

Nr postępowania **DAZ-Z.272.19.2021**

SPECYFIKACJA WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

ZWANA DALEJ **SWZ**

I. Zamawiający

WOJEWÓDZTWO POMORSKIE

80-80 GDAŃSK

ul. Okopowa 21/27

tel.: 58 32 68 555

adres poczty elektronicznej: zamowienia@pomorskie.eu

adres strony internetowej prowadzonego postępowania:

<https://platformazakupowa.pl/pn/pomorskie>

WOJEWÓDZTWO POMORSKIE

zwane dalej Zamawiającym zaprasza do złożenia ofert w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie podstawowym bez negocjacji, o którym mowa w art. 275 pkt 1 ustawy z 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. 2019, poz. 2019 z późn. zm.) na:

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku

KOD WEDŁUG CPV:

79342200-5 usługi w zakresie promocji

79340000-9 usługi reklamowe i marketingowe

Integralną część niniejszej SWZ stanowią wzory następujących dokumentów:

Załącznik nr 1 – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Załącznik nr 2 – wzór umowy

Załącznik nr 3 – wzór formularza ofertowego

Załącznik nr 4 – wzór oświadczenia składanego na podstawie art. 125 ust.1 ustawy Pzp

Załącznik nr 5 – wzór wykazu usług

Załącznik nr 6 – wzór oświadczenia Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia



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

Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:

<https://platformazakupowa.pl/pn/pomorskie>, dalej zwana również Platformą lub Platformą zakupową. Na wskazanej stronie Platformy zakupowej udostępniane będą zmiany i wyjaśnienia SWZ oraz inne dokumenty zamówienia bezpośrednio związane z niniejszym postępowaniem o udzielenie zamówienia.

III. Tryb udzielenia zamówienia

Postępowanie prowadzone jest w trybie podstawowym bez negocjacji, o którym mowa w art. 275 pkt 1 ustawy z 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. 2019, poz. 2019 z późn. zm.) – dalej ustawa Pzp. Zamawiający nie przewiduje wyboru najkorzystniejszej oferty z możliwością prowadzenia negocjacji.

Do spraw nieuregulowanych w SWZ mają zastosowanie przepisy ustawy Pzp.

IV. Opis przedmiotu zamówienia.

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku obejmujące kompleksowe przygotowanie koncepcji kreatywnej, kreacji graficznej, spotu radiowego, spotu filmowego w trzech wersjach montażowych i postów w mediach społecznościowych oraz przeprowadzenie kampanii w przestrzeni publicznej tj. na nośnikach typu citylight, na peronach kolejowych (plakaty), na tyłach autobusów regionalnych (całe tyły autobusów wraz z tylną szybą) i w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Youtube).
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia został określony w **załączniku nr 1 do SWZ** oraz we wzorze umowy, który stanowi **załącznik nr 2 do SWZ**.
3. Zamawiający nie zastrzega możliwości ubiegania się o zamówienie wyłącznie przez Wykonawców, o których mowa w art. 94 ustawy Pzp.
4. Podwykonawstwo:
 - 1) Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy (podwykonawcom).
 - 2) W związku z realizacją zamówienia zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania kluczowych zadań zamówienia.
 - 3) Zamawiający wymaga, aby w przypadku powierzenia części zamówienia podwykonawcom, wykonawca wskazał w ofercie części zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom oraz podał (jeżeli są już znani) nazwy tych podwykonawców.
 - 4) Powierzenie części podwykonawcom nie zwalnia wykonawcy z odpowiedzialności za należyte wykonanie umowy.
5. Wymagania dotyczące zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę na podstawie stosunku pracy osób wykonujących wskazane przez Zamawiającego czynności w zakresie realizacji niniejszego zamówienia:
 - a) Na podstawie art. 95 ust. 1 ustawy Pzp, Zamawiający wymaga zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę na podstawie stosunku pracy w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca



1974 r Kodeks Pracy (t.j. Dz.U. z 2020r. poz. 1320) osób wykonujących czynności związane m.in. z koordynacją realizacji przedmiotu umowy: kontaktami roboczymi ze strony Wykonawcy w zakresie uzgodnień związanych z realizacją przedmiotu umowy, bieżącym monitorowaniem przebiegu realizacji usługi, nadzorowaniem terminów, procesu akceptacji prac.

- b) Jeżeli czynności wskazane w ust. 5 lit a), spełniające przesłanki art. 22 § 1 Kodeksu Pracy, Wykonawca będzie Wykonywał samodzielnie (jako właściciel/współwłaściciel) Zamawiający uzna to za spełnienie warunku zatrudnienia na podstawie stosunku pracy osób wykonujących czynności związanych z realizacją zamówienia.
 - c) Wykonawca w umowie oświadczy, iż osoba lub osoby, wykonujące ww. czynności w zakresie realizacji niniejszego zamówienia są lub będą zatrudnione na podstawie stosunku pracy w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca 1974r. Kodeks Pracy.
 - d) Zamawiający będzie uprawniony do kontroli spełnienia przez Wykonawcę wymagań związanych z zatrudnieniem osoby/osób, którym zostanie powierzona realizacja wskazanych czynności.
 - e) Zamawiający informuje, iż w razie jakichkolwiek wątpliwości odnośnie zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę osób wykonujących czynności na podstawie stosunku pracy, uprawniony jest do powiadomienia właściwego inspektoratu pracy i zwrócenia się o przeprowadzenie przez niego kontroli w tym zakresie.
 - f) Zatrudnienie osób, o których mowa w ust. 5 lit. a) powinno trwać nieprzerwanie przez cały okres wykonywania tych czynności na rzecz Wykonawcy (będącego pracodawcą), świadczonych w wyznaczonym przez niego miejscu i czasie oraz pod jego kierownictwem.
 - g) Uprawnienia Zamawiającego w zakresie sankcji z tytułu niespełnienia wymagań określonych w ust. 5 lit. a), zostały uregulowane we wzorze umowy, stanowiącym załącznik nr 2 do SWZ.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości złożenia oferty wariantowej, o której mowa w art. 92 ustawy Pzp, tzn. oferty przewidującej odmienny sposób wykonania zamówienia niż określony w niniejszej SWZ.
 7. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej i ustanowienia dynamicznego systemu zakupów oraz nie przewiduje wyboru oferty najkorzystniejszej z zastosowaniem aukcji elektronicznej.
 8. Zamawiający nie przewiduje udzielania zamówień na podstawie art. 214 ust. 1 pkt 7 ustawy Pzp.
 9. Zamawiający nie dopuszcza składania oferty w postaci katalogów elektronicznych ani dołączania katalogów elektronicznych do oferty, w sytuacji określonej w art. 93 ustawy Pzp.
 10. Zamawiający nie przewiduje rozliczenia w walutach obcych. Rozliczenie zamówienia prowadzone jest w PLN.
 11. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
 12. Zamawiający nie przewiduje udzielenia zaliczek na poczet wykonania zamówienia.

V. Informacja o przedmiotowych środkach dowodowych.

Zamawiający nie żąda złożenia przez wykonawcę przedmiotowych środków dowodowych.

VI. Termin wykonania zamówienia.

Zamawiający wymaga, aby zamówienie zostało wykonane w terminie do dnia 7 grudnia 2021 r., przy czym kampania informacyjno- promocyjna zakończy się najpóźniej do 30 listopada 2021 r.



VII. Podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 108 ust. 1 ustawy Pzp.

1. O udzielenie przedmiotowego zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy, którzy **nie podlegają wykluczeniu**.
2. Zamawiający wykluczy z postępowania o udzielenie zamówienia, na podstawie okoliczności wskazanych w art. 108 ust. 1 ustawy Pzp, które wystąpiły w odpowiednim okresie wskazanym w art. 111 ustawy Pzp, Wykonawcę:
 - 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 lub w art. 46 lub art. 48 ustawy z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie,
 - 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. poz. 769),
 - g) 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,
 - 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;
 - 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 pkt 1;
 - 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;
 - 4) wobec którego prawomocnie orzeczono zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne;
 - 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) 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.
 3. Jeżeli Wykonawca polega na zdolnościach lub sytuacji podmiotów udostępniających zasoby zamawiający zbada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, które zostały przewidziane względem Wykonawcy.
 4. W przypadku wspólnego ubiegania się wykonawców o udzielenie zamówienia zamawiający zbada, czy nie zachodzą podstawy wykluczenia wobec każdego z tych wykonawców.
 5. Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia zgodnie z art. 110 ust. 1 ustawy Pzp.
 6. Wykonawca nie podlega wykluczeniu w okolicznościach określonych w art. 108 ust. 1 pkt. 1, 2 i 5 ustawy Pzp, jeśli udowodni Zamawiającemu, że spełnił łącznie przesłanki wskazane w art. 110 ust. 2 ustawy Pzp.
 7. Zamawiający oceni, czy podjęte przez wykonawcę czynności o których mowa w art. 110 ust. 2 ustawy Pzp są wystarczające do wykazania jego rzetelności, uwzględniając wagę i szczególne okoliczności czynu wykonawcy. Jeżeli podjęte przez wykonawcę czynności nie są wystarczające do wykazania rzetelności, zamawiający wyklucza wykonawcę.
 8. Zamawiający nie przewiduje wykluczenia Wykonawcy na podstawie art. 109 ust. 1 ustawy Pzp.

VIII. Informacja o warunkach udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia.

1. O udzielenie przedmiotowego zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy, którzy **spełniają warunki udziału w postępowaniu określone przez zamawiającego.**
2. Zamawiający wymaga spełnienia warunku udziału w postępowaniu, w zakresie zdolności technicznej lub zawodowej, tj.:

Warunek ten zostanie spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że posiada wiedzę i doświadczenie, co należycie udokumentuje tj. wykaże, że w okresie ostatnich trzech lat licząc wstecz od dnia, w którym upływa termin składania ofert w niniejszym postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał **należycie co najmniej 2 usługi w zakresie przeprowadzenia kampanii promocyjnej** dot. produktu lub/i usługi lub/i instytucji, polegającej na prowadzeniu działań promocyjno-informacyjnych z wykorzystaniem co najmniej dwóch mediów (w tym obowiązkowo minimum jedno medium społecznościowe) oraz której elementem było stworzenie spotu filmowego oraz kreacji graficznej. **Przy czym wartość każdej z tych usług wyniosła nie mniej niż 150 000,00 zł brutto** (przez wartość brutto usługi należy rozumieć wysokość honorarium uzyskanego przez Wykonawcę za wykonanie tej usługi). Przez dwie usługi rozumie się usługi wykonane na podstawie różnych zleceń/umów.

UWAGA:

W przypadku, gdy za wykonane przez Wykonawcę usługi rozliczenie nastąpiło w innej niż w PLN walucie, Wykonawca w celu **potwierdzenia spełnienia warunku udziału** w niniejszym postępowaniu



zobowiązany jest do przeliczenia wartości wykonanych usług przyjmując średni kurs złotego w stosunku do walut obcych określony w tabeli kursów średnich walut obcych Narodowego Banku Polskiego opublikowanych na dzień zamieszczenia Ogłoszenia o zamówieniu oraz Specyfikacji Warunków Zamówienia na stronie Zamawiającego.

W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, ww. warunek udziału, musi spełniać w całości przynajmniej jeden z Wykonawców.

3. Oceniając zdolność techniczną lub zawodową, zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli posiadanie przez wykonawcę sprzecznych interesów, w szczególności zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.
4. Odnośnie wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia mogą oni polegać na zdolnościach tych z wykonawców, którzy wykonają usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.
5. W przypadku posługiwania się przez wykonawcę cudzym potencjałem (podmiot trzeci), wykonawcy mogą polegać na zdolnościach podmiotów udostępniających zasoby, jeśli podmioty te wykonają usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.

IX. Dokumenty składane razem z ofertą

1. **Oferta** składana jest pod rygorem nieważności w formie elektronicznej podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym¹ lub podpisem osobistym², w ogólnie dostępnych formatach danych, w szczególności w formatach: .txt, .rtf, .pdf, .doc, .docx, .odt. Oferta musi być sporządzona w języku polskim. Do przygotowania oferty zaleca się skorzystanie z Formularza oferty, stanowiącego **załącznik Nr 3** do SWZ. W przypadku gdy Wykonawca nie korzysta z przygotowanego przez Zamawiającego wzoru Formularza oferty, oferta powinna zawierać wszystkie istotne informacje wymagane we wzorze.

2. Wraz z ofertą należy złożyć:

1) Oświadczenia o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu:

a) Wykonawca dołącza do oferty oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu w zakresie wskazanym w rozdziale VII ust. 2 SWZ oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w zakresie wskazanym w rozdziale VIII ust. 2 SWZ. Oświadczenie to stanowi dowód potwierdzający brak

¹Zgodnie z art. 3 pkt 14a ustawy z 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne, podpis **zaufany to podpis elektroniczny**, którego autentyczność i integralność są zapewniane przy użyciu pieczęci elektronicznej ministra właściwego do spraw informatyzacji, zawierający dane identyfikujące osobę tj. imię (imiona), nazwisko, PESEL, ustalone na podstawie środka identyfikacji elektronicznej, identyfikator środka identyfikacji elektronicznej, przy użyciu którego został złożony, czas jego złożenia.

²Zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 9 ustawy z 6 sierpnia 2010 r. o dowodach osobistych **podpis osobisty to** zaawansowany podpis elektroniczny w rozumieniu art. 3 pkt 11 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 910/2014 z 23 lipca 2014 r. w sprawie identyfikacji elektronicznej i usług zaufania w odniesieniu do transakcji elektronicznych na rynku wewnętrznym oraz uchylającego dyrektywę 1999/93/WE, weryfikowany za pomocą certyfikatu podpisu osobistego.



podstaw wykluczenia oraz spełnianie warunków udziału w postępowaniu, na dzień składania ofert, tymczasowo zastępujący wymagane podmiotowe środki dowodowe, wskazane w rozdziale X SWZ.

b) Oświadczenie składają **odrębnie**:

- każdy spośród wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (konsorcjum, spółka cywilna).

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 wykonawca powołuje się na jego zasoby.

Wymagana forma:

Oświadczenie składane jest pod rygorem nieważności w formie elektronicznej podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym, lub podpisem osobistym.

2) Pełnomocnictwo, w przypadku:

- a) Gdy umocowanie osoby składającej ofertę nie wynika z dokumentów rejestrowych, wykonawca, który składa ofertę za pośrednictwem pełnomocnika, powinien dołączyć do oferty pełnomocnictwo lub inny dokument potwierdzający umocowanie do reprezentowania Wykonawcy, tj. umocowanie do złożenia oferty.
- b) W przypadku wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia (konsorcjum, spółka cywilna) wykonawcy zobowiązani są do ustanowienia pełnomocnika. Dokument pełnomocnictwa, z treści którego będzie wynikało umocowanie do reprezentowania w postępowaniu o udzielenie zamówienia tych wykonawców albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarciu umowy w sprawie zamówienia publicznego należy załączyć do oferty.

Wymagana forma:

Pełnomocnictwo lub inny dokument potwierdzający umocowanie do reprezentowania Wykonawcy, o którym mowa powyżej, przekazuje się w postaci elektronicznej i opatruje się kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.

W przypadku gdy zostały sporządzone jako dokumenty w postaci papierowej i opatrzone własnoręcznym podpisem, przekazuje się cyfrowe odwzorowanie tego dokumentu opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, poświadczające zgodność cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej. Przez cyfrowe odwzorowanie, rozumieć dokument elektroniczny będący kopią elektroniczną treści zapisanej w postaci papierowej, umożliwiający zapoznanie się z tą treścią i jej zrozumienie, bez konieczności bezpośredniego dostępu do oryginału.

Poświadczenia zgodności cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej dokonuje odpowiednio wykonawca, wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia, podmiot udostępniający zasoby lub podwykonawca, w zakresie dokumentów potwierdzających umocowanie do reprezentowania, które każdego z nich dotyczą lub notariusz.



3) Oświadczenie wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

- a) Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia, spośród których tylko jeden spełnia warunek dotyczący uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej, są zobowiązani dołączyć do oferty oświadczenie, z którego wynika, które roboty budowlane, dostawy lub usługi wykonają poszczególni wykonawcy.
- b) W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia mogą polegać na zdolnościach tych z wykonawców, którzy wykonają roboty budowlane lub usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane. W takiej sytuacji wykonawcy są zobowiązani dołączyć do oferty oświadczenie, z którego wynika, które roboty budowlane, dostawy lub usługi wykonają poszczególni wykonawcy.

Wymagana forma:

Wykonawcy składają oświadczenia w formie elektronicznej podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym, lub podpisem osobistym osoby upoważnionej do reprezentowania wykonawców zgodnie z dokumentem rejestrowym właściwym dla formy organizacyjnej lub innym dokumentem potwierdzającym umocowanie do reprezentowania Wykonawcy. W przypadku gdy oświadczenie zostało sporządzone jako dokument w postaci papierowej i opatrzone własnoręcznym podpisem, przekazuje się cyfrowe odwzorowanie tego dokumentu opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, poświadczającym zgodność cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej. Poświadczenia zgodności cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej, dokonuje odpowiednio wykonawca lub wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia lub notariusz.

4) Zobowiązanie podmiotu trzeciego - zobowiązanie podmiotu udostępniającego zasoby lub inny podmiotowy środek dowodowy potwierdzający, że stosunek łączący wykonawcę z podmiotami udostępniającymi zasoby gwarantuje rzeczywisty dostęp do tych zasobów oraz określający w szczególności:

- a) zakres dostępnych wykonawcy zasobów podmiotu udostępniającego zasoby;
- b) sposób i okres udostępnienia wykonawcy i wykorzystania przez niego zasobów podmiotu udostępniającego te zasoby przy wykonywaniu zamówienia;
- c) 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.

Wymagana forma:

Zobowiązanie musi być złożone w formie elektronicznej podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym, lub podpisem osobistym.

W przypadku gdy zobowiązanie zostało sporządzone jako dokument w postaci papierowej i opatrzone własnoręcznym podpisem, przekazuje się cyfrowe odwzorowanie tego dokumentu opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, poświadczającym zgodność cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej.



Poświadczenia zgodności cyfrowego odwzorowania z dokumentem w postaci papierowej, dokonuje odpowiednio wykonawca lub wykonawca wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia lub notariusz.

- 5) **Zastrzeżenie tajemnicy przedsiębiorstwa** – w sytuacji, gdy oferta lub inne dokumenty składane w toku postępowania będą zawierały tajemnicę przedsiębiorstwa, wykonawca, wraz z przekazaniem takich informacji, zastrzega, że nie mogą być one udostępniane, oraz wykazuje, że zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Wymagana forma:

Dokument musi być złożony w formie elektronicznej podpisany kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym, lub podpisem osobistym osoby upoważnionej do reprezentowania wykonawców zgodnie z dokumentem rejestrowym właściwym dla formy organizacyjnej lub innym dokumentem potwierdzającym umocowanie do reprezentowania Wykonawcy.

Wszelkie informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, które Wykonawca zastrzeże jako tajemnicę przedsiębiorstwa, Zamawiający zaleca złożyć na Platformie zakupowej w odrębnym pliku opatrzonym nazwą „Tajemnica przedsiębiorstwa”.

X. Dokumenty składane na wezwanie, podmiotowe środki dowodowe

1. Zamawiający żąda podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie spełnienia warunków udziału w postępowaniu, tym samym:

- 1) Zgodnie z art. 274 ust. 1 ustawy Pzp, zamawiający przed wyborem najkorzystniejszej oferty wezwie wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 5 dni od dnia wezwania, aktualnych na dzień złożenia, następujących podmiotowych środków dowodowych:
 - a) **wykaz usług** wykonanych w okresie ostatnich 3 lat licząc wstecz od dnia, w którym upływa termin składania ofert w niniejszym postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane oraz załączenie dowodów określających czy te usługi zostały wykonane należycie, przy czym dowodami są:
 - referencje bądź inne dokumenty sporządzone przez podmiot, na rzecz którego usługi zostały wykonane,
 - oświadczenie Wykonawcy, jeżeli Wykonawca z przyczyn niezależnych od niego, nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów
 - 2) Jeżeli zachodzą uzasadnione podstawy do uznania, że uprzednio podmiotowe środki dowodowe nie są już aktualne, zamawiający może w każdym czasie wezwać wykonawcę lub wykonawców do złożenia wszystkich lub niektórych podmiotowych środków dowodowych, aktualnych na dzień ich złożenia.
 - 3) Zamawiający nie wzywa do złożenia podmiotowych środków dowodowych, jeżeli może je uzyskać za pomocą bezpłatnych i ogólnodostępnych baz danych, w szczególności rejestrów publicznych w rozumieniu ustawy z 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne, o ile wykonawca wskazał w oświadczeniu wstępnym dane umożliwiające dostęp do tych środków.



2. **Zamawiający nie żąda podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie braku podstaw wykluczenia.** Tym samym, zamawiający dokona weryfikacji wyłącznie na podstawie oświadczenia wstępnego.
3. Podmiotowe środki dowodowe oraz inne dokumenty lub oświadczenia, jakich może żądać Zamawiający od Wykonawcy, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 23 grudnia 2020r., składane są zgodnie z przepisami rozporządzenia wydanego na podstawie art. 70 ustawy Pzp.

XI. Wymagania dotyczące wadium.

Zamawiający nie wymaga wniesienia w niniejszym postępowaniu wadium.

XII. 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.

1. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim w formie elektronicznej za pośrednictwem Platformy zakupowej.
2. Komunikacja między zamawiającym a wykonawcami, w tym wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje, przekazywane winny być za pośrednictwem Platformy zakupowej za pomocą formularza „Wyślij wiadomość do zamawiającego”.
3. Za datę przekazania (wpływu) oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji przyjmuje się datę ich przesłania za pośrednictwem Platformy zakupowej poprzez kliknięcie przycisku „Wyślij wiadomość do zamawiającego” po których pojawi się komunikat, że wiadomość została wysłana do zamawiającego.
4. Zamawiający dopuszcza, awaryjnie, komunikację za pośrednictwem poczty elektronicznej. Adres poczty elektronicznej osoby uprawnionej do kontaktu z Wykonawcami: a.siemaszko@pomorskie.eu
5. Zamawiający będzie przekazywał wykonawcom informacje elektronicznie za pośrednictwem Platformy zakupowej. Informacje, zawiadomienia, zmiany, odpowiedzi - zamawiający będzie zamieszczał na Platformie zakupowej. Korespondencja, której zgodnie z obowiązującymi przepisami adresatem jest konkretny wykonawca, będzie przekazywana elektronicznie za pośrednictwem Platformy zakupowej do konkretnego wykonawcy.
6. Wykonawca jako podmiot profesjonalny ma obowiązek sprawdzania komunikatów i wiadomości bezpośrednio na Platformie zakupowej przesłanych przez zamawiającego, gdyż system powiadomień może ulec awarii lub powiadomienie może trafić do folderu SPAM.
7. Zamawiający wskazuje niezbędne wymagania sprzętowo-aplikacyjne umożliwiające pracę na Platformie zakupowej, tj.:
 - 1) stały dostęp do sieci Internet o gwarantowanej przepustowości nie mniejszej niż 512 kb/s,
 - 2) komputer klasy PC lub MAC o następującej konfiguracji: pamięć min. 2 GB Ram, procesor Intel IV 2 GHZ lub jego nowsza wersja, jeden z systemów operacyjnych - MS Windows 7, Mac Os x 10 4, Linux, lub ich nowsze wersje,
 - 3) zainstalowana dowolna przeglądarka internetowa, w przypadku Internet Explorer minimalnie wersja 10 0.,
 - 4) włączona obsługa JavaScript,
 - 5) zainstalowany program Adobe Acrobat Reader lub inny obsługujący format plików .pdf,



- 6) Platforma zakupowa działa według standardu przyjętego w komunikacji sieciowej - kodowanie UTF8,
- 7) Oznaczenie czasu odbioru danych przez platformę zakupową stanowi datę oraz dokładny czas (hh:mm:ss) generowany wg. czasu lokalnego serwera synchronizowanego z zegarem Głównego Urzędu Miar.
8. Wykonawca, przystępując do niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego:
 - 1) akceptuje warunki korzystania z Platformy zakupowej określone w Regulaminie zamieszczonym na stronie internetowej Platformy pod linkiem w zakładce „Regulamin” oraz uznaje go za wiążący,
 - 2) zapoznał i stosuje się do Instrukcji składania ofert/wniosek dostępnej pod adresem <https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje>
9. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za złożenie oferty w sposób niezgodny z Instrukcją korzystania z Platformy zakupowej w szczególności za sytuację, gdy zamawiający zapozna się z treścią oferty przed upływem terminu składania ofert (np. złożenie oferty w zakładce „Wyślij wiadomość do zamawiającego”). Taka oferta zostanie uznana przez Zamawiającego za ofertę handlową i nie będzie brana pod uwagę w przedmiotowym postępowaniu ponieważ nie został spełniony obowiązek narzucony w art. 221 ustawy Pzp.
10. Zamawiający informuje, że instrukcje korzystania z Platformy zakupowej, dotyczące w szczególności logowania, składania wniosków o wyjaśnienie treści SWZ, składania ofert oraz innych czynności podejmowanych w niniejszym postępowaniu przy użyciu Platformy zakupowej znajdują się w zakładce „Instrukcje dla Wykonawców” na stronie internetowej pod adresem: <https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje> Pozostałe informacje zawarte na Platformie, a nie dotyczące technicznego z niej korzystania, nie są wiążące dla Wykonawców.
11. Zgodnie z art. 284 ustawy Pzp, Wykonawca może zwrócić się do zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SWZ.
12. 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.
13. Jeżeli Zamawiający nie udzieli wyjaśnień w terminie, o którym mowa w ust. 12, przedłuża termin składania ofert o czas niezbędny do zapoznania się wszystkich zainteresowanych Wykonawców z wyjaśnieniami niezbędnymi do należytego przygotowania i złożenia ofert.
14. W przypadku gdy wniosek o wyjaśnienie treści SWZ nie wpłynął w terminie, o którym mowa w ust. 12, Zamawiający nie ma obowiązku udzielania wyjaśnień SWZ oraz obowiązku przedłużenia terminu składania ofert.
15. Przedłużenie terminu składania ofert, o których mowa w ust. 13, nie wpływa na bieg terminu składania wniosku o wyjaśnienie treści SWZ.
16. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający udostępnia, bez ujawniania źródła zapytania, na Platformie zakupowej, w zakładce prowadzonego postępowania.
17. W zakresie kwestii nieuregulowanych niniejszą SWZ obowiązują przepisy ustawy Pzp 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 (Dz.U. 2020 poz. 2452).



XIII. Informacje o sposobie komunikowania się zamawiającego z wykonawcami w inny sposób niż przy użyciu środków komunikacji elektronicznej w przypadku zaistnienia jednej z sytuacji określonych w art. 65 ust. 1, art. 66 i art. 69;

Zamawiający nie przewiduje komunikowania się w inny sposób, niż przy użyciu środków komunikacji elektronicznej.

XIV. Wskazanie osób uprawnionych do komunikowania się z wykonawcami.

Komunikacja w postępowaniu o udzielenie zamówienia odbywa się przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, za pośrednictwem Platformy zakupowej.

Osobami uprawnionymi do komunikowania się z wykonawcami są:

1. Aleksandra Siemaszko – pracownik Departamentu Zamówień Publicznych i Administracji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego

XV. Termin związania ofertą.

1. **Termin związania ofertą wynosi 30 dni, licząc od dnia upływu terminu składania ofert, tj. do dnia 30.07.2021r.**
2. W przypadku, gdy wybór najkorzystniejszej oferty nie nastąpi przed upływem terminu związania ofertą, o którym mowa ust. 1, Zamawiający przed upływem terminu związania ofertą, zwróci 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 wymaga złożenia przez Wykonawcę pisemnego oświadczenia o wyrażeniu zgody na przedłużenie terminu związania ofertą.

XVI. Opis sposobu przygotowywania oferty.

1. Oferta wraz z załącznikami musi zostać sporządzona w języku polskim, złożona w postaci elektronicznej oraz podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem osobistym lub podpisem zaufanym pod rygorem nieważności. Złożenie oferty wymaga od wykonawcy zarejestrowania się i zalogowania na Platformie zakupowej zamawiającego.

Wykonawca po raz pierwszy korzystający z Platformy zakupowej, na której Zamawiający prowadzi niniejsze postępowanie winien odpowiednio wcześniej rozpocząć proces składania oferty. Należy wziąć pod uwagę czas złożenia oferty (nawet ze względu na zapoznanie się z warunkami technicznymi platformy, czy różnymi innymi trudnościami technicznymi), tak aby mieć możliwość złożenia oferty w wyznaczonym do tego terminie.

2. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę na daną Część zamówienia (jeżeli zamówienie zostało podzielone na części). Oferty wykonawcy, który przedłoży więcej niż jedną ofertę na tą samą część zamówienia, zostaną odrzucone.
3. Wykonawca składa ofertę wraz z wymaganymi oświadczeniami i dokumentami, wskazanymi w rozdziale IX ust. 1 i 2 SWZ.

Do oferty należy również dołączyć „Kreację” kampanii promocyjnej, która stanowi element niezbędny do dokonania oceny zgodnie z kryterium oceny ofert, określonym w rozdziale XX SWZ. Przedmiotowa „Kreacja” nie będzie podlegała uzupełnieniu. Brak jej złożenia skutkować będzie odrzuceniem oferty na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy Pzp.



4. Do upływu terminu składania ofert wykonawca może wycofać ofertę. Sposób postępowania w przypadku oferty w systemie został opisany w Instrukcji korzystania z Platformy.

XVII. Sposób oraz termin składania ofert.

1. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Wykonawca składa ofertę, pod rygorem nieważności, w formie elektronicznej podpisaną kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.
3. Oferta powinna być podpisana przez osobę upoważnioną/osoby upoważnione do reprezentowania wykonawcy, których to reprezentacja wynika z przepisów prawa, z danych ujawnionych we właściwym rejestrze lub z innego upoważnienia.
4. Jeżeli w imieniu wykonawcy działa osoba, której umocowanie do jego reprezentowania nie wynika z dokumentów rejestrowych (KRS, CEiDG lub innego właściwego rejestru), wykonawca dołącza do oferty pełnomocnictwo.
5. W przypadku wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia do oferty należy załączyć pełnomocnictwo dla pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo do reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego.
6. Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem Platformy zakupowej.
7. Wszelkie informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z 16.4.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1913), które Wykonawca zastrzeże jako tajemnicę przedsiębiorstwa, powinny zostać przekazane w wydzielonym i odpowiednio oznaczonym pliku. Wykonawca zobowiązany jest wraz z przekazaniem informacji zastrzeżonych jako tajemnica przedsiębiorstwa wykazać spełnienie przesłanek określonych w art. 11 ust. 2 ustawy z 16.4.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zastrzeżenie przez Wykonawcę tajemnicy przedsiębiorstwa bez uzasadnienia będzie traktowane przez Zamawiającego jako bezskuteczne, ze względu na zaniechanie przez wykonawcę podjęcia, przy dołożeniu należytej staranności, działań w celu utrzymania poufności objętych klauzulą informacji zgodnie z art. 18 ust. 3 ustawy Pzp.
8. **Termin składania ofert upływa w dniu 01.07.2021r., o godz. 09:30. Decyduje data oraz dokładny czas (hh:mm:ss) generowany wg czasu lokalnego serwera synchronizowanego zegarem Głównego Urzędu Miar.**
9. Oferta złożona po terminie zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp.
10. Wykonawca przed upływem terminu do składania ofert może zmienić lub wycofać ofertę w sposób wskazany w instrukcji Platformy zakupowej.
11. Wykonawca nie może skutecznie wycofać oferty ani wprowadzić zmian w treści oferty po upływie terminu składania ofert.

XVIII. Termin otwarcia ofert.

1. **Otwarcie ofert nastąpi niezwłocznie po upływie terminu składania ofert, tj. w dniu 01.07.2021r. o godz. 10:00**
2. Otwarcie ofert dokonywane jest przez odszyfrowanie i otwarcie ofert.
3. Zamawiający, najpóźniej przed otwarciem ofert, udostępni na stronie internetowej prowadzonego postępowania informację o kwocie, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.



4. W przypadku awarii Platformy zakupowej (systemu teleinformatycznego), która powoduje brak możliwości otwarcia ofert w terminie określonym przez zamawiającego, otwarcie ofert nastąpi niezwłocznie po usunięciu awarii. Zamawiający poinformuje o zmianie terminu otwarcia ofert na stronie internetowej prowadzonego postępowania.
5. Niezwłocznie po otwarciu ofert zamawiający udostępni na stronie internetowej prowadzonego postępowania informacje o:
 - 1) nazwach albo imionach i nazwiskach oraz siedzibach lub miejscach prowadzonej działalności gospodarczej albo miejscach zamieszkania wykonawców, których oferty zostały otwarte;
 - 2) cenach lub kosztach zawartych w ofertach.

XIX.Sposób obliczenia ceny

1. Cena przedmiotu zamówienia powinna uwzględniać wszystkie elementy związane z prawidłową jego realizacją.
2. Cena musi uwzględniać wymagania SWZ oraz obejmować wszystkie koszty jakie poniesie wykonawca z tytułu należytej oraz zgodnej z obowiązującymi przepisami realizacji przedmiotu zamówienia.
3. Cenę należy podać w PLN i wyliczyć na podstawie indywidualnej kalkulacji wykonawcy, uwzględniając doświadczenie i wiedzę zawodową wykonawcy, jak i wszelkie koszty niezbędne do wykonania przedmiotu zamówienia, podatki oraz rabaty, upusty itp., których Wykonawca zamierza udzielić.
4. Rozliczenia będą prowadzone w złotych polskich z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Jeden grosz jest najmniejszą jednostką monetarną w systemie pieniężnym RP i nie jest możliwe wyliczenie ceny końcowej, jeśli komponenty ceny (ceny jednostkowe) są określone za pomocą wielkości mniejszych niż 1 grosz. Tym samym, ceny jednostkowe, stanowiące podstawę do obliczenia ceny oferty, muszą być podane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Jeżeli oferta będzie zawierała cenę i/lub ceny jednostkowe wyrażone jako wielkości matematyczne znajdujące się na trzecim i kolejnym miejscu po przecinku, zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 4 i 5 ustawy Pzp. Zaokrąglenia należy wykonywać zgodnie z zasadami matematycznymi (decyduje trzecia cyfra po przecinku, tj. jeśli trzecia cyfra mieści się w przedziale 0-4 obowiązuje zaokrąglenie w dół, a jeśli się mieści w przedziale 5-9 obowiązuje zaokrąglenie w górę) i na każdym etapie obliczeń.
5. Wykonawca zobowiązany jest zastosować stawkę VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
6. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
7. W przypadku, gdy o udzielenie zamówienia ubiegać się będą podmioty zagraniczne, które na podstawie odrębnych przepisów nie są zobowiązane do uiszczania podatku VAT, zamawiający dla porównania ceny ofert złożonych przez podmioty zagraniczne zobowiązany będzie doliczyć do ceny takich ofert należny podatek VAT, obciążający zamawiającego z tytułu realizacji umowy na mocy odrębnych przepisów.
8. Zgodnie z art. 225 ust. 1 ustawy Pzp, jeżeli wykonawca składa ofertę, której wybór prowadziłby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z ustawą z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t.j. Dz. U z 2020 r. poz. 106 ze zm.), dla celów zastosowania kryterium ceny lub kosztu zamawiający dolicza do przedstawionej w tej ofercie ceny kwotę podatku od towarów i usług, którą miałby obowiązek rozliczyć.



9. W złożonej ofercie, o której mowa ust. 8, Wykonawca ma obowiązek:

- 1) poinformowania zamawiającego, że wybór jego oferty będzie prowadził do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego;
- 2) wskazania nazwy (rodzaju) towaru lub usługi, których dostawa lub świadczenie będą prowadziły do powstania obowiązku podatkowego;
- 3) wskazania wartości towaru lub usługi objętego obowiązkiem podatkowym zamawiającego, bez kwoty podatku;
- 4) wskazania stawki podatku od towarów i usług, która zgodnie z wiedzą wykonawcy, będzie miała zastosowanie.

XX. Opis kryteriów oceny ofert wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

Lp.	Kryterium	Waga %
1	Cena brutto wykonania zamówienia (P_{K1})	30
2	Koncepcja kampanii promocyjnej (P_{K2}), w tym:	70
2.1	Kreacja (K)	50
2.2	Dotarcie do grupy docelowej (D), w tym:	20
2.2.1	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku (D₁)	4
2.2.2	Liczba reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą (D₂)	8
2.2.3	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku (D₃)	4
2.2.4	Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube (D₄)	4

Oferty będą oceniane przez komisję przetargową metodą punktową w skali 100-punktowej, przy czym 1 %= 1 pkt

1. Sposób oceny ofert:

1) dla kryterium: „Cena brutto wykonania zamówienia” (P_{K1}):

Sposób obliczenia:

$$P_{K1} = [C_N / C_R \times 30\%] \times 100$$

- P_{K1} – ilość punktów dla kryterium
C_N – najniższa oferowana cena
C_R – cena oferty rozpatrywanej

Cena oferty jest ceną brutto wyrażoną w PLN. Zaoferowaną cenę należy przedstawić w formularzu ofertowym stanowiącym załącznik nr 3 do SWZ. W cenie należy uwzględnić wszystkie elementy mogące mieć wpływ na wysokość wynagrodzenia Wykonawcy. Zaoferowana cena musi uwzględniać koszty wykonania wszystkich prac i czynności związanych z realizacją zamówienia, świadczonego przez okres i na warunkach określonych w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia oraz w ofercie Wykonawcy. W cenie oferty zawiera się również wynagrodzenie Wykonawcy z tytułu przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich, na zasadach określonych w załączonym wzorze umowy - zał. nr 2.

Cena podana w ofercie powinna być wyrażona w PLN, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

2) dla kryterium: „**Koncepcja kampanii promocyjnej**” (P_{K1}):

W celu uzyskania punktów w przedmiotowym kryterium do oferty należy dołączyć **„Kreację” oraz złożyć oświadczenia znajdujące się w Formularzu ofertowym dotyczące dotarcia do grupy docelowej, stanowiące element niezbędny do dokonania oceny zgodnie z kryteriami oceny ofert, określonym w niniejszym punkcie.**

„Kreacja” (K):

Kreacja, o której mowa powinna zawierać założenia dotyczące koncepcji kampanii, w tym minimum zarys koncepcji kreatywnej kampanii, opisu koncepcji spotu filmowego wraz z wstępnym zarysem scenariusza oraz story boardy, wskazanie podstawowej kolorystyki i rozwiązań typograficznych, propozycję key visual/ brand hero/innego elementu (łącznika) kampanii, zgodnie z założeniami kampanii, a także wstępny projekt graficzny co najmniej:

- 1 plakatu,
- 1 projektu posta na potrzeby portalu Facebook,
- 1 reklamy w formie karuzeli,
- 1 reklamy na całe tyły autobusów wraz z tylną szybą.

Przy przygotowywaniu wstępnych projektów Wykonawca może roboczo posługiwać się danymi zawartymi w „Raporcie z realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020”. Raport jest dostępny na stronie Serwis Regionalnego Programu Województwa Pomorskiego (rpo.pomorskie.eu). Zamawiający zastrzega sobie prawo do modyfikacji/uszczegółowienia ww. projektów na etapie realizacji umowy.

Oświadczenia, o których mowa powyżej, dotyczą **oferowanego „Dotarcia do grupy docelowej” (D)**, tj.:

- *Oferowanego średniego płatnego zasięgu każdego posta promowanego na Facebooku (D₁)*
- *Oferowanej liczby reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą (D₂)*
- *Oferowanego średniego płatnego zasięgu spotu filmowego promowanego na Facebooku (D₃)*
- *Oferowanego średniego płatnego zasięgu spotu filmowego promowanego na YouTube (D₄)*

Punkty w kryterium „**Koncepcja kampanii promocyjnej**” (P_{K2}) będą wyliczane następująco:

$$P_{K2} = K + D$$

gdzie:

K – podkryterium „**Kreacja**”

D – podkryterium „**Dotarcie do grupy docelowej**”

2.1) Punkty w podkryterium „Kreacja” (K): z wagą 50%, przy czym 1% = 1 pkt będą wyliczane następująco:

Lp.	Opis podkryterium	TAK ocena pozytywna (liczba uzyskanych punktów)	CZĘŚCIOWO ocena pozytywna (liczba uzyskanych punktów)	NIE ocena negatywna (liczba uzyskanych punktów)
1.	Przekaz kampanii wywołuje pozytywne i silne odczucia wobec efektów wdrażania FE w województwie pomorskim	6	3	0



2.	Przekaz kampanii wywołuje poczucie dumy z rozwoju, jaki dzięki Funduszom Europejskim osiągnął region i jego mieszkańcy	6	3	0
3.	Kampania odwołuje się do celów i wartości UE określonych w traktacie lizbońskim oraz w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej	6	3	0
4.	Kreacja jest wewnętrznie spójna, poszczególne elementy uzupełniają się	4	2	0
5.	Kreacja jest niepowtarzalna, oryginalna, pozytywnie wyróżniająca się na tle typowych rozwiązań stosowanych w innych kampaniach	4	2	0
6.	Zaproponowany key visual/ brand hero/inny element (łączy) ułatwia kodowanie pozytywnego przekazu u odbiorcy	4	2	0
7.	Kreacja zapewnia przejrzystość przekazywanych treści, użyte elementy zapewniają harmonię i czytelność informacji, proporcje między tekstem a grafiką ułatwiają odbiór, całość nie jest przeładowana treścią	4	2	0
8.	Kreacja odpowiada zasadom estetyki, świadczy o wysokim poziomie kreacji graficznej, jest atrakcyjna w odbiorze	4	2	0
9.	Koncepcja spotu filmowego jest interesująca, niepowtarzalna, oryginalna, pozytywnie wyróżniająca się na tle typowych rozwiązań stosowanych w innych kampaniach i w atrakcyjny sposób przedstawiająca temat	12	6	0

Jeśli oferta w podkryterium „Kreacja” osiągnie mniej niż 25% (25 pkt), to będzie podlegała odrzuceniu na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp, gdyż jej treść jest niezgodna z warunkami zamówienia (tj. oferta nie gwarantuje osiągnięcia w wystarczającym stopniu celu przedmiotu zamówienia określonego w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia - zał. nr 1 do SWZ).

Ocena w zakresie podkryterium „Kreacja” będzie dokonana indywidualnie przez każdego członka Komisji przetargowej z wyłączeniem pracowników Departamentu Zamówień Publicznych i Administracji. Punkty zostaną do siebie dodane, a następnie podzielone przez liczbę członków Komisji przetargowej biorących udział w ocenie przedmiotowego podkryterium.



2.2) Dla podkryterium „Dotarcie do grupy docelowej” (D) – waga podkryterium 20% (przy czym 1% = 1 pkt 1 pkt).

Punkty w kryterium „Dotarcie do grupy docelowej” (D) będą wyliczane następująco:

$$D = D_1 + D_2 + D_3 + D_4$$

gdzie:

D₁ – podkryterium cząstkowe „Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku”

D₂ – podkryterium cząstkowe „Liczba reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą”

D₃ – podkryterium cząstkowe „Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku”

D₄ – podkryterium cząstkowe „Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube”

2.2.1) Punkty w podkryterium cząstkowym (D₁): Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku z wagą 4% (przy czym 1% = 1 pkt) będą wyliczane następująco:

Zamawiający przyzna punkty w przedmiotowym podkryterium w oparciu o oświadczenie Wykonawcy w Formularzu ofertowym, tj. oceni jaki średni płatny zasięg zamierza osiągnąć Wykonawca w odniesieniu do każdego posta promowanego na Facebooku (opisanych w dz. II ust.8 pkt. 2) lit. c) SOPZ - zał. 1 do SWZ)

Ocena podkryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

Lp.	Opis podkryterium	Liczba uzyskanych punktów
1.	Minimalny średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku 50.000	0
2.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 50.001 a 60.000	1
3.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku i osiągnię poziom między 60.001 a 70.000	2
4.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku i osiągnię poziom między 70.001 a 80.000	3
5.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku i osiągnię poziom 80.001 i więcej	4

2.2.2) Punkty w podkryterium cząstkowym (D₂): Liczba reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą z wagą 8% (przy czym 1% = 1 pkt) będą wyliczane następująco:

Zamawiający przyzna punkty w podkryterium w oparciu o oświadczenie Wykonawcy w Formularzu ofertowym tj. oceni jaki zasięg zamierza osiągnąć Wykonawca w odniesieniu do liczby reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą (opisanych w dz. II ust.7 SOPZ- zał. 1 do SWZ).

Ocena podkryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

Lp.	Opis podkryterium	Liczba uzyskanych punktów
1.	Minimalna liczba reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą: 40	0



2.	41-45 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	2
3.	46-50 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	4
4.	51 -55 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	6
5.	56 i więcej reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	8

2.2.3) Punkty w podkryterium cząstkowym (D₃): Średni płatny zasięg spotu filmowego promowanego na Facebooku z wagą 4% (przy czym 1%= 1 pkt) będą wyliczane następująco:

Zamawiający przyzna punkty w podkryterium w oparciu o oświadczenie Wykonawcy w Formularzu ofertowym tj. oceni jaki zasięg zamierza osiągnąć Wykonawca w odniesieniu do spotu filmowego promowanego na Facebooku (opisanego w dz.II ust.8 pkt. 2) lit.d) SOPZ - zał. 1 do SWZ).

Ocena podkryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis podkryterium	Liczba uzyskanych punktów
1.	Minimalny średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku 300.000	0
2.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnie poziom między 300.001 a 350.000	1
3.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnie poziom między 350.001 a 400.000	2
4.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnie poziom między 400.001 a 450.000	3
5.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnie poziom 450.001 i więcej	4

2.2.4) Punkty w podkryterium cząstkowym (D₄): Średni płatny zasięg spotu filmowego promowanego na Youtube z wagą 4% (przy czym 1%= 1 pkt) będą wyliczane następująco:

Zamawiający przyzna punkty w podkryterium w oparciu o oświadczenie Wykonawcy w Formularzu ofertowym tj. oceni jaki zasięg zamierza osiągnąć Wykonawca w odniesieniu do spotu promowanego na YouTube (opisanego w dz.II ust.8 pkt. 4) SOPZ - zał. 1 do SWZ).

Ocena podkryterium zostanie dokonana w oparciu o poniższe zasady:

L.p	Opis podkryterium	Liczba uzyskanych punktów
1.	Minimalny średni płatny zasięg spotu promowanego na Youtube 100.000	0
2.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Youtube osiągnie poziom między 100.001 a 150.000	1



3.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Youtube osiągnie poziom między 150.001 a 200.000	2
4.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Youtube osiągnie poziom między 200.001 a 250.000	3
5.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnie poziom 250.001 i więcej	4

Jeżeli Wykonawca w Formularzu Ofertowym nie zaznaczy/nie wskaże żadnej z ww. pozycji lub zaznaczy więcej niż jedną pozycję w danym podkryterium cząstkowym, Zamawiający przyjmie, że Wykonawca oferuje dotarcie do grupy docelowej na minimalnym, wymaganym w SWZ poziomie – oferta otrzyma 0 punktów w zakresie podkryterium cząstkowego, którego dotyczy oświadczenie.

2. Sposób obliczenia całkowitej liczby punktów:

$$P = P_{K1} + P_{K2}$$

P – całkowita liczba punktów dla rozpatrywanej oferty

P_{K1} – liczba punktów uzyskanych w kryterium „Cena brutto wykonania zamówienia”

P_{K2} – liczba punktów uzyskanych w kryterium „Koncepcja kampanii promocyjnej”

3. Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów.
4. W celu obliczenia punktów wyniki poszczególnych działań matematycznych będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku lub z większą dokładnością, jeśli przy zastosowaniu wymienionego zaokrąglenia nie występuje różnica w ilości przyznanych punktów.

5. Oferta Wykonawcy zostanie odrzucona na zasadach określonych w art.226 ustawy Pzp.

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

- 1) Zamawiający poinformuje wykonawcę, któremu zostanie udzielone zamówienie, o miejscu i terminie zawarcia umowy.
- 2) 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.

XXII. Projektowane postanowienia umowy w sprawie zamówienia publicznego, które zostaną wprowadzone do umowy w sprawie zamówienia publicznego.

1. Wzór umowy stanowi załącznik nr 2 do SWZ.
2. Złożenie oferty jest jednoznaczne z akceptacją przez wykonawcę projektowanych postanowień umowy.
3. Zamawiający nie wymaga wniesienia należytego wykonania umowy.



XXIII. Pouczenie o środkach ochrony prawnej

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).

XXIV. Ochrona danych osobowych zebranych przez zamawiającego w toku postępowania

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 4.5.2016 r., str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Zarząd Województwa Pomorskiego z siedzibą przy ul. Okopowej 21/27, 80-810 Gdańsk, tel. 58 326 87 58 adres e-mail: zamowienia@pomorskie.eu
2. W sprawach związanych z Pani/Pana danymi osobowymi proszę kontaktować się z Inspektorem Ochrony Danych (IOD): e-mail: iod@pomorskie.eu
3. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą w celu przeprowadzenia postępowania i udzieleniu zamówienia, prowadzenia dokumentacji księgowo-podatkowej, archiwizacji danych, dochodzenia roszczeń lub obrony przed roszczeniami.
4. Podstawą przetwarzania danych osobowych jest:
 - 1) ustawa z 11.9.2019 r. – Prawo zamówień publicznych;
 - 2) ustawa z 27.8.2009 r. o finansach publicznych;
 - 3) ustawa z 14.7.1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach;
 - 4) art. 6 pkt.1 lit. c RODO
– przetwarzanie jest niezbędne do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze.
5. Odbiorca lub kategorie odbiorców: podmioty upoważnione na podstawie zawartych umów powierzenia oraz uprawnione na mocy obowiązujących przepisów prawa, w szczególności osoby lub podmioty, którym zostanie udostępniona dokumentacja postępowania na podstawie art. 18 oraz art. 74–76 ustawy Pzp. Zasada jawności ma zastosowanie do wszystkich danych osobowych, z wyjątkiem danych, o których mowa w art. 9 ust. 1 RODO (szczególna kategoria danych).
6. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane do czasu zakończenia obowiązującego nas okresu archiwizacji.
7. Posiada Pani/Pan prawo:
 - 1) żądania dostępu do danych; w przypadku gdy wykonanie tego obowiązku, wymagałoby niewspółmiernie dużego wysiłku, zamawiający może, zgodnie z art. 75 ustawy Pzp, żądać od osoby, której dane dotyczą, wskazania dodatkowych informacji mających na celu sprecyzowanie nazwy lub daty zakończonego postępowania o udzielenie zamówienia;
 - 2) żądania sprostowania lub uzupełnienia danych osobowych; zgodnie z art. 76 ustawy Pzp wykonanie tego obowiązku nie może naruszać integralności protokołu postępowania oraz jego załączników;

- 3) usunięcia danych w przypadku, gdy dane osobowe nie są już niezbędne do celów, w których zostały zebrane, lub w inny sposób przetwarzane;
- 4) żądania ograniczenia przetwarzania danych osobowych; zgodnie z art. 74 ust. 3 PZP wykonanie tego obowiązku nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia.
8. Przysługuje Pani/Pan prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego, tj. Urzędu Ochrony Danych Osobowych ul. Stawki 2, 00-913 Warszawa.
9. Pani/Pana dane osobowe nie będą poddawane zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji, w tym również profilowaniu.
10. Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazywane do państw trzecich.
11. Podanie danych osobowych jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach PZP, związanych z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z PZP.
12. Jednocześnie Zamawiający przypomina o ciążyącym na Pani/Panu obowiązku informacyjnym wynikającym z art. 14 RODO względem osób fizycznych, których dane przekazane zostaną Zamawiającemu w związku z prowadzonym postępowaniem i które Zamawiający pośrednio pozyska od wykonawcy biorącego udział w postępowaniu, chyba że ma zastosowanie co najmniej jedno z wyłączeń, o których mowa w art. 14 ust. 5 RODO.

.....
Podpis kierownika zamawiającego lub osoby upoważnionej

Załącznik nr 1 do SWZ – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 r.

Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020

I. Założenia merytoryczne

1. Tło kampanii:

Województwo pomorskie w ramach działań informacyjno-promocyjnych w zakresie Funduszy Europejskich (FE) realizuje cyklicznie, co roku na jesieni, kampanie informacyjno-promocyjne, upowszechniające wśród mieszkańców woj. pomorskiego m.in. korzyści i efekty wykorzystania Funduszy Europejskich, ich znaczenie dla rozwoju regionu i ich wpływ na poprawę jakości życia mieszkańców. Są to kampanie o szerokim zasięgu, skierowane do mieszkańców województwa pomorskiego, wykorzystujące różnorodne narzędzia komunikacyjne.

Kampania Funduszy Europejskich 2021 w województwie pomorskim (Kampania) ma odnosić się do wartości i celów Unii Europejskiej określonych w traktacie lizbońskim oraz w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej pokazanych poprzez projekty realizowane w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020. Kampania ma mieć charakter efektywnościowy tj. prezentujący rezultaty wdrażania Funduszy Europejskich i ich oddziaływanie w województwie pomorskim poprzez przykłady projektów zrealizowanych bądź realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego 2014-2020 (RPO WP) oraz ich efekty. Przykładowe obszary tematyczne (projekty), które prezentowane będą w ramach kampanii, to m.in. przedsiębiorczość, innowacje, edukacja, ochrona zdrowia, usługi społeczne, rewitalizacja, zatrudnienie, transport, środowisko, energia. Dodatkowym elementem w 2021 roku, ze względu na szczególną sytuację, będzie podkreślenie znaczenie wkładu Unii Europejskiej i Funduszy Europejskich w walkę z COVID-19 oraz jego skutkami dla zdrowia mieszkańców i gospodarki Pomorza.

2. Cele kampanii:

- 1) popularyzowanie wiedzy nt. wartości i celów Unii Europejskiej,
- 2) wzrost świadomości nt. korzyści płynących z członkostwa w Unii Europejskiej,
- 3) wzrost świadomości nt. wpływu FE na rozwój całego województwa pomorskiego, wzrost świadomości nt. wpływu FE na osobiste życie mieszkańców województwa pomorskiego,
- 4) wzrost świadomości nt. różnorodności obszarów wspieranych z FE, znajomości celów, obszarów i działań, na które przeznaczane są FE w województwie pomorskim,
- 5) zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych przeprowadzanych przy pomocy FE.

3. Grupa docelowa:

Kampania skierowana będzie do ogółu społeczeństwa (przede wszystkim grupa wiekowa 18 – 65+), główny przekaz kampanii ukierunkowany zostanie na osoby będące ostatecznymi odbiorcami działań w ramach RPO WP na lata 2014-2020 (którzy świadomie lub nieświadomie korzystają z efektów



projektów, które są realizowane dzięki Funduszom Europejskim lub są ich obserwatorem). Dobór treści i narzędzi powinien być zdywersyfikowany ze względu na złożoność grupy docelowej.

4. Główne przesłanie kampanii:

Przekaz kampanii ma wywoływać pozytywne i silne odczucia wobec efektów wdrażania FE w województwie pomorskim. Kampania powinna wywoływać poczucie dumy z rozwoju, jaki dzięki Funduszom Europejskim osiągnął region i jego mieszkańcy; przekaz emocjonalny:

„Jestem Pomorzanie, Polakiem, Europejczykiem. Ja i mój region rozwijamy się dzięki Funduszom Europejskim. Jestem z tego dumny”.

Środkiem do wywołania poczucia dumy powinno być m.in. odwołanie się do wartości UE i jej celów, do których realizacji, w szerokiej perspektywie, przyczyniają się FE:

„Projekty realizowane z FE zmieniają życie pojedynczego człowieka, ale stanowią element większej, europejskiej koncepcji”.

Kampania powinna odwoływać się do celów i wartości UE określonych w traktacie lizbońskim oraz w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej, pokazanych poprzez projekty realizowane w ramach RPO WP 2014-2020. Wybrane projekty i działania powinny jednocześnie:

- pokazywać wpływ FE na rozwój województwa,
- pokazywać wpływ FE na osobiste życie mieszkańców województwa,
- pokazywać obszary w najbliższym otoczeniu mieszkańców.

Z celami i wartościami UE można zapoznać się na [oficjalnej stronie Unii Europejskiej](http://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_pl) (europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_pl)

5. Koncepcja kreatywna

- 1) Krecja kampanii powinna uwzględniać poniższe elementy:
 - a) Krecja musi uwzględniać główne przesłanie kampanii,
 - b) Krecja musi być unikatowa, oryginalna i stworzona specjalnie na potrzeby przygotowania i realizacji przedmiotowego zamówienia,
 - c) Krecja powinna się cechować wysoką wartością artystyczną,
 - d) Krecja powinna cechować się dużym ładunkiem emocjonalnym, powinna jednak unikać efektu kiczu,
 - e) Treści powinny być przekazywane z wykorzystaniem form graficznych (zdjęć, rysunków, infografik); projekty graficzne oraz materiały filmowe i dźwiękowe powinny być estetyczne, proste, czytelne i nowoczesne,
 - f) Krecja powinna być dla odbiorcy łatwa w odbiorze, przyjemna, skracająca dystans, nie stwarzająca wrażenia materiału o charakterze formalnym, urzędowym,
 - g) Krecja powinna wpływać na pozytywne skojarzenia wobec FE, nie postrzeganie ich jako zagadnienia bardzo skomplikowanego, nieprzystępnego i nużącego,
 - h) Utrzymanie balansu między treścią angażującą, a stricte informacyjną,
 - i) Wszystkie elementy krecji powinny być spójne, projekty używane w różnych narzędziach mają się wzajemnie uzupełniać,



- j) Elementy kreatywne powinny łączyć key visual, brand hero lub inny element (łącznik),
 - k) Kreatura powinna mieć charakter uniwersalny: nadający się do realizacji we wszystkich narzędziach i kanałach stosowanych w kampanii,
 - l) Kreatura powinna uwzględniać złożoność grupy odbiorców (różne grupy wiekowe, miejsce zamieszkania, wykształcenie etc.),
 - m) W przypadku wykorzystywania w kampanii historii konkretnych beneficjentów projektów, roli beneficjentów nie powinni odgrywać aktorzy (Zamawiający może wesprzeć Wykonawcę w kontakcie z beneficjentami),
 - n) W przypadku wykorzystywania w projektach graficznych zdjęć wyklucza się użycie zdjęć stockowych.
- 2) Przykładowe kampanie mogące stanowić odniesienie dla wartości artystycznych i emocjonalnych
- [spot „10 lat świetlnych 10 lat w Unii Europejskiej”](#) (www.youtube.com/watch?v=TOLbXUuYMT4),
 - [spot „Zadzwoń do mamy”](#) (www.youtube.com/watch?v=XyCuXIDM7xc)
 - [spot „I am part of the world”](#) (www.youtube.com/watch?v=3Npf9-70J9Q),
 - [spot „Let’s keep travelling forward”](#) (www.youtube.com/watch?v=wuF2n11Ugcc)
- 3) Wszystkie materiały wytworzone w ramach kampanii (produkty), w tym graficzne (m.in. zdjęcia, infografiki) oraz tekstowe przygotowane zostaną w całości przez Wykonawcę, na podstawie materiałów źródłowych (informacji o wydatkowanych środkach, obszarach wsparcia, opisów projektów) dostarczonych przez Zamawiającego.
- 4) Wykonawca pozyska wszelkie zgody dotyczące wykorzystania wizerunku oraz przetwarzania danych osobowych. Zgody dotyczące wykorzystania wizerunku powinny dotyczyć przedmiotowej kampanii oraz innych działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego, ministerstwo właściwe ds. rozwoju regionalnego, organy i instytucje Unii Europejskiej.
- 5) Realizacja przedmiotu zamówienia musi być zgodna z Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014- 2020 (w tym z Załącznikiem nr 2 Standardy dostępności dla polityki spójności 2014- 2020). Wykonawca zobowiązuje się zapewnić dostępność wytworzonych materiałów zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. z 2019 r., poz. 848).
- 6) Materiały wytworzone w ramach kampanii (produkty) oznakowane będą znakami programów, z których finansowana jest jego realizacja. Zamawiający przekaze Wykonawcy zestawy znaków wraz z wytycznymi dotyczącymi ich prawidłowego stosowania.
- 7) Wykonawca przeniesie na Zamawiającego bezwarunkowo na własność całość majątkowych praw autorskich do wszelkich produktów powstałych w ramach kreacji i realizacji Kampanii, w tym do zdjęć wykonanych na potrzeby kampanii, oraz udzieli Zamawiającemu zgody na wykonywanie względem nich praw zależnych. Wykonawca przekaze Zamawiającemu wszystkie produkty kampanii w formie plików otwartych.

6. Strona docelowa kampanii:

Stroną docelową kampanii będzie [Serwis Regionalnego Programu Województwa Pomorskiego](http://SerwisRegionalnegoProgramuWojewodztwaPomorskiego) (rpo.pomorskie.eu).

7. Narzędzia i kanały kampanii:

- 1) Narzędzia:
 - a) spot filmowy,
 - b) spot radiowy,
 - c) projekty graficzne,
 - d) posty w mediach społecznościowych.
- 2) Kanały:
 - a) media społecznościowe (Facebook, Instagram, YouTube),
 - b) radio (emisję zapewnia Zamawiający – nie jest objęta niniejszym zamówieniem),
 - c) witryny na peronach kolejowych,
 - d) tyły autobusów wraz z tylną szybą,
 - e) citylighty,
 - f) ekrany wizyjne w środkach komunikacji publicznej (Pomorska Kolej Metropolitalna) i infomatach tj. interaktywnych punktach informacyjnych na terenie województwa (emisję zapewnia Zamawiający – nie jest objęta niniejszym zamówieniem).

8. Termin przeprowadzenia kampanii:

Zamawiający wymaga, aby kampania informacyjno-promocyjna zakończyła się najpóźniej do 30 listopada 2021.

II. Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii

1. Koncepcja kreatywna

- 1) Wykonawca opracuje szczegółową koncepcję kreatywną Kampanii, realizującą założenia merytoryczne wskazane powyżej przez Zamawiającego. Kreacja musi być unikatowa, oryginalna i stworzona specjalnie na potrzeby przygotowania i realizacji przedmiotowej kampanii. Opis kreacji powinien zawierać min. koncept i opis głównych założeń kampanii (w tym podstawowych elementów graficznych), informację o przestaniu kampanii, uzasadnienie proponowanych form narzędzi, strategię komunikacji, hasło kampanii. Minimalna liczba użytych znaków bez spacji: 3.000.
- 2) W terminie do 7 dni od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu koncepcję kreatywną Kampanii. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania koncepcji kreatywnej może zgłosić do niej uwagi i zastrzeżenia lub ją zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i przekaże kolejną wersję koncepcji w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń.

2. Kreacja graficzna

- 1) Wykonawca przygotuje, w oparciu o założenia merytoryczne kampanii opisane przez Zamawiającego oraz koncepcję kreatywną, elementy kreacji graficznej kampanii (projekty graficzne).
- 2) Projekty graficzne oznakowane będą znakami wskazanymi przez Zamawiającego. W dniu podpisania umowy Zamawiający przekaże Wykonawcy zestawy znaków wraz z wytycznymi dotyczącymi ich prawidłowego stosowania. Ponadto w dniu podpisania umowy Zamawiający dostarczy Wykonawcy materiał źródłowy w postaci danych potrzebnych do umieszczenia na projektach graficznych.



- 3) W terminie do 2 tygodni od zatwierdzenia koncepcji kreatywnej Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekty graficzne. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania poszczególnych projektów graficznych może zgłosić do nich uwagi i zastrzeżenia lub je zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję projektów graficznych w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń.
- 4) W trakcie realizacji projektów graficznych, założenia artystyczne i techniczne będą podlegać modyfikacjom do ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego. W przypadku uwag Wykonawca zobowiązuje się do wprowadzenia poprawek, aż do pełnej akceptacji Zamawiającego.
- 5) Wykonawca przygotowuje następujące projekty graficzne:
 - a) 1 projekt graficzny plakatu informacyjnego w formatach dostosowanych do ekspozycji na peronach kolejowych oraz na nośniki typu Citylight na terenie województwa pomorskiego,
 - b) 1 projekt graficzny reklamy na całe tyły autobusów (obejmujące tylną szybę) wraz z dostosowaniem projektu do wyklejenia tyłów autobusów,
 - c) 2 projekty reklamy w formie karuzeli (3 slajdy) wraz z dostosowaniem do emisji na portalu Facebook i Instagram,
 - d) 2 projekty reklamy dostosowanej do emisji w Instastories,
 - e) 2 projekty reklamy na ekrany wizyjne: każda reklama w formie 3 plansz, które prezentowane będą jako slide show; każdy projekt w wersji pionowej 1080x1920 px (72 dpi) i wersji poziomej w rozdzielczości 1920x1080 px (72 dpi). Emisja na ekranach wizyjnych nie jest objęta niniejszym zamówieniem.
- 6) Wykonawca przygotowuje ponadto elementy graficzne do 30 postów publikowanych na portalu Facebook wraz z ich treścią. Zamawiający będzie akceptował elementy graficzne postów w sposób opisany poniżej, w [ustępie 8. „Media Społecznościowe”](#) pkt 2) lit c).
- 7) Wykonawca przeniesie na Zamawiającego bezwarunkowo na własność całość majątkowych praw autorskich do wszelkich produktów powstałych w ramach kreacji i realizacji przedmiotu zamówienia oraz udzieli Zamawiającemu zgody na wykonywanie względem nich praw zależnych. Wykonawca prześle Zamawiającemu wszystkie projekty w formie plików otwartych.

3. Spot radiowy

- 1) Wykonawca zobowiązuje się do realizacji spotu radiowego. Spot radiowy powinien być powiązany treściowo ze spotem filmowym.
- 2) Wykonawca opracuje scenariusz i wyprodukuje spot radiowy o długości 45 sek. (w tym informacja o dofinansowaniu z FE). Wykonawca zakupi i prześle Zamawiającemu wraz z gotowym spotem prawa do emisji spotu w lokalnych i regionalnych stacjach radiowych na terenie województwa pomorskiego oraz do zamieszczania spotów w Internecie przez okres minimum 1 roku. Wykonawca do produkcji spotu użyje profesjonalnego sprzętu do rejestrowania dźwięku. W uzgodnieniu z Zamawiającym dopuszcza się skrócenie bądź wydłużenie spotu ze względu na przedstawioną koncepcję, scenariusz, dostępny materiał lub potrzeby.
- 3) Produkcja spotu obejmuje kompleksowe przygotowanie materiału gotowego do emisji, to jest opracowanie finalnego scenariusza, eksplikację reżyserską, pozyskanie odpowiednich pozwoleń, realizację materiału, montaż, korekcje, efekty dźwiękowe itp. W przypadku współpracy z aktorem, aktorami, lektorem itp. Wykonawca organizuje i przeprowadza casting.



- 4) W terminie do 7 dni od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu scenariusz spotu radiowego. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania scenariusza może zgłosić do niego uwagi i zastrzeżenia lub je zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję scenariusza w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń.
- 5) Gotowy spot radiowy zostanie przekazany do 3 tygodni od zatwierdzenia scenariusza przez Zamawiającego. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania spotu może zgłosić do niego uwagi i zastrzeżenia lub go zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję spotu w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Razem z ostatecznym, zaakceptowanym przez Zamawiającego spotem Wykonawca prześle licencję na emisję.
- 6) W trakcie realizacji zamówienia scenariusz, założenia artystyczne i techniczne będą podlegać modyfikacjom do ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego. Na każdym etapie produkcji Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek. W przypadku uwag Wykonawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia, aż do pełnej akceptacji Zamawiającego.
- 7) Emisję spotów zapewnia Zamawiający (nie jest ona przedmiotem zamówienia).

4. Spot filmowy

- 1) Wykonawca zobowiązuje się do realizacji spotu filmowego. Spot filmowy powinien być powiązany treściowo ze spotem radiowym.
- 2) Wykonawca opracuje scenariusz i wyprodukuje spot filmowy w trzech wersjach montażowych (to jest wersja pełna i dwie wersje skrócone). Wykonawca do produkcji spotu użyje profesjonalnego sprzętu do rejestrowania obrazu i dźwięku.
- 3) Produkcja spotu obejmuje kompleksowe przygotowanie materiału filmowego gotowego do emisji, eksplikację reżyserską, pozyskanie odpowiednich pozwoleń, realizację materiału w terenie, nagrywanie dźwięku, montaż, korekcje udźwiękowienie, animacje i inne efekty wizualne.
- 4) Spot filmowy powinien być zrealizowany w trzech wersjach montażowych:
 - a) wersja podstawowa trwająca 45 sekund (w tym informacja o dofinansowaniu z Funduszy Europejskich),
 - b) wersja skrócona trwająca 30 sekund (w tym informacja o dofinansowaniu z Funduszy Europejskich),
 - c) wersja skrócona trwająca 15 sekund (w tym informacja o dofinansowaniu z Funduszy Europejskich), przeznaczona do promocji na Youtube, w sposób opisany w ust.8 pkt.4).
- 5) W uzgodnieniu z Zamawiającym dopuszcza się skrócenie bądź wydłużenie materiałów audiowizualnych (wszystkich wersji montażowych) ze względu na przedstawioną koncepcję, scenariusz, dostępny materiał lub potrzeby.
- 6) Spot filmowy (wszystkie wersje montażowe) wyprodukowany zostanie w jakości i formatach dostosowanym do emisji:
 - a) na portalu Facebook, Instagram i Youtube,
 - b) w telewizji: spot filmowy ma spełniać standardy określone przez telewizję publiczną oraz telewizję prywatną, umożliwiając emisję spotu w ramach bloków reklamowych,
 - c) w kinie.
- 7) Spot (wszystkie wersje montażowe) zostanie przygotowany zgodnie z następującą lub równoważną specyfikacją:



- a) obraz:
Full- HD, format plików: MOV, MPEG, MP4, MXV.
- b) dźwięk:
 - rozdzielczość; 16 lub 24 bit
 - częstotliwość próbkowania: 48000 kHz
 - format (opcja): WAV
 - poziom głośności: max. 82 dB Leq(m)
- 8) Spot (wszystkie wersje montażowe) będzie przygotowany zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. z 2019 r., poz. 848)
- 9) Spot (wszystkie wersje montażowe) zaopatrzone będzie w napisy dialogowe, napisy rozszerzone oraz audiodeskrypcję filmów (filmy z napisami dialogowymi i rozszerzonymi oraz z audiodeskrypcją stanowią dodatkowe pliki, tj. materiał zostanie dostarczony z napisami oraz bez napisów oraz z audiodeskrypcją i bez audiodeskrypcji). Wszystkie najważniejsze elementy potrzebne do odbioru treści filmu (w tym wszystkie logotypy, napisy, itp.) należy umieścić w obszarze bezpiecznym, właściwym dla parametrów portali Facebook, Instagram i Youtube oraz emisji w telewizji i kinach.
- 10) Wykonawca we własnym zakresie uzyska pozwolenia na filmowanie. Zamawiający może pomóc w uzyskaniu zgody na filmowanie w wybranych lokalizacjach.
- 11) Wykonawca we własnym zakresie uzyska zgody na wykorzystanie wizerunku osób, których ujęcia zostały wykorzystane w materiałach audiowizualnych. W przypadku współpracy z lektorem itp. Wykonawca organizuje i przeprowadza casting.
- 12) W terminie do 7 dni od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu scenariusz spotu filmowego w wersji podstawowej i w wersjach skróconych. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania scenariuszy może zgłosić do nich uwagi i zastrzeżenia lub je zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejne wersje scenariuszy w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń.
- 13) Gotowy spot filmowy w trzech wersjach montażowych zostanie przekazany do 6 tygodni od zatwierdzenia scenariuszy przez Zamawiającego. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania spotu może zgłosić do niego uwagi i zastrzeżenia lub go zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję spotu w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Razem z ostatecznym, zaakceptowanym przez Zamawiającego spotem Wykonawca prześle metrykę spotu.
- 14) W trakcie realizacji zamówienia scenariusz, założenia artystyczne i techniczne będą podlegać modyfikacjom do ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego. Na każdym etapie produkcji Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek. W przypadku uwag Wykonawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia, aż do pełnej akceptacji Zamawiającego.

5. Citylighty

- 1) Wykonawca przeprowadzi kampanię na nośnikach typu citylight zlokalizowanych na terenie województwa pomorskiego.
- 2) Wykonawca wydrukuje plakaty [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.a)] w liczbie niezbędnej do zamieszczenia na 30 nośnikach typu citylight o wymiarach 1,8 x 1,2 m (+/- 10%).



- 3) Wykonawca zakupi powierzchnię na: 30 nośnikach typu citylight o wymiarach 1,8 x 1,2 m (+/- 10%). Wykonawca podejmie wszystkie niezbędne działania w celu zamieszczenia plakatów na nośnikach zewnętrznych, w tym umieszczenia plakatów na ww. nośnikach oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty. Wykonawca zobowiązuje się do kontroli jakości umieszczonej reklamy, konserwacji ekspozycji polegającej na wymianie zniszczonych reklam na nowe oraz wszelkich czynności niezbędnych do utrzymania wysokiego poziomu ekspozycji w trakcie trwania kampanii reklamowej. Czas trwania ekspozycji: minimum 4 tygodnie.
- 4) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu lokalizacji nośników do wykorzystania w ramach kampanii. Nośniki muszą być zlokalizowane przy głównych ciągach komunikacyjnych i głównych arteriach komunikacyjnych. Wykonawca przedstawi propozycje listy nośników w terminie do 7 dni od podpisania umowy. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania listy może zgłosić do niej uwagi i zastrzeżenia lub ją zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję listy w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Ostateczna lista nośników wykorzystywanych w ramach kampanii zostanie uzgodniona z Zamawiającym i przez niego zaakceptowana.
- 5) Wykonawca dokona demontażu plakatów oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty. Zamawiający nie wymaga zdejmowania czy zaklejania plakatów z nośników w terminie kończącym ich emisję, jednak ewentualna emisja dłuższa niż określono, będzie realizowana na koszt Wykonawcy.

6. Reklama na peronach

- 1) Wykonawca przeprowadzi kampanię w gablotach przeznaczonych do ekspozycji plakatów w gablotach na czynnych peronach (przystankach) kolejowych na terenie województwa pomorskiego.
- 2) Wykonawca wydrukuje plakaty [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.a)] w liczbie niezbędnej do zamieszczenia w 30 gablotach, w rozmiarach dostosowanych do gablot na poszczególnych peronach.
- 3) Wykonawca zakupi powierzchnię w 30 gablotach na peronach. Wykonawca podejmie wszystkie niezbędne działania w celu zamieszczenia plakatów w gablotach, w tym umieszczenia plakatów na ww. nośnikach oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty. Wykonawca zobowiązuje się do kontroli jakości umieszczonej reklamy, konserwacji ekspozycji polegającej na wymianie zniszczonych reklam na nowe oraz wszelkich czynności niezbędnych do utrzymania wysokiego poziomu ekspozycji w trakcie trwania kampanii reklamowej. Czas trwania ekspozycji: minimum 4 tygodnie.
- 4) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu lokalizacji gablot do wykorzystania w ramach kampanii. Wykonawca przedstawi propozycje listy gablot w terminie do 7 dni od podpisania umowy. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania listy może zgłosić do niej uwagi i zastrzeżenia lub ją zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję listy w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Ostateczna lista gablot wykorzystywanych w ramach kampanii zostanie uzgodniona z Zamawiającym i przez niego zaakceptowana.
- 5) Wykonawca dokona demontażu plakatów oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty. Zamawiający nie wymaga zdejmowania czy zaklejania plakatów z nośników w terminie kończącym ich emisję, jednak ewentualna emisja dłuższa, niż określono, będzie realizowana na koszt Wykonawcy.

7. Reklama na tyłach autobusów wraz z tylną szybą

- 1) Wykonawca przeprowadzi kampanię na tyłach autobusów (autokarów) wraz z tylną szybą należących do przedsiębiorstw prowadzących usługi w zakresie transportu osobowego obsługujących stałe połączenia autobusowe o charakterze regionalnym na terenie województwa pomorskiego. Wykluczone jest realizowanie kampanii na autobusach miejskich na terenie Gdańska, Gdyni, Sopotu i Słupska.
- 2) Wykonawca wydrukuje reklamę [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.b)] na całe tyły autobusów wraz z tylną szybą w liczbie niezbędnej do zamieszczenia na minimum 40 autobusach.
- 3) Wykonawca zakupi powierzchnię na minimum 40 autobusach. Wykonawca podejmie wszystkie niezbędne działania w celu zamieszczenia reklam na autobusach, w tym przygotowanie pojazdu do wyklejenia, wyklejenie, oraz usunięcie naklejki wraz z uzupełnieniem ubytków w powłoce lakierniczej oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty. Wykonawca zobowiązuje się do kontroli jakości umieszczonej reklamy, konserwacji ekspozycji polegającej na wymianie zniszczonych reklam na nowe oraz wszelkich czynności niezbędnych do utrzymania wysokiego poziomu ekspozycji w trakcie trwania kampanii reklamowej. Czas trwania ekspozycji: minimum 4 tygodnie.
- 4) Trasy autobusów wykorzystywanych przy realizacji kampanii muszą obejmować (łącznie) wszystkie powiaty ziemskie województwa pomorskiego tj.: gdański, nowodworski, malborski, sztumski, kwidzyński, tczewski, starogardzki, kościerski, bytowski, człuchowski, chojnicki, kartuski, wejherowski, pucki, lęborski, słupski.
- 5) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu listy autobusów, na których będzie przeprowadzona kampania, z terminem ekspozycji oraz informacją o przewoźnikach, w których dyspozycji są autobusy. Wykonawca przedstawi propozycję listy w terminie do 7 dni od podpisania umowy. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania listy może zgłosić do niej uwagi i zastrzeżenia lub ją zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i prześle kolejną wersję listy w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Ostateczna lista autobusów wykorzystywanych w ramach kampanii zostanie uzgodniona z Zamawiającym i przez niego zaakceptowana.
- 6) Wykonawca dokona demontażu reklam oraz poniesie wszystkie związane z tym koszty, w tym również koszty związane z powstaniem ubytków w powłoce lakierniczej, będących skutkiem wyklejenia i demontażu reklam. Zamawiający nie wymaga zdejmowania czy zaklejania reklam z nośników w terminie kończącym ich emisję, jednak ewentualna emisja dłuższa, niż określono, będzie realizowana na koszt Wykonawcy.

8. Media Społecznościowe

- 1) Wykonawca przeprowadzi kampanię w mediach społecznościowych tj. na portalach Facebook, Instagram i YouTube. Kampania będzie odbywała się z wykorzystaniem profili, stron i kanałów Zamawiającego na wskazanych portalach.
- 2) Kampania na portalu Facebook przeprowadzona zostanie w następujący sposób:
 - a) Wykonawca przeprowadzi kampanię na portalu Facebook na profilu/stronie wskazanej przez Zamawiającego,
 - b) Wykonawca przeprowadzi promocję 2 reklam w formie karuzeli [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.c)] minimalny zasięg płatny każdej

- z reklam osiągnie min. 100 tys. (capping 3), przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Minimalny czas promowania każdej z reklam: 7 dni,
- c) Wykonawca przeprowadzi promocję 30 postów. Wykonawca przygotowuje treść i elementy graficzne postów. Treść postów opracowana zostanie na podstawie materiałów źródłowych przekazanych przez Zamawiającego dotyczących projektów zrealizowanych przy wsparciu FE. Nie dopuszcza się wykorzystywanie zdjęć stockowych. Minimalny zasięg płatny każdego z postów osiągnie min. 50 tys. (capping 3), przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Dla co najmniej połowy postów zasięg organiczny wyniesie minimum 1.000. Minimalny czas promowania każdego z postów: 7 dni. W terminie do 7 dni przed publikacją każdego z postów Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt postu (treść i elementy graficzne). Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania projektu może zgłosić do nich uwagi i zastrzeżenia lub je zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i przekaże kolejne wersje projektów w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń.
 - d) Wykonawca przeprowadzi promocję na portalu Facebook spotu filmowego (o którym mowa w [ust.4](#)) w wersji 30 sekundowej. Zasięg płatny spotu filmowego wyniesie minimum 300 tys. przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Minimalny czas emisji spotu: 14 dni.
 - e) Wykonawca zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić Zamawiającego o wszelkich powodach opóźnienia rozpoczęcia realizacji promowania postów, o których mowa w lit.c) z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, w szczególności związanych z właściwościami postu oraz z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, w szczególności wynikających ze zmian wprowadzonych przez portal Facebook.
- 3) Kampania na portalu Instagram przeprowadzona zostanie w następujący sposób:
- a) Wykonawca przeprowadzi kampanię na portalu Instagram na profilu/stronie wskazanym przez Zamawiającego,
 - b) Wykonawca przeprowadzi promocję 2 reklam w formie karuzeli [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.c)] minimalny zasięg płatny każdej z reklam osiągnie min. 60 tys. (capping 3), przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Minimalny czas promowania każdej z reklam: 7 dni,
 - c) Wykonawca przeprowadzi promocję 2 reklam w formule Instastories [według projektu, o którym mowa w [ust.2 „Kreacja graficzna”](#) pkt 5) lit.d)] minimalny zasięg płatny każdej z reklam osiągnie min. 40 tys. (capping 3), przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Minimalny czas promowania każdej z reklam: 7 dni.
- 4) Kampania na portalu YouTube zostanie przeprowadzona w następujący sposób:
- a) Wykonawca przeprowadzi kampanię na portalu YouTube na kanale wskazanym przez Zamawiającego,
 - b) Wykonawca opublikuje i przeprowadzi promocję spotu filmowego (o którym mowa w [ust.4](#)) w wersji 15 sekund na portalu You Tube. Minimalny zasięg spotu osiągnie 100 tys. przy geotargetowaniu na województwo pomorskie. Spot filmowy będzie promowany wg formatu In-Stream bez możliwości pominięcia.
- 5) Zamawiający nada Wykonawcy niezbędne uprawnienia, które umożliwią mu prawidłowe prowadzenie promocji na portalach społecznościowych. Wykonawca zobowiązuje się, że będzie działał zgodnie z regulaminem ww. portali, uwzględniając również wszelkie zmiany w funkcjonowaniu serwisów, zgodnie z datą ich wprowadzenia, a reakcja i ewentualne

wprowadzanie poprawek będzie odbywało się w terminie maksimum dwóch dni roboczych od wprowadzenia zmian.

9. Harmonogram kampanii

- 1) Wykonawca opracuje i przedstawi Zamawiającemu do akceptacji harmonogram przeprowadzenia kampanii w ciągu 7 dni od podpisania umowy. Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania propozycji harmonogramu może zgłosić do niego uwagi i zastrzeżenia lub zatwierdzić. Wykonawca uwzględni uwagi i zastrzeżenia i przekaże kolejną wersję harmonogramu w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania uwag i zastrzeżeń. Ostateczny harmonogram zostanie uzgodniony z Zamawiającym i przez niego zaakceptowany.
- 2) Harmonogram będzie uwzględniał co najmniej terminy realizacji poszczególnych elementów kampanii, tj.:
 - a) termin ekspozycji citylightów,
 - b) termin ekspozycji plakatów na peronach,
 - c) termin ekspozycji reklam na autobusach,
 - d) terminy publikacji i czas promocji 2 reklam w formie karuzeli na portalu Facebook,
 - e) terminy publikacji 30 postów i czas promocji postów na portalu Facebook,
 - f) termin publikacji i czas promocji spotu filmowego na portalu Facebook
 - g) terminy publikacji i czas promocji 2 reklam w formie karuzeli na portalu Instagram,
 - h) terminy publikacji i czas promocji 2 reklam w formule Instastories na portalu Instagram,
 - i) termin publikacji i czas promocji spotu filmowego na portalu Youtube,
 - j) termin dostarczenia raportu z realizacji kampanii.
- 3) Wykonawca zobowiązuje się do realizacji kampanii zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający i Wykonawca mogą uzgodnić zmiany w harmonogramie w trakcie realizacji umowy.

10. Raport

Wykonawca przygotuje i dostarczy Zamawiającemu w terminie do 5 dni roboczych po zakończeniu kampanii raport z realizacji kampanii zawierający co najmniej:

- a) Wszystkie pliki graficzne związane z kreacją kampanii, w tym koncept przewodni, pliki graficzne przygotowanych projektów graficznych oraz pliki tekstowe i wideo, które powstały w trakcie realizacji kampanii; pliki powinny zostać dostarczone w wersji edytowalnej,
- b) listę gablot na peronach wraz z adresami, na których eksponowane były plakaty oraz zdjęcia minimum 6 przykładowych gablot z zamieszczonym plakatem,
- c) listę nośników typu citylight wraz z adresami, na których eksponowane były plakaty oraz zdjęcia minimum 6 przykładowych nośników typu citylight z zamieszczonym plakatem,
- d) listę autobusów, na których eksponowane były reklamy oraz zdjęcia minimum 6 przykładowych autobusów z zamieszczoną reklamą,
- e) raport Facebooka zawierający statystyki dot. kampanii przeprowadzonej na Facebooku,
- f) raport Instagram zawierający statystyki dot. kampanii na Instagram,
- g) raport YouTube zawierający statystyki dot. kampanii przeprowadzonej na YouTube.

Załącznik nr 2 do SWZ – Wzór umowy

UMOWA nr
na przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej
Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku

zawarta w dniu (dd/mm) 2021 roku w Gdańsku pomiędzy:

Województwem Pomorskim

w dalszej części Umowy zwanym „**ZAMAWIAJĄCYM**”

z siedzibą w Gdańsku, 80-810 Gdańsk,

ul. Okopowa 21/27, NIP 583-31-63-786, Regon 191674836,

w którego imieniu działają:

1. [imię i nazwisko]

2. [imię i nazwisko]

a

[firma Wykonawcy]

w dalszej części Umowy zwanym „**WYKONAWCĄ**”

z siedzibą [dane Wykonawcy]

reprezentowaną przez: [imię i nazwisko]

Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020.

W wyniku przeprowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie podstawowym bez negocjacji, o którym mowa w art. 275 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz.U. 2019 poz. 2019 z późn. zm.), znak DAZ-Z.272.19.2021, którego wynik zatwierdził Zarząd Województwa Pomorskiego na posiedzeniu z dnia [dd/mm] 2021 r. strony zawierają niniejszą umowę, zwaną dalej „Umową”, o następującej treści.

§1

1. Zamawiający zleca, a Wykonawca zobowiązuje się do realizacji usługi polegającej na przygotowaniu i przeprowadzeniu kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku zgodnie z ofertą Wykonawcy, stanowiącą załącznik nr 1 do umowy oraz Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 2 do umowy. Kampania przeprowadzona zostanie z wykorzystaniem materiałów stworzonych przez Wykonawcę i realizowana będzie na nośnikach typu citylight, na peronach kolejowych, na autobusach oraz w mediach społecznościowych.
2. Usługa zostanie wykonana w okresie od dnia zawarcia Umowy do 7 grudnia 2021 r., przy czym kampania informacyjno- promocyjna zakończy się najpóźniej do 30 listopada 2021 r.

§2

1. Wykonawca oświadcza, że posiada wiedzę, doświadczenie oraz potencjał niezbędny do należytego wykonania umowy.
2. Wykonawca zobowiązuje się wykonać przedmiot umowy w sposób uzgodniony z Zamawiającym, rzetelnie i z należytą starannością oraz zgodnie z zasadami sztuki, wiedzy, powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, oraz postanowieniami niniejszej umowy.



3. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za jakość świadczonych usług.
4. Wykonawca może zrealizować przedmiot umowy z udziałem podwykonawcy. Za działania lub zaniechania podwykonawcy Wykonawca odpowiada jak za własne działanie lub zaniechanie.
5. Wykonawca zobowiązuje się do współpracy z Zamawiającym w czasie trwania Umowy.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo nadzoru nad realizacją przedmiotu umowy oraz prowadzenia kontroli w trakcie jego wykonywania, zaś Wykonawca zobowiązuje się udzielać wszelkich informacji z zakresu wykonywania przedmiotu umowy. Upoważnionym do wykonywania prawa nadzoru i kontroli ze strony Zamawiającego są pracownicy [imię i nazwisko] lub inny pracownik Departamentu Programów Regionalnych lub Departamentu Europejskiego Funduszu Społecznego w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego.
7. Wykonawca będzie zobowiązany do informowania Zamawiającego o pojawiających się problemach i innych zagadnieniach istotnych dla realizacji przedmiotu umowy.

§3

Wykonawca zobowiązuje się zapewnić dostępność materiałów wytworzonych w ramach realizacji umowy zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. z 2019 r., poz. 848).

§4

1. Do współpracy w sprawach związanych z realizacją Umowy upoważnieni są:
 - 1) ze strony Zamawiającego: [imię i nazwisko, email i numer telefonu] lub inna wskazana przez Zamawiającego osoba,
 - 2) ze strony Wykonawcy: [imię i nazwisko, email i numer telefonu].
2. Przekazanie informacji o ewentualnej zmianie osoby upoważnionej nastąpi drogą emailową. Zmiana osoby upoważnionej nie wymaga aneksu do umowy.

§5

1. Przez wykonanie usługi w terminie strony rozumieją zrealizowanie wszystkich czynności opisanych w umowie, które zostaną potwierdzone protokołem zdawczo-odbiorczym, podpisanym przez obie strony bez uwag i zastrzeżeń. Wzór protokołu zdawczo-odbiorczego stanowi Załącznik nr 3 do umowy.
2. Upoważnionymi do podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego oraz zgłaszania zastrzeżeń, żądania poprawek i usunięcia wad – po stronie Zamawiającego będą [imię i nazwisko] - Dyrektor Departamentu Europejskiego Funduszu Społecznego, lub w jego zastępstwie [imię i nazwisko] – Dyrektor Departamentu Programów Regionalnych, lub zastępca Departamentu Europejskiego Funduszu Społecznego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, lub zastępca Dyrektora Departamentu Programów Regionalnych w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego. Upoważnionym do podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego po stronie Wykonawcy będzie [imię i nazwisko].

§6

1. Na mocy niniejszej umowy w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w §9, Wykonawca przenosi na Zamawiającego bezwarunkowo na własność całość majątkowych praw autorskich do wyników prac, o których mowa w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 2 do umowy oraz udziela Zamawiającemu zgody na wykonywanie względem nich praw zależnych, z zastrzeżeniem ust. 5. Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszystkie materiały w formie plików otwartych.



2. Przeniesienie majątkowych praw autorskich, o których mowa w ust.1, następuje:
 - 1) po przekazaniu przez Wykonawcę dzieł opisanych w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącymi załącznik nr 2 do umowy, w dziale II „Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii” w ustępach: 1 „Koncepcja kreatywna”, 2 „Projekty graficzne”, 3 „Spot radiowy” i 4 „Spot filmowy” z chwilą podpisania cząstkowych protokołów zdawczo-odbiorczego w zakresie każdego z tych dzieł. Upoważnionymi do podpisania cząstkowych protokołów zdawczo-odbiorczych oraz zgłaszania zastrzeżeń, żądania poprawek i usunięcia wad są osoby wskazane w §5 ust.2.
 - 2) do pozostałych wyników prac- po podpisaniu protokołu zdawczo-odbiorczego po zrealizowaniu całości przedmiotu umowy.
3. Przeniesienie majątkowych praw autorskich, o których mowa w ust.1, następuje, z zastrzeżeniem ust.5, bez ograniczeń co do terytorium oraz bez ograniczeń co do czasu w zakresie wszelkich znanych obecnie pól eksploatacji, w szczególności takich jak:
 - 1) rozpowszechnianie,
 - 2) kopiowanie,
 - 3) wykorzystanie w całości lub części do opracowywania innych materiałów o charakterze promocyjno-reklamowym,
 - 4) przetwarzanie,
 - 5) utrwalenie,
 - 6) zwielokrotnienie wszelkimi technikami,
 - 7) wprowadzenie do pamięci komputera,
 - 8) publiczne prezentowanie,
 - 9) publiczne udostępnianie,
 - 10) nadawanie za pomocą wizji lub fonii bezprzewodowej przez stację naziemną,
 - 11) nadawanie za pośrednictwem satelity,
 - 12) równoczesne i integralne nadanie przez inną organizację radiową lub telewizyjną,
 - 13) rozpowszechnienie w całości lub części w celach reklamowych lub promocyjnych,
 - 14) rozpowszechnienie w Internecie.
4. W przypadku wynalezienia nowego, nieznanego lub niestosowanego w momencie zawarcia niniejszej umowy pola eksploatacji związanego z korzystaniem z przedmiotu umowy, Wykonawca zobowiązany będzie w ciągu 30 dni od daty złożenia przez Zamawiającego pisemnego oświadczenia przenieść na niego prawa na wskazanym polu eksploatacji bez wynagrodzenia.
5. Prawa do emisji spotu radiowego, o którym mowa w dz.II ust.3 Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia, stanowiącego załącznik nr 2 do umowy, udzielone zostaną w zakresie emisji w lokalnych i regionalnych stacjach radiowych na terenie województwa pomorskiego oraz do zamieszczania spotów w Internecie przez okres minimum 1 roku.
6. Z uwzględnieniem postanowień ust.2 powyżej, w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 9, Wykonawca przenosi na Zamawiającego prawo do wyrażenia zgody na wykonywanie zależnych autorskich praw majątkowych do przedmiotu umowy.
7. Wykonawca oświadcza, że realizując umowę nie naruszył praw majątkowych osób trzecich i przekaze Zamawiającemu wyniki prac określonych w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącymi załącznik nr 2 do umowy, w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich.
8. W przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie roszczeń opartych na zarzucie, że korzystanie z utworów/dzieła uzyskanych przez Zamawiającego na podstawie niniejszej umowy narusza prawa



własności intelektualnej przysługujące tym osobom, Zamawiający poinformuje Wykonawcę o takich roszczeniach, a Wykonawca podejmie niezbędne działania mające na celu zażegnanie sporu i poniesie w związku z tym wszelkie koszty.

9. Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne wyników prac, o których mowa w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 2 do umowy, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231 z późn. zm.) w związku z wykonywaniem przedmiotu umowy.

§7

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 oraz art.14 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, zwanego dalej „RODO”, Zamawiający informuje, a Strony przyjmują do wiadomości, iż:

- 1) Administratorem danych osobowych Wykonawcy jest Zarząd Województwa Pomorskiego, ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk; pozostałe dane kontaktowe to: ul. Okopowa 21/27, 80-810 Gdańsk, e-mail: defs@pomorskie.eu, tel. 58 32 68 190.
- 2) Dane kontaktowe inspektora ochrony danych to e-mail: iod@pomorskie.eu lub nr tel.: 58 32 62 518.
- 3) Dane osobowe osób reprezentujących Strony przetwarzane będą w celu realizacji Umowy, na podstawie art. 6 ust.1 lit. b RODO .Dane osobowe osób wskazanych przez Wykonawcę w umowie będą przetwarzane w celu nawiązania współpracy w sprawach związanych z realizacją umowy, na podstawie art. 6 ust. 1 lit. e) RODO (tj. w interesie publicznym, w związku z ustawą z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 Dz.U. z 2017 r., poz. 1460 ze zm.). Dane ww. osób będą również przetwarzane w celu dokonania rozliczeń finansowo – księgowych i w celach archiwizacyjnych, na podstawie art. 6 ust.1 lit c) RODO (tj. obowiązek prawny).
- 4) Dane będą przekazywane innym podmiotom, którym zlecane są usługi związane z przetwarzaniem danych osobowych, w szczególności podmiotom wspierającym systemy informatyczne, realizującym obsługę prawną. Takie podmioty będą przetwarzać dane na podstawie umowy z Zamawiającym i tylko zgodnie z poleceniami Zamawiającego. Ponadto w zakresie stanowiącym informację publiczną dane będą ujawniane każdemu zainteresowanemu taką informacją lub publikowane w BIP.
- 5) Dane osobowe będą przechowywane do czasu zakończenia obowiązującego okresu archiwizacji (kategoria BE10) – tj. 10 lat.
- 6) Osoba, której dane dotyczą posiada prawo do żądania od administratora dostępu do danych osobowych oraz ich sprostowania, usunięcia, wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania lub ograniczenia przetwarzania.
- 7) Osoba której dane są przetwarzane posiada prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
- 8) Podanie danych osobowych jest warunkiem zawarcia Umowy. Strony są zobowiązane do ich podania a konsekwencją niepodania danych osobowych będzie brak możliwości zawarcia i realizacji Umowy.



- 9) Każda ze Stron zobowiązuje się zapoznać osoby, których dane osobowe udostępniła, z przekazanymi przez drugą Stronę informacjami, o których mowa w art. 14 RODO. Strony zobowiązane są do informowania się wzajemnie o wszelkich zmianach w zakresie tych informacji i przekazywania ich aktualnej treści, która ma być podawana osobom, których dane dotyczą.

§8

1. W związku z realizacją niniejszej umowy, Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia bezpieczeństwa informacji przetwarzanych w związku jej realizacją, ochrony pozostałych udostępnionych mu aktywów Zamawiającego, wspierających przetwarzanie tych informacji, w szczególności do zapewnienia ich poufności, integralności i dostępności oraz ciągłości realizacji usług świadczonych na rzecz Zamawiającego.
2. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu umowy zgodnie z przepisami prawa powszechnie obowiązującego oraz do zapoznania się przed jej podpisaniem i przestrzegania wymogów w zakresie bezpieczeństwa informacji i utrzymania ciągłości działania, określonych w Polityce Bezpieczeństwa Informacji i Ciągłości Działania Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego – dokument główny oraz dedykowanej Polityce Bezpieczeństwa w relacjach z podmiotami zewnętrznymi, dostępnych w Biuletynie Informacji Publicznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego (bip.pomorskie.eu), w zakładce Bezpieczeństwo Informacji.
3. Wykonawca w ramach niniejszej Umowy zobowiązuje się w szczególności:
 - 1) stale troszczyć się o powierzone mu informacje i aktywa wspierające ich przetwarzanie oraz zachować szczególną ostrożność przy bieżącym korzystaniu z tych aktywów, w tym zadbać o zabezpieczenie ich przed utratą, kradzieżą, nieuprawnionym udostępnieniem, nieuprawnioną modyfikacją, uszkodzeniami mechanicznymi,
 - 2) korzystać z powierzonych mu informacji i aktywów wspierających ich przetwarzanie, zgodnie z oraz wyłącznie do celów wynikających z zapisów zawartej Umowy,
 - 3) przysyłać informacje chronione z wykorzystaniem sieci Internet w formie zaszyfrowanej,
 - 4) nie powielać, w tym nie kopiować informacji chronionych, udostępnionych i opracowanych w trakcie Umowy w zakresie szerszym, niż jest to potrzebne do jej realizacji,
 - 5) informować Zamawiającego o każdym podejrzeniu naruszeniu bezpieczeństwa informacji i/lub utraty ciągłości realizacji usług świadczonych na rzecz Zamawiającego,
 - 6) niezwłocznie po zakończeniu niniejszej Umowy, trwale usunąć i/lub zniszczyć informacje chronione przetwarzane w ramach jej realizacji, chyba że obowiązek ich dalszego przetwarzania wynika wprost z przepisów prawa powszechnie obowiązującego.
4. Jednocześnie Wykonawca potwierdza, że pracownicy bezpośrednio realizujący przedmiot niniejszej Umowy zostali zapoznani i zobowiązani do przestrzegania przedmiotowych wymogów w zakresie bezpieczeństwa informacji i ciągłości działania.

§9

1. Z tytułu wykonania umowy Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w wysokości [kwota] złotych (słownie: złotych) brutto w tym należny podatek VAT.
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1, wyczerpuje wszystkie roszczenia Wykonawcy wynikające z Umowy, w tym roszczenia z tytułu przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych i praw zależnych do wszystkich utworów powstałych w związku z wykonywaniem Zadania oraz z tytułu udzielenia licencji na emisję, o której mowa w § 6 ust. 5
3. Zapłata wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1, nastąpi:



- 1) po zrealizowaniu przedmiotu Umowy,
 - 2) na podstawie protokołu zdawczo-odbiorczego podpisanego bez zastrzeżeń przez Strony po zrealizowaniu całości przedmiotu umowy,
 - 3) po dostarczeniu prawidłowo wystawionej przez Wykonawcę pod względem formalno-rachunkowym faktury na adres Zamawiającego.
4. Wykonawca oświadcza, że jest zarejestrowanym czynnym podatnikiem VAT. Płatność przekazana zostanie na rachunek bankowy Wykonawcy, który zgłoszony jest do elektronicznego wykazu podmiotów VAT (białej listy).
5. Wynagrodzenie zostanie zapłacone Wykonawcy na rachunek bankowy w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia doręczenia Zamawiającemu prawidłowo wystawionej pod względem formalno-rachunkowym faktury, przy czym dniem zapłaty wynagrodzenia będzie dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego. Podstawą wystawienia faktury jest podpisany bez zastrzeżeń przez Zamawiającego protokół zdawczo-odbiorczy, o którym mowa w ust. 3 pkt 2).

§10

1. Na podstawie art. 95 ust. 1 ustawy Pzp, Zamawiający wymaga zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę na podstawie stosunku pracy w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy (t.j. Dz.U. z 2020r. poz. 1320) osób wykonujących czynności związane m.in. z koordynacją realizacji przedmiotu umowy: kontaktami roboczymi ze strony Wykonawcy w zakresie uzgodnień związanych z realizacją przedmiotu umowy, bieżącym monitorowaniem przebiegu realizacji usługi, nadzorowaniem terminów, procesu akceptacji prac.
2. Jeżeli czynności wskazane w ust. 1, spełniające przesłanki art. 22 § 1 Kodeksu Pracy, Wykonawca będzie wykonywał samodzielnie (jako właściciel/współwłaściciel) Zamawiający uzna to za spełnienie warunku zatrudnienia na podstawie stosunku pracy osób wykonujących czynności związanych z realizacją zamówienia.
3. Wykonawca oświadcza, iż osoba lub osoby, wykonujące ww. czynności w zakresie realizacji niniejszego zamówienia są lub będą zatrudnione na podstawie stosunku pracy w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy.
4. Zamawiający będzie uprawniony do kontroli spełniania przez Wykonawcę wymagań związanych z zatrudnieniem osoby/osób, którym zostanie powierzona realizacja wskazanych czynności.
5. W razie jakichkolwiek wątpliwości odnośnie zatrudnienia przez Wykonawcę lub podwykonawcę osób wykonujących czynności na podstawie stosunku pracy, Zamawiający uprawniony jest do powiadomienia właściwego inspektoratu pracy i zwrócenia się o przeprowadzenie przez niego kontroli w tym zakresie.
6. Zatrudnienie osób, o których mowa w ust. 1 powinno trwać nieprzerwanie przez cały okres wykonywania tych czynności na rzecz Wykonawcy (będącego pracodawcą), świadczonych w wyznaczonym przez niego miejscu i czasie oraz pod jego kierownictwem.
7. Uprawnienia Zamawiającego w zakresie sankcji z tytułu niespełnienia wymagań określonych w ust.1 zostały uregulowane w §11 ust. 3 Umowy.

§11

1. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przez Wykonawcę którejkolwiek części umowy, Zamawiający ma prawo obciążyć Wykonawcę karą umowną w wysokości:
- 5% kwoty wynagrodzenia brutto wskazanego w §9 ust.1 niniejszej umowy w przypadku niewykonania którejkolwiek części przedmiotu umowy,



- 3 % kwoty wynagrodzenia brutto wskazanego w §9 ust.1 niniejszej umowy w przypadku nienależytego wykonania którejkolwiek części przedmiotu umowy.
- rozwiązać niniejszą umowę w całości lub części w trybie natychmiastowym i obciążyć Wykonawcę karą umowną w wysokości 30% kwoty wynagrodzenia brutto wskazanego w §9 ust.1 niniejszej umowy.
- 2. W przypadku zwłoki w realizacji Zadania w stosunku do terminów określonych w umowie Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 0,1% łącznego wynagrodzenia brutto wskazanego §9 ust. 1 za każdy dzień zwłoki. Łączna wysokość naliczanych kar umownych z wszystkich tytułów określonych w Umowie nie przekroczy 30% wysokości wynagrodzenia brutto wskazanego §9 ust. 1.
- 3. Każdorazowo, w przypadku ustalenia, iż Wykonawca lub podwykonawca naruszyli obowiązek, o którym mowa w §10 ust. 1, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę w wysokości 500 zł (słownie: pięćset złotych) za każdy miesiąc, w którym obowiązek nie został dochowany.
- 4. Jeżeli wysokość szkody poniesionej przez Zamawiającego w następstwie niewykonania albo nienależytego wykonania Umowy przez Wykonawcę byłaby wyższa, aniżeli suma przysługujących mu z tego tytułu kar umownych, Zamawiający może na zasadach ogólnych dochodzić odszkodowania uzupełniającego do wysokości rzeczywiście poniesionej szkody.
- 5. Strony ustalają, że Wykonawca upoważnia Zamawiającego do potrącenia wierzytelności Zamawiającego z tytułu zapłaty kar umownych z wierzytelnością Wykonawcy z tytułu zapłaty wynagrodzenia określonego na fakturze wystawionej przez Wykonawcę.
- 6. W przypadku braku możliwości dokonania potrącenia, o którym mowa w ust. 5, Wykonawca zobowiązuje się zapłacić karę umowną Zamawiającemu w terminie do 14 dni od dnia doręczenia pisemnego wezwania do zapłaty na wskazany w komparycji Umowy adres Wykonawcy.

§12

Prawa i obowiązki Stron wynikające z Umowy nie mogą być przenoszone na osoby trzecie.

§13

1. Zmiana Umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Wykonawca wnioskujący o zmianę Umowy przedkłada Zamawiającemu pisemne uzasadnienie konieczności wprowadzenia zmian do Umowy.
3. Istotne zmiany postanowień zawartej Umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy, mogą dotyczyć:
 - 1) któregośkolwiek z terminów, o których mowa w Umowie lub
 - 2) warunków płatności wynagrodzenia przysługującego Wykonawcy.
4. Zmiany, o których mowa w ust. 3, mogą nastąpić w następujących przypadkach:
 - 1) W zakresie, o którym mowa w ust. 3 pkt 1) – w przypadku przedłużenia lub przedłużania się terminu zakończenia postępowania o udzielenie niniejszego zamówienia lub wystąpienia niezależnych od Wykonawcy okoliczności, które wystąpiły w trakcie realizacji Umowy,
 - 2) W zakresie, o którym mowa w ust. 3 pkt 2) – w przypadku zmian w trakcie wykonywania Umowy powszechnie obowiązujących przepisów prawa – z zastrzeżeniem, że cena oferty brutto ustalona jest na cały okres obowiązywania Umowy i nie podlega podwyższeniu nawet w sytuacji zmiany przepisów dotyczących zmiany stawki podatku VAT,
 - 3) W zakresie, o którym mowa w ust. 3 – w przypadku występowania siły wyższej, przez którą rozumie się zdarzenia, które łącznie spełniają trzy przesłanki: mają charakter zewnętrzny, są niemożliwe do przewidzenia i są niemożliwe do zapobieżenia.



5. W sprawach nieuregulowanych Umową znajdują zastosowanie między innymi przepisy Kodeksu Cywilnego.
6. Wszelkie spory wynikłe na tle realizacji Umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
7. Umowa wraz z załącznikami została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym egzemplarzu dla każdej ze Stron.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załączniki:

załącznik nr 1: Formularz ofertowy Wykonawcy

załącznik nr 2: Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

załącznik nr 3: Wzór Protokołu zdawczo-odbiorczego



Załącznik nr 3 do Umowy
Wzór Protokołu zdawczo-odbiorczego

CZĄSTKOWY PROTOKÓŁ ZDAWCZO-ODBIORCZY/ PROTOKÓŁ ZDAWCZO-ODBIORCZY³

W dniu [dd/mm/rrrr] w Gdańsku

strona przekazująca (Wykonawca):
(dane Wykonawcy)
przekazała,

a strona odbierająca (Zamawiający):
Województwo Pomorskie – Gdańsk 80-810, ul. Okopowa 21/27 reprezentowane przez:
(imię i nazwisko)
odebrał pracę będącą przedmiotem umowy nr [numer umowy z dnia [dd/mm] 2021 roku.

Zakres odebranego niniejszym protokołem zamówienia obejmował:
[zakres zrealizowanej usługi]

Przekazania dokonał:
[imię i nazwisko]

Odbioru dokonał:
[imię i nazwisko]

Strona odbierająca stwierdza, że pracę przyjmuje bez zastrzeżeń/z zastrzeżeniami

Protokół został sporządzony w 2 egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Strona przekazująca: [podpis]

Strona odbierająca: [podpis]

³ Niepotrzebne skreślić

Załącznik nr 3 do SWZ – Formularz Ofertowy

DAZ-Z.272.19.2021

FORMULARZ OFERTOWY

ZAMAWIAJĄCY

Województwo Pomorskie
80-810 Gdańsk, ul. Okopowa 21/27

Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym bez negocjacji zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych na „Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku”.

Część A. DANE WYKONAWCY

MAŁY / ŚREDNI PRZEDSIĘBIORCA⁴

Wykonawca/Wykonawcy: ...

Adres: ...

Osoba odpowiedzialna za kontakty z Zamawiającym: ...

Dane teleadresowe, na które należy przekazywać korespondencję związaną z niniejszym postępowaniem:

- e-mail ...
- adres do korespondencji (jeżeli inny niż adres siedziby): ...

Część B. ŁĄCZNA CENA OFERTOWA

Niniejszym oferuję/oferujemy realizację przedmiotu zamówienia za **łącną cenę ofertową**⁵

- **kwota brutto:**

B.1 Oświadczenie dot. podkryterium „Dotarcie do grupy docelowej”:

Oświadczam/-y, że w podkryterium cząstkowym „Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku” oferuję/-emy:		
Lp.	Opis podkryterium	Zaznaczyć właściwe
1.	Minimalny średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku 50.000	

⁴ Niepotrzebne skreślić.

⁵ **Łączna cena ofertowa** stanowi całkowite wynagrodzenie Wykonawcy, uwzględniające wszystkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z niniejszą SWZ



2.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 50.001 a 60.000	
3.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 60.001 a 70.000	
4.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 70.001 a 80.000	
5.	Średni płatny zasięg każdego posta promowanego na Facebooku osiągnię poziom 80.001 i więcej	
Oświadczam/-y, że w podkryterium cząstkowym „Liczba autobusów z reklamą na całych tyłach” oferuję/-emy:		
Lp.	Opis podkryterium	Zaznaczyć właściwe
1.	Minimalna liczba reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą: 40	
2.	41-45 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	
3.	46-50 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	
4.	51-55 reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	
5.	56 i więcej reklam na całych tyłach autobusów wraz z tylną szybą	
Oświadczam/-y, że w podkryterium cząstkowym „Średni płatny zasięg spotu filmowego promowanego na Facebooku” oferuję/-emy:		
Lp.	Opis podkryterium	Zaznaczyć właściwe
1.	Minimalny średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku 300.000	
2.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 300.001 a 350.000	
3.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 350.001 a 400.000	
4.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnię poziom między 400.001 a 450.000	
5.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na Facebooku osiągnię poziom 450.001 i więcej	
Oświadczam/-y, że w podkryterium cząstkowym „Średni płatny zasięg spotu filmowego promowanego na YouTube” oferuję/-emy:		
Lp.	Opis podkryterium	Zaznaczyć właściwe
1.	Minimalny średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube 100.000	
2.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube osiągnię poziom między 100.001 a 150.000	
3.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube osiągnię poziom między 150.001 a 200.000	
4.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube osiągnię poziom między 200.001 a 250.000	
5.	Średni płatny zasięg spotu promowanego na YouTube osiągnię poziom 250.001 i więcej	

Jeżeli Wykonawca w Formularzu Ofertowym nie zaznaczy/nie wskaże żadnej z ww. pozycji lub zaznaczy więcej niż jedną pozycję w danym podkryterium cząstkowym, Zamawiający przyjmuje, że Wykonawca



oferuje dotarcie do grupy docelowej na minimalnym, wymaganym w SWZ poziomie – oferta otrzyma 0 punktów w zakresie podkryterium cząstkowego, którego dotyczy oświadczenie.

Część C. OŚWIADCZENIA

Oświadczam/oświadczamy, że:

1. wskazana cena w Formularzu Ofertowym obejmuje cały zakres przedmiotu zamówienia wskazanego przez Zamawiającego w SWZ, uwzględnia wszystkie wymagane opłaty i koszty niezbędne do zrealizowania całości przedmiotu zamówienia, bez względu na okoliczności i źródła ich powstania.
2. Zgodnie z treścią art. 225 Pzp, oświadczamy, że wybór przedmiotowej oferty będzie prowadzić do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego w zakresie i wartości⁶

.....
(należy wskazać: nazwę (rodzaj) towaru/usługi, których dostawa/świadczenie będzie prowadzić do jego powstania oraz ich wartość bez kwoty podatku od towarów i usług)

Uwaga: Uzupelnic jezeli dotyczy. Brak uzupelnienia oznacza, iz wybor przedmiotowej oferty nie bedzie prowadzic do powstania u Zamawiajacego obowiazku podatkowego

3. akceptuję/akceptujemy warunki wskazane w SWZ wraz ze wzorem umowy.
4. zapoznałem/zapoznaliśmy* się ze SWZ i nie wnosimy do niej zastrzeżeń oraz zdobyliśmy konieczne informacje do przygotowania oferty.
5. jestem/jesteśmy związani złożoną ofertą przez okres 30 dni – bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
6. akceptuję/akceptujemy przedstawione w SWZ postanowienia umowy i we wskazanym przez Zamawiającego terminie zobowiązuję/zobowiązujemy* się do podpisania umowy, na określonych w SWZ warunkach, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
7. zapoznałem/zapoznaliśmy się ze wszystkimi warunkami zamówienia oraz dokumentami dotyczącymi przedmiotu zamówienia i akceptujemy je bez zastrzeżeń.
8. w cenie oferty zostały uwzględnione wszystkie koszty wykonania zamówienia i realizacji przyszłego świadczenia umownego. Ponadto w ofercie nie została zastosowana cena dumpingowa

⁶ Uzupelnic jezeli dotyczy - Jezeli zachodzi przypadek, o którym mowa w ust. 2 należy wskazać: nazwę (rodzaj) i wartość towaru/usług, których dostawa/świadczenie będzie prowadzić do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego w zakresie VAT, tj. zgodnie z obowiązującymi przepisami to Zamawiający będzie płatnikiem podatku od towarów i usług (VAT) oraz będzie zobowiązany do przekazania go na rachunek właściwego urzędu skarbowego, a nie Wykonawca. Jeżeli wybór takiej oferty, będzie prowadził do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego, Zamawiający doliczy do przedstawionej ceny oferty podatek od towarów i usług, który będzie miał obowiązek rozliczyć zgodnie z obowiązującymi przepisami.



i oferta nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji, zgodnie z art. 5-17 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

9. zostałem/zostaliśmy poinformowani, że możemy wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jednocześnie wykazując, iż zastrzeżone informację stanowią tajemnice przedsiębiorstwa oraz zastrzec w odniesieniu do tych informacji, aby nie były one udostępnione innym uczestnikom postępowania.
10. Oświadczam, że wypełniłem obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO[1] wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.⁷

Część D. **PODWYKONAWCY**^{8,9}

Części zamówienia	Nazwa firmy podwykonawcy
1.	
2.	

Część E. **SPIS DOKUMENTÓW**

Integralną część oferty stanowią następujące dokumenty:

- 1) ...
- 2) ...
- 3) ...

Oferta została złożona na ... kolejno ponumerowanych stronach.

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy

⁷ W przypadku, gdy wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawcy nie składa. Wówczas należy usunąć treść powyższego oświadczenia poprzez jego przekreślenie.

⁸ Wypełnić, jeśli dotyczy.

⁹ W przypadku powierzenia części zamówienia podwykonawcom, należy podać nazwy firm podwykonawców (o ile są znane)

DAZ-Z.272.19.2021

OŚWIADCZENIE

składane na podstawie art. 125 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r.
Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 2019 ze zm.) – zwane dalej: ustawą Pzp,

Wykonawca / Podmiot udostępniający zasoby¹⁰:

.....
(pełna nazwa/imię i nazwisko/ adres/ w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG)

reprezentowany przez:

.....
(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)

DOTYCZĄCE NIEPODLEGANIA WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. **Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku** prowadzonego przez Województwo Pomorskie oświadczam, co następuje:

1. Oświadczam, że **podlegam/ nie podlegam**¹¹ wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 108 ustawy Pzp;
2. Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. ustawy Pzp (podać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 108 ust. 1 pkt. 1, 2 i 5). Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 110 ust. 2 ustawy Pzp podjąłem następujące środki naprawcze:
.....
.....
3. Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu w zakresie zdolności technicznej lub zawodowej, określone przez Zamawiającego w rozdziale VIII ust. 2 SWZ.

¹⁰ Niepotrzebne skreślić.

¹¹ Niepotrzebne skreślić.



DANE UMOŻLIWIĄCE DOSTĘP DO PODMIOTOWYCH ŚRODKÓW DOWODOWYCH

Informuję, że następujące środki dowodowe:

1.

Można uzyskać odpowiednio z następujących rejestrów publicznych:

1.

*Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby upoważnionej do reprezentowania
Wykonawcy/Podmiotu udostępniającego zasoby*



DAZ-Z.272.19.2021

Załącznik nr 5 do SWZ

Wykonawca:

.....
(pełna nazwa/imię i nazwisko/ adres/ w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG)

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. **Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku** prowadzonego przez Województwo Pomorskie

Wykaz usług

wykonanych w okresie ostatnich trzech lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie

Lp.	Przedmiot i krótki opis usługi. Na potwierdzenie warunku określonego w rozdziale VIII ust. 2 SWZ)	Czy usługa wskazana w kol. 1 dotyczyła przeprowadzenia kampanii promocyjnej dot. produktu lub/i usługi lub/i instytucji? Wpisać TAK lub NIE	Czy usługa wskazana w kol. 1 polegała na prowadzeniu działań promocyjno-informacyjnych? Wpisać TAK lub NIE	Czy prowadzone działania promocyjno-informacyjne, o których mowa w kolumnie 3 obejmowały:		Czy elementem usługi wskazanej w kol. 1 było stworzenie spotu filmowego? Wpisać TAK lub NIE	Czy elementem usługi wskazanej w kol. 1 było stworzenie kreacji graficznej? Wpisać TAK lub NIE	Data wykonania usługi (Data rozpoczęcia dd/mm/rrrr Data zakończenia dd/mm/rrrr)	Wartość brutto wykonanej usługi (wartość usługi w zakresie określonym w rozdziale VIII ust. 2 SWZ)	Nazwa, adres podmiotu, na rzecz którego została zrealizowana usługa
				działania z wykorzystaniem co najmniej dwóch mediów? Wpisać TAK lub NIE	działania z wykorzystaniem co najmniej jednego medium społecznościowego? Wpisać TAK lub NIE					
	1	2	3	4	5	6		7	8	9
1.										



2.										
3.										

UWAGA!!

Do wykazu należy **załączyć dowody** dotyczące usług określające, czy usługi te zostały wykonane należycie.

Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy/Podmiotu udostępniającego zasoby

Załącznik nr 6 do SWZ

DAZ-Z.272.19.2021

Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia:

- 1)
- 2)
- 3)

(pełna nazwa, adres ,w zależności od podmiotu: NIP/PESEL,KRS/CEiDG)

Oświadczenie Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

**Składane na podstawie art. 117 ust. 4 ustawy z dnia 11 września 2019 r.
Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2019 r. poz. 2019 ze zm.)**

dotyczące usług, które wykonają poszczególni Wykonawcy.

na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego przez Województwo Pomorskie o numerze **DAZ-Z.272.19.2021**, pn. „**Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich w województwie pomorskim w 2021 roku**” oświadczam, że:

- Wykonawca zrealizuje następujące usługi:
.....
.....
- Wykonawca zrealizuje następujące usługi:
.....
.....
- Wykonawca zrealizuje następujące usługi:
.....
.....

.....
*Kwalifikowany podpis elektroniczny/podpis zaufany/podpis osobisty osoby
upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy*