÓW DO ZDOBYCIA W RAMACH KRYTERIUM	18 punktów

Każdy oceniający członek komisji przetargowej dokona indywidualnej oceny Próbek konceptów, według karty indywidualnej oceny. Następnie punkty przyznane przez oceniających członków komisji przetargowej, zostaną zsumowane i podzielone przez liczbę oceniających członków komisji. Średnia arytmetyczna, uzyskana w wyniku ww. działania będzie stanowiła o liczbie punktów przyznanych przez

komisję przetargową danej ofercie w kryterium „Koncepcja kreatywna wybranych elementów kampanii (E)”

UWAGA:

- a) Oferta musi spełnić minimalne kryteria jakościowe. W związku z tym oferta, która uzyska mniej niż 7 punktów w przedmiotowym kryterium zostanie uznana za niezgodną z warunkami zamówienia i na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp zostanie odrzucona.
- b) Próbkę koncepcji kreatywnej, nie podlegają uzupełnieniu. Niezałączenie do oferty przedmiotowych próbek lub którejkolwiek z próbek, skutkować będzie odrzuceniem oferty na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp. Odrzuceniem oferty skutkować będzie również niepodpisanie przedmiotowych próbek lub którejkolwiek z próbek.

15.5. W Kryterium „skuteczność usługi” (S)

Punkty w kryterium „Skuteczność usługi” zostaną przyznane na podstawie zadeklarowanych wskaźników przez Wykonawcę w formularzu ofertowym stanowiącym załącznik nr 1 do SWZ.

Zadeklarowane w ofercie wskaźniki podlegają ocenie w kryterium oceny ofert „skuteczność usługi” w związku z tym, w trakcie realizacji usługi nie mogą ulec zmniejszeniu.

Ze względu na to, że działania prowadzone będą na trzech profilach na Facebooku, dwóch profilach na Instagramie i kanale You Tube, optymalnym przy ocenie będzie wynik jaki otrzymamy, korzystając ze wzoru na średni poziom wskaźnika zaangażowania ER, czyli: engagement Rate.

Średni poziom wskaźnika zaangażowania (ER) definiowany jest jako suma interakcji (polubienia + komentarze) dzielona przez liczbę osób, do których dotarł post i mnożona przez 100 procent.

Wyraża się go następującym wzorem dla Instagrama:

$$ER_i = \frac{R + K}{O} \times 100 \%$$

gdzie:

R – liczba reakcji na posta

K – liczba komentarzy pod postem

O – liczba osób, do których dotarł post

Wyraża się go następującym wzorem dla Facebooka:

$$ER_{fb} = \frac{R + K + U}{O} \times 100 \%$$

gdzie:

R – liczba reakcji na posta

K – liczba komentarzy pod postem

U – liczba udostępnień posta

O – liczba osób, do których dotarł post

Wyraża się go następującym wzorem dla You Tube:

$$ER_{yt} = \frac{P + K + N}{W} \times 100 \%$$

gdzie:

P – liczba polubień filmu

K – liczba komentarzy pod filmem

N – liczba negatywnych opinii (tzw. dislike)

W – liczba wyświetleń filmu

Biorąc pod uwagę wytyczne zawarte w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia: „Usługi przygotowania i realizacji wydarzeń oraz aktywności Samorządu Województwa Wielkopolskiego w mediach społecznościowych” stanowiącym Załącznik nr 4 do SWZ, ocena jej skuteczności podzielona zostanie na trzy bloki:

Blok 1 maksymalna ilość punktów możliwych do uzyskania – **4 punkty**

Ocena skuteczności działań na profilu Facebook: facebook.com/MarszalekMarekWozniak oraz profilu Instagram: instagram.com/marszalekmarekwozniak.

Liczona sumą wskaźników ER_i oraz ER_{fb} , według wzoru:

$$S = ER_{fb} + ER_i$$

gdzie:

ER_{fb} – to wynik wskaźnika zaangażowania na Facebooku: facebook.com/MarszalekMarekWozniak

ER_i – to wynik wskaźnika zaangażowania na Instagramie: instagram.com/marszalekmarekwozniak

0 pkt – suma ER wynosi poniżej 1%

1 pkt – suma ER wynosi 1-2%

2 pkt – suma ER wynosi powyżej 2%

oraz za:

0 pkt – **2 000 000** wyświetleń na FB + **600 000** wyświetleń na Instagramie

1 pkt – **od 2 000 001 do 2 500 000** wyświetleń na FB + **od 600 001 do 800 000** wyświetleń na Instagramie

2 pkt – **powyżej 2 500 000** wyświetleń na FB + **powyżej 800 000** wyświetleń na Instagramie

Blok 2 maksymalna ilość punktów możliwych do uzyskania – **4 punkty**

Ocena skuteczności działań na profilu Facebook: facebook.com/WielkopolskaTej oraz profilu Instagram: instagram.com/wielkopolskatej.

Liczona sumą wskaźników ER_i oraz ER_{fb} , według wzoru:

$$S = ER_{fb} + ER_i$$

gdzie:

ER_{fb} – to wynik wskaźnika zaangażowania na Facebooku: facebook.com/WielkopolskaTej

ER_i – to wynik wskaźnika zaangażowania na Instagramie: instagram.com/wielkopolskatej

0 pkt – suma ER wynosi poniżej 1%

1 pkt – suma ER wynosi 1-2%

2 pkt – suma ER wynosi powyżej 2%

oraz za:

0 pkt – 5 000 000 wyświetleń na FB + 600 000 wyświetleń na Instagramie

1 pkt – od 5 000 001 do 6 000 000 wyświetleń na FB + od 600 001 do 800 000 wyświetleń na Instagramie

2 pkt – powyżej 6 000 000 wyświetleń na FB + powyżej 800 000 wyświetleń na Instagramie

Blok 3 maksymalna ilość punktów możliwych do uzyskania – **4 punkty**

Ocena skuteczności działań na profilu Facebook: facebook.com/umwwpl oraz na kanale You Tube: youtube.com/c/WielkopolskaZOOM

Liczona sumą wskaźników ER_{fb} oraz ER_{yt} , według wzoru:

$$S = ER_{fb} + ER_{yt}$$

gdzie:

ER_{fb} – to wynik wskaźnika zaangażowania na Facebooku: facebook.com/umwwpl

ER_{yt} – to wynik wskaźnika zaangażowania na kanale Youtube: youtube.com/c/WielkopolskaZOOM

0 pkt – suma ER wynosi poniżej 1%

1 pkt – suma ER wynosi 1-2%

2 pkt – suma ER wynosi powyżej 2%

oraz za:

0 pkt – 3 600 000 wyświetleń na FB + 100 000 wyświetleń na kanale Youtube

1 pkt – od 3 600 001 do 4 200 000 wyświetleń na FB + od 100 001 do 145 000 wyświetleń na kanale Youtube

2 pkt – powyżej 4 200 000 wyświetleń na FB + powyżej 145 000 na kanale Youtube

15.6. łączna liczba przyznanych punktów

Za najkorzystniejszą ofertę zostanie uznana oferta, która uzyska największą ilość punktów w przyjętych wyżej kryteriach oceny ofert.

Łączna liczba przyznanych ofercie punktów zostanie wyliczona według wzoru

$$P = C + K + E + S$$

gdzie:

P - oznacza łączną liczbę punktów przyznanych ofercie

C - oznacza liczbę punktów przyznanych ofercie za kryterium „Cena”

K - oznacza liczbę punktów przyznanych ofercie za kryterium „Koncepcja kreatywna realizacji kampanii”

E - oznacza liczbę punktów przyznanych ofercie za kryterium „Koncepcja kreatywna wybranych elementów kampanii”

S - oznacza liczbę punktów przyznanych ofercie za kryterium „Skuteczność usługi”

- 15.7.** Jeżeli Zamawiający nie może dokonać wyboru oferty najkorzystniejszej ze względu na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów, Zamawiający wybierze spośród tych ofert, ofertę z najniższą ceną.
- 15.8.** W toku dokonywania badania i oceny ofert Zamawiający może żądać udzielenia przez Wykonawcę wyjaśnień treści złożonej przez niego oferty.

16. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH, JAKIE MUSZĄ ZOSTAĆ DOPEŁNIONE PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY

16.1. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający poinformuje równocześnie Wykonawców, którzy złożyli oferty, o:

16.1.1. wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania, jeżeli są miejscami wykonywania działalności wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,

16.1.2. wykonawcach, których oferty zostały odrzucone

– podając uzasadnienie faktyczne i prawne.

Zamawiający udostępni niezwłocznie informacje, o których mowa w pkt 16.1.1., na stronie internetowej prowadzonego postępowania.

16.2. 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.

Zamawiający może zawrzeć umowę w sprawie zamówienia publicznego przed upływem terminu, o którym mowa powyżej, jeżeli w postępowaniu o udzielenie zamówienia prowadzonym w trybie podstawowym złożono tylko jedną ofertę. Zamawiający informuje wykonawcę, któremu zostanie udzielone zamówienie, o terminie zawarcia umowy.

16.3. Wykonawca przed zawarciem umowy, poda wszelkie informacje niezbędne do wypełnienia treści umowy na wezwanie zamawiającego.

16.4. Jeżeli zostanie wybrana oferta wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Zamawiający będzie żądał przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego kopii umowy regulującej współpracę tych wykonawców, w której m. in. zostanie określony pełnomocnik uprawniony do kontaktów z zamawiającym oraz do wystawiania dokumentów związanych z płatnościami, przy czym termin, na jaki została zawarta umowa, nie może być krótszy niż termin realizacji zamówienia.

16.5. Zgodnie z art. 263 ustawy Pzp, 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 oraz wybrać najkorzystniejszą ofertę albo unieważnić postępowanie.

17. PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY

Projektowane postanowienia umowy w sprawie zamówienia publicznego, które zostaną wprowadzone do treści tej umowy, stanowią załącznik nr 3 do SWZ.

18. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH WYKONAWCY

Wykonawcom, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów ustawy, przysługują środki ochrony prawnej na zasadach przewidzianych w dziale IX ustawy Pzp (art. 505–590 ustawy Pzp).

18.1. Odwołanie przysługuje na:

18.1.1. niezgodną z przepisami ustawy czynność Zamawiającego, podjętą w postępowaniu o udzielenie zamówienia, w tym na Projektowane postanowienie umowy;

18.1.2. zaniechanie czynności w postępowaniu o udzielenie zamówienia, do której Zamawiający był obowiązany na podstawie ustawy.

Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej.

Odwołujący przekazuje Zamawiającemu odwołanie wniesione w formie elektronicznej albo postaci elektronicznej albo kopię tego odwołania, jeżeli zostało ono wniesione w formie pisemnej, przed upływem terminu do wniesienia odwołania w taki sposób, aby mógł on zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu.

Domniemywa się, że Zamawiający mógł zapoznać się z treścią odwołania przed upływem terminu do jego wniesienia, jeżeli przekazanie odpowiednio odwołania albo jego kopii nastąpiło przed upływem terminu do jego wniesienia przy użyciu środków komunikacji elektronicznej.

W niniejszym postępowaniu, odwołanie wnosi się w terminie:

- a) 5 dni od dnia przekazania informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia, jeżeli informacja została przekazana przy użyciu środków komunikacji elektronicznej,
- b) 10 dni od dnia przekazania informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia, jeżeli informacja została przekazana w sposób inny niż określony w lit. a.

Odwołanie wobec treści ogłoszenia wszczynającego postępowanie o udzielenie zamówienia lub wobec treści dokumentów zamówienia wnosi się w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych lub dokumentów zamówienia na stronie internetowej.

18.2. Skarga do sądu przysługuje stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej oraz postanowienie Prezesa Izby, o którym mowa w art. 519 ust. 1 ustawy.

Skargę wnosi się do Sądu Okręgowego w Warszawie – sądu zamówień publicznych.

Skargę wnosi się za pośrednictwem Prezesa Izby, w terminie 14 dni od dnia doręczenia orzeczenia Izby lub postanowienia Prezesa Izby, o którym mowa w art. 519 ust. 1 ustawy, przesyłając jednocześnie jej odpis przeciwnikowi skargi.

Złożenie skargi w placówce pocztowej operatora wyznaczonego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe jest równoznaczne z jej wniesieniem.

Prezes Izby przekazuje skargę wraz z aktami postępowania odwoławczego do sądu zamówień publicznych w terminie 7 dni od dnia jej otrzymania.

19. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Obowiązek informacyjny po stronie Zamawiającego dotyczący danych osobowych Wykonawców, danych osób trzecich (pozyskanych przez Wykonawców i przekazanych Zamawiającemu):

19.1. Informacja RODO

Zgodnie z Rozporządzeniem 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 ze zm.), dalej „RODO”, Zamawiający informuje, że:

- a) Administratorem danych osobowych jest Województwo Wielkopolskie z siedzibą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu przy al. Niepodległości 34, 61-714 Poznań, e-mail: kancelaria@umww.pl, fax 61 626 69 69, adres skrytki urzędu na platformie ePUAP: /umarszwlkp/SkrytkaESP.
- b) W sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych można kontaktować się z Inspektorem ochrony danych osobowych, listownie pod adresem administratora danych, lub elektronicznie poprzez skrytkę elektroniczną ePUAP:/umarszwlkp/SkrytkaESP lub e-mail: inspektor.ochrony@umww.pl.
- c) Dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) RODO w celu związanym z niniejszym postępowaniem o udzielenie zamówienia, zawarcia i rozliczenia umowy oraz w celu archiwizacji, a w przypadku dofinansowania ze środków unijnych w celu monitoringu, sprawozdawczości i kontroli.
- d) Państwa dane oferentów będą ujawnione:
 - i. podmiotom świadczącym usługi, na rzecz administratora danych, na podstawie zawartych umów dotyczących: serwisu i wsparcia systemów informatycznych, utylizacji dokumentacji niearchiwalnej, przekazywania przesyłek pocztowych,
 - ii. w ramach postępowania w oparciu o przepisy prawa w szczególności przepisy ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych,
 - iii. w oparciu o przepisy ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej,
 - iv. w oparciu o przepisy właściwe dla instytucji kontrolnych wobec Zamawiającego,
 - v. podmiotom dokonującym badań i kontroli na zlecenie UMWW w związku z dofinansowaniem ze środków unijnych.
- e) Dane osobowe będą przechowywane przez okres 5 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia lub dłużej tj. przez okres obowiązywania umowy chyba, że niezbędny będzie dłuższy okres przechowywania, z uwagi na dochodzenie roszczeń lub inny obowiązek wymagany przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa.
- f) Obowiązek podania danych osobowych 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.
- g) Przetwarzane dane osobowe nie będą służyły do podejmowania zautomatyzowanych decyzji oraz profilowania, stosowanie do art. 22 RODO oraz nie będą przekazywane poza EOG i organizacji międzynarodowych.

19.2. Informacja o ograniczeniach w zakresie stosowania przepisów RODO

Osobie, której dane osobowe są przetwarzane w ramach postępowania o zamówienie publiczne przysługuje:

- a) Na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących. W przypadku skorzystania przez osobę, której dane osobowe są przetwarzane przez zamawiającego, z uprawnienia, o którym mowa w art. 15 ust. 1–3 RODO, zamawiający może żądać od osoby występującej z żądaniem wskazania dodatkowych informacji, mających na celu sprecyzowanie nazwy lub daty zakończonego postępowania o udzielenie zamówienia,
- b) Na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania lub uzupełnienia Pani/Pana danych osobowych (skorzystanie z prawa do sprostowania lub uzupełnienia nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w sprawie zamówienia publicznego w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu postępowania oraz jego załączników),
- c) 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 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). Prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia tego postępowania. W przypadku gdy wniesienie żądania dotyczącego prawa, o którym mowa w art. 18 ust. 1 RODO spowoduje ograniczenie przetwarzania danych osobowych zawartych w protokole postępowania lub załącznikach do tego protokołu, od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia zamawiający nie udostępnia tych danych, chyba że zachodzą przesłanki, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO. Udostępnianie protokołu postępowania lub załączników do tego protokołu ma zastosowanie do wszystkich danych osobowych, z wyjątkiem danych, o których mowa w art. 9 ust. 1 RODO, zebranych w toku postępowania o udzielenie zamówienia. Ograniczenia zasady jawności, o których mowa w powyżej i art. 18 ust. 3–6 ustawy Pzp stosuje się odpowiednio,
- d) Prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO,
- e) Ponadto osobie, której dane dotyczą nie przysługuje: 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.

20. WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW DO SWZ

Przywołane w SWZ załączniki stanowią jej integralną część:

Załącznik nr 1 - Formularz ofertowy

Załącznik nr 2 - Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania oraz spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy Pzp

Załącznik nr 3 - Projektowane postanowienia umowy (PPU)

Załącznik nr 4 - Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ) wraz z załącznikami

Załącznik nr 5 – Wykaz usług

Załącznik nr 6 – Wykaz osób