

Nr sprawy.....

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia

ZAMAWIAJĄCY:

**Gmina Miasto Szczecin – Biuro Promocji i Informacji
Pl. Armii Krajowej 1
70-456 Szczecin
(pok. nr 155)**

**ZAPRASZA DO ZŁOŻENIA OFERTY W POSTĘPOWANIU PROWADZONYM W
TRYBIE**

PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO NA USŁUGI

**O WARTOŚCI ZAMÓWIENIA MNIEJSZEJ OD KWOT OKREŚLONYCH W
PRZEPISACH WYDANYCH NA PODSTAWIE ART. 11 UST. 8 NA:**

**„PRZEPROWADZENIE OGÓLNOPOLSKIEJ KAMPANII OUTDOOROWEJ ORAZ
USŁUGI REKLAMOWE”**

SPIS TREŚCI:

Rozdział I	Forma oferty;
Rozdział II	Zmiana, wycofanie i zwrot oferty;
Rozdział III	Oferty wspólne;
Rozdział IV	Jawność postępowania;
Rozdział V	Wymagane dokumenty potwierdzające spełnianie warunków udziału w postępowaniu, opis warunków oraz sposób oceny ich spełniania. Inne dokumenty wymagane w ofercie;
Rozdział VI	Wykonawcy zagraniczni;
Rozdział VII	Termin wykonania zamówienia;
Rozdział VIII	Wyjaśnienia treści siwz i jej modyfikacja oraz sposób porozumiewania się wykonawców z zamawiającym;
Rozdział IX	Sposób obliczenia ceny oferty;
Rozdział X	Składanie i otwarcie ofert;
Rozdział XI	Wybór oferty najkorzystniejszej;
Rozdział XII	Zawarcie umowy;
Rozdział XIII	Pouczenie o środkach ochrony prawnej;
Rozdział XIV	Opis przedmiotu zamówienia.

Załączniki:

- Załącznik nr 1** – oferta cenowa;
- Załącznik nr 2** – oświadczenie;
- Załącznik nr 3** – wykaz prac podobnych;
- Załącznik nr 4** – wzór umowy do części 1;
- Załącznik nr 5** – wzór umowy do części 2;

Nr sprawy.....

- Załącznik nr 6** – wzór umowy do części 3;
- Załącznik nr 7** – wzór umowy do części 4;
- Załącznik nr 8** – wzór umowy do części 5;
- Załącznik nr 9** – wzór umowy do części 6;
- Załącznik nr 10** – wzór umowy do części 7;
- Załącznik nr 11** – wzór umowy do części 8;
- Załącznik nr 12** – wzór umowy do części 9;
- Załącznik nr 13** – wzór umowy do części 10;
- Załącznik nr 14** – wzór umowy do części 11;
- Załącznik nr 15** – wzór umowy do części 12;
- Załącznik nr 16** – wzór umowy do części 13;
- Załącznik nr 17** – wzór umowy do części 14;
- Załącznik nr 18** – wzór umowy do części 15;

Podstawa prawna: Ustawa z dnia 29.01.2004r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2007r. nr 223, poz. 1655), zwana dalej ustawą.

ROZDZIAŁ I Forma oferty

1. Na **ofertę** składają się: oferta cenowa oraz wszystkie pozostałe wymagane dokumenty (w tym oświadczenia, załączniki itp.) zgodnie z rozdziałem V specyfikacji istotnych warunków zamówienia (siwz).
2. Wykonawcy sporządzą oferty zgodnie z wymaganiami siwz.
3. Oferta cenowa musi być sporządzona na formularzu oferty, według wzoru stanowiącego **załącznik nr 1** do siwz.
4. Oferta musi być sporządzona w języku polskim, na maszynie do pisania, komputerze lub ręcznie długopisem. Oferty nieczytelne zostaną odrzucone.
5. Oferta musi być podpisana przez osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu wykonawcy. Upoważnienie do podpisania oferty musi być dołączone do oferty **w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza**, o ile nie wynika ono z innych dokumentów załączonych przez wykonawcę.
6. W przypadku, gdy wykonawca składa kopię jakiegoś dokumentu, musi być ona poświadczona za zgodność z oryginałem przez wykonawcę (wykonawca składa własnoręczny podpis poprzedzony dopiskiem „za zgodność”), **z zastrzeżeniem pkt 5 oraz Rozdział III pkt 2 niniejszej siwz**. Jeżeli do reprezentowania wykonawcy upoważnione są łącznie dwie lub więcej osób, kopie dokumentów muszą być potwierdzone za zgodność z oryginałem przez te osoby.
7. Jeżeli któryś z wymaganych dokumentów składanych przez wykonawcę jest sporządzony w języku obcym dokument taki należy złożyć wraz z tłumaczeniem na język polski poświadczonym przez wykonawcę. Dokumenty sporządzone w języku obcym bez wymaganych tłumaczeń nie będą brane pod uwagę.
8. Zaleca się, aby wszystkie strony oferty były ponumerowane. Ponadto, wszelkie miejsca, w których wykonawca naniósł zmiany, muszą być przez niego parafowane.
9. Wykonawca składa tylko jedną ofertę.
10. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
11. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych. Wykonawca może złożyć ofertę na jedną, kilka lub wszystkie części przedmiotu zamówienia.
12. Zamawiający nie przewiduje udzielania zamówień uzupełniających.
13. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

Nr sprawy.....

14. Zaleca się, aby wykonawca zamieścił ofertę w zewnętrznej i wewnętrznej kopercie z tym, że:
 - 1) zewnętrzna koperta powinna być oznaczona w następujący sposób: **Gmina Miasto Szczecin – Biuro Promocji i Informacji, Pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin, pok. Nr 155, przetarg nieograniczony, "Oferta na przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii outdoorowej oraz usługi reklamowe"** oraz „nie otwierać przed 07.03.2008 r., przed godz. 12.00” - bez nazwy i pieczętki wykonawcy;
 - 2) koperta wewnętrzna powinna zawierać ofertę i być zaadresowana na wykonawcę, tak aby można było odesłać ofertę w przypadku jej wpłynięcia po terminie.
15. Jeżeli oferta wykonawcy nie będzie oznaczona w sposób wskazany w pkt 14, zamawiający nie będzie ponosić żadnej odpowiedzialności za nieterminowe wpłynięcie oferty. Zamawiający nie będzie ponosić odpowiedzialności za nieterminowe złożenie oferty w szczególności w sytuacji, gdy oferta nie zostanie złożona do pokoju wskazanego w pkt 14 ppkt 1) lecz wpłynie do kancelarii Urzędu Miasta.

ROZDZIAŁ II Zmiana, wycofanie i zwrot oferty

1. Wykonawca może wprowadzić zmiany oraz wycofać złożoną przez siebie ofertę przed terminem składania ofert.
 - 1) w przypadku wycofania oferty, wykonawca składa pisemne oświadczenie, że ofertę swą wycofuje, w zamkniętej kopercie zaadresowanej jak w rozdziale I pkt 14 ppkt 1) z dopiskiem „wycofanie”.
 - 2) w przypadku zmiany oferty, wykonawca składa pisemne oświadczenie, iż ofertę swą zmienia, określając zakres i rodzaj tych zmian a jeśli oświadczenie o zmianie pociąga za sobą konieczność wymiany czy też przedłożenia nowych dokumentów – wykonawca winien dokumenty te złożyć .
Powyższe oświadczenie i ew. dokumenty należy zamieścić w kopercie wewnętrznej i zewnętrznej, oznaczonych jak w rozdziale I pkt 14 ppkt 1) i 2) przy czym koperta zewnętrzna powinna mieć dopisek „zmiany”.
2. Wykonawca nie może wprowadzić zmian do oferty oraz wycofać jej po upływie terminu składania ofert.
3. Oferty złożone po terminie składania zamawiający zwraca wykonawcom bez otwierania, po upływie terminu do wniesienia protestu.

ROZDZIAŁ III Oferty wspólne

1. Wykonawcy składający ofertę wspólną ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu albo do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy.
2. Pełnomocnictwo, o którym mowa w pkt 1 musi znajdować się w ofercie wspólnej wykonawców. **Pełnomocnictwo musi być złożone w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza.**
3. Pełnomocnik pozostaje w kontakcie z zamawiającym w toku postępowania; zwraca się do zamawiającego z wszelkimi sprawami i do niego zamawiający kieruje informacje, korespondencję, itp..
4. Oferta wspólna, składana przez dwóch lub więcej wykonawców, powinna spełniać następujące wymagania:
 - 1) oferta wspólna powinna być sporządzona zgodnie z siwz;

Nr sprawy.....

- 2) sposób składania dokumentów w ofercie wspólnej:
 - a) dokumenty, dotyczące własnej firmy, takie jak np.: odpis z właściwego rejestru albo zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, – składa każdy z wykonawców składających ofertę wspólną w imieniu swojej firmy;
 - b) dokumenty wspólne takie jak np.: oferta cenowa, harmonogramy itp. składa pełnomocnik wykonawców w imieniu wszystkich wykonawców składających ofertę wspólną,
5. Wspólnicy spółki cywilnej są traktowani jak wykonawcy składający ofertę wspólną i mają do nich zastosowanie zasady określone w pkt 1 – 4 niniejszego rozdziału.
6. Przed podpisaniem umowy (w przypadku wygrania postępowania) wykonawcy składający ofertę wspólną będą mieli obowiązek przedstawić zamawiającemu umowę konsorcjum, zawierającą, co najmniej:
 - 1) zobowiązanie do realizacji wspólnego przedsięwzięcia gospodarczego obejmującego swoim zakresem realizację przedmiotu zamówienia,
 - 2) określenie zakresu działania poszczególnych stron umowy,
 - 3) czas obowiązywania umowy, który nie może być krótszy, niż okres obejmujący realizację zamówienia oraz czas trwania gwarancji jakości i rękojmi.

ROZDZIAŁ IV Jawność postępowania

1. Zamawiający prowadzi protokół postępowania.
2. Protokół postępowania wraz z załącznikami jest jawny. Załączniki do protokołu takie jak opinie biegłych, oświadczenia, informacje, zawiadomienia, wnioski, inne dokumenty i informacje składane przez zamawiającego i wykonawców udostępnia się po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania. Oferty są jawne od chwili ich otwarcia.
3. Nie ujawnia się informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jeżeli wykonawca, nie później niż w terminie składania ofert, zastrzegł, że nie mogą one być udostępniane.
4. W przypadku zastrzeżenia informacji wykonawca ma obowiązek wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę jego przedsiębiorstwa i oznaczyć je klauzulą „nie udostępniać. Informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. nr 153, poz. 1503 z późniejszymi zmianami)”.
5. W sytuacji, gdy wykonawca zastrzeże w ofercie informacje, które nie stanowią tajemnicy przedsiębiorstwa lub są jawne na podstawie przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych lub odrębnych przepisów, informacje te będą podlegały udostępnieniu na takich samych zasadach, jak pozostałe niezastrzeżone dokumenty.

ROZDZIAŁ V Wymagane dokumenty potwierdzające spełnianie warunków udziału w postępowaniu, opis warunków oraz sposób oceny ich spełniania. Inne dokumenty wymagane w ofercie.

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy:
 - 1) posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,

Nr sprawy.....

- 2) posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
 - 3) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia,
 - 4) nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia,
 - 5) spełniają następujące **warunki dodatkowe**:
 - a) wykonali (a w przypadku świadczeń okresowych również wykonują) należycie w okresie ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie minimum 3 prace podobne do objętych przedmiotem zamówienia. Za pracę podobną zamawiający uzna:
kampanię outdoorową, o wartości minimum 60.000 brutto obejmującą co najmniej jedną z niżej wymienionych grup:
 - reklamę na nośnikach typu billboard,
 - reklamę na wielkoformatowych nośnikach typu frontlight,polegającą w szczególności na przeprowadzeniu kampanii całościowej w danej grupie wraz z wynajmem powierzchni reklamowych, wykonaniem reklam, w tym druku oraz wyklejenia, ekspozycji, montażu i demontażu reklam.
2. Każdy z wykonawców ma obowiązek złożyć następujące oświadczenia i dokumenty potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu:
- 1) **Oświadczenie wykonawcy**, według wzoru, stanowiącego **załącznik nr 2** do niniejszej siwz:
 - a) o spełnianiu warunków określonych w art. 22 ust. 1 pkt 1,2,3 ustawy,
W przypadku składania oferty wspólnej ww. oświadczenie składa pełnomocnik w imieniu wykonawców składających ofertę wspólną.
 - b) o spełnianiu warunków określonych w art. 22 ust. 1 pkt 4 ustawy,
W przypadku składania oferty wspólnej w.w. oświadczenie składa każdy z wykonawców składających ofertę wspólną.
 - 2) **Aktualny odpis z właściwego rejestru** albo **aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej** (*jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności*), wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
W przypadku składania oferty wspólnej ww. dokument składa każdy z wykonawców składających ofertę wspólną.
 - 3) **Wykaz wykonanych, (a w przypadku świadczeń okresowych również wykonywanych) usług** (prac podobnych) w okresie ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, odpowiadających swoim rodzajem i wartością usługom stanowiącym przedmiot zamówienia z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców według wzoru, stanowiącego **załącznik nr 3** do niniejszej siwz oraz **dokumenty potwierdzające, że usługi te zostały wykonane należycie**,
W przypadku składania oferty wspólnej wykonawcy składający ofertę wspólną składają jeden wspólny ww. wykaz.
3. Ponadto wykonawcy mają dołączyć do oferty następujące dokumenty:
- 1) ofertę cenową zgodnie z Rozdziałem I pkt 3 siwz;
W przypadku składania oferty wspólnej należy złożyć jeden dokument
 - 2) odpowiednie pełnomocnictwa;

Nr sprawy.....

Tylko w sytuacjach określonych w Rozdziale I pkt 5 zdanie 2 siwz lub w przypadku składania oferty wspólnej (Rozdział III pkt 1 siwz)

- 3) oświadczenie według wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do siwz wskazujące część zamówienia, której wykonanie wykonawca powierzy podwykonawcom (jeżeli wykonawca przewiduje udział podwykonawców);

W przypadku składania oferty wspólnej należy złożyć jeden dokument

4. Zamawiający wezwie wykonawców, którzy w określonym terminie nie złożą oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy, lub którzy złożyli dokumenty, o których mowa w art. 25 ust. 1, zawierające błędy do ich uzupełnienia w wyznaczonym terminie, chyba że mimo ich uzupełnienia oferta wykonawcy podlega odrzuceniu lub konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
5. W przypadku załączenia do oferty innych dokumentów niż wymagane przez zamawiającego (np. materiałów reklamowych i informacyjnych) zaleca się aby stanowiły one odrębną część, niezłączoną z ofertą w sposób trwały. Dokumenty takie nie będą podlegały ocenie przez zamawiającego.

ROZDZIAŁ VI Wykonawcy zagraniczni

1. Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu, o którym mowa w rozdziale V pkt 2 ppkt 2) siwz składa dokument lub dokumenty, wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że:
-nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości,
2. Dokumenty, o których mowa w pkt 1, powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
3. Jeżeli w kraju pochodzenia osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów o których mowa w pkt 1 zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio kraju pochodzenia osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania. Przepis pkt 2 stosuje się odpowiednio.

ROZDZIAŁ VII Termin wykonania zamówienia

1. Termin wykonania zamówienia ustala się na:

Część 1. - od 01.04.2008 r. do 15.04.2008 r.
Część 2. - od 16.04.2008 r. do 30.04.2008 r.
Część 3. - od 16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.
Część 4. - od 16.05.2008 r. do 31.05.2009 r.
Część 5. - od 01.05.2008 r. do 15.05.2008 r.
Część 6. - od 16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.
Część 7. - od 01.04.2008 r. do 31.03.2009 r.
Część 8. - od 01.04.2008 r. do 15.04.2008 r.
Część 9. - od 16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.
Część 10. - od 01.06.2008 r. do 15.06.2008 r.

Nr sprawy.....

Część 11. - od 01.06.2008 r. do 20.06.2008 r.

Część 12. - od 01.06.2008 r. do 20.06.2008 r.

Część 13. – od 16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.

Część 14. – od 16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.

Część 15. – od 16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.

ROZDZIAŁ VIII Wyjaśnienia treści SIWZ i jej modyfikacja oraz sposób porozumiewania się wykonawców z zamawiającym

1. Zamawiający urzęduje w następujących dniach (pracujących) i godzinach:
 - 1) poniedziałki – od godz. 9.00 do godz. 17.00
 - 2) wtorki-piątki – od godz. 7.30 do godz. 15.30
2. Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje zamawiający i wykonawca przekazują **pisemnie**, z zastrzeżeniem pkt 3.
3. Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się za pomocą **faksu**, przy przekazywaniu następujących dokumentów:
 - 1) pytania i wyjaśnienia dotyczące treści siwz,
 - 2) modyfikacje treści siwz,
 - 3) wniosek o wyjaśnienie i wyjaśnienie treści oferty,
 - 4) wniosek o wyjaśnienie i wyjaśnienia dotyczące oświadczeń i dokumentów, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy,
 - 5) wezwanie kierowane do wykonawców na podstawie art. 26 ust. 3 ustawy,
 - 6) informacja o poprawieniu oczywistych omyłek pisarskich oraz omyłek rachunkowych w obliczeniu ceny,
 - 7) oświadczenie wykonawcy w kwestii wyrażenia zgody na poprawienie omyłek rachunkowych,
 - 8) wniosek zamawiającego o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu związania ofertą oraz odpowiedź wykonawcy,
 - 9) zawiadomienie o wyborze najkorzystniejszej oferty, o wykonawcach, którzy zostali z postępowania wykluczeni i wykonawcach, których oferty zostały odrzucone,
 - 10) zawiadomienie o unieważnieniu postępowania,
 - 11) informacje i zawiadomienia kierowane do wykonawców na podstawie art. 181 ustawy.
4. Jeżeli zamawiający lub wykonawca przekazują oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje faksem, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.
5. Korespondencja przesłana za pomocą faksu po godzinach urzędowania zostanie zarejestrowana w następnym dniu pracy zamawiającego i uznana za wniesioną z datą tego dnia.
6. Postępowanie odbywa się w języku polskim w związku z czym wszelkie pisma, dokumenty, oświadczenia itp. składane w trakcie postępowania między zamawiającym a wykonawcami muszą być sporządzone w języku polskim.
7. Adres do korespondencji jest zamieszczony na pierwszej stronie niniejszej siwz. Zamawiający wymaga, aby wszelkie pisma związane z postępowaniem były kierowane wyłącznie na ten adres.
8. Zamawiający nie zamierza zwoływać zebrania wykonawców.

Nr sprawy.....

9. Osobą uprawnioną do bezpośredniego kontaktowania się z wykonawcami jest **p. Anna Nowak – Główny Specjalista w Biurze Promocji i Informacji tel. 091/ 4245 890, w godzinach pracy urzędu, tj. w poniedziałki – od godz. 9.00 do godz. 17.00, wtorki-piątki – od godz. 7.30 do godz. 15.30., fax 091 4245 875 (czynny całą dobę),**
10. Wykonawca może zwrócić się do zamawiającego o wyjaśnienie treści siwz. Zamawiający udzieli niezwłocznie wyjaśnień, chyba że prośba o wyjaśnienie treści siwz wpłynie do niego na mniej niż 6 dni przed terminem składania ofert.
11. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający przekazuje wykonawcom, którym przekazał siwz bez ujawniania źródła zapytania oraz udostępnia na stronie internetowej.
12. W szczególnie uzasadnionych przypadkach zamawiający może w każdym czasie przed upływem terminu do składania ofert zmodyfikować treść siwz. Dokonaną w ten sposób modyfikację przekazuje się niezwłocznie wszystkim wykonawcom, którym przekazano siwz oraz zamieszcza na stronie internetowej.
13. Zamawiający przedłuży termin składania ofert, jeżeli w wyniku modyfikacji treści siwz niezbędny jest dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach. O przedłużeniu terminu składania ofert zamawiający niezwłocznie zawiadomi wszystkich wykonawców, którym przekazano siwz oraz umieści ją na stronie internetowej.

ROZDZIAŁ IX Sposób obliczenia ceny oferty

1. Zamawiający przewiduje wynagrodzenie ryczałtowe. Cena ma objąć wszystkie prace, jakie z technicznego punktu widzenia są konieczne i niezbędne do prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia w każdej z części od 1 do 12.
2. Podstawą wycenienia ceny powinna być dla Wykonawcy jego własna, oparta na rachunku ekonomicznym kalkulacja.
3. Podstawą do obliczenia ceny jest zakres prac podany w Rozdziale XIV siwz.
4. Cena ofertowa musi uwzględniać w szczególności:
 - 1) koszty przeprowadzenia wszystkich niezbędnych prac związanych z wynajmem powierzchni reklamowych, wykonaniem reklam, w tym druku oraz wyklejenia, ekspozycji, montażu i demontażu reklam,
 - 2) koszty związane z niezbędnym zajęciem pasa ruchu drogowego, wynajmem nośników reklamowych oraz dzierżawą gruntu,
 - 3) koszty związane z uzyskaniem pozwoleń na ekspozycję reklam,
 - 4) koszty związane z ekspozycją reklam,
 - 5) koszty związane z monitoringiem reklam oraz ubezpieczeniem reklam i nośników reklamowych,
 - 6) koszty związane z ponownym wykonaniem, wyklejeniem, montażem i demontażem reklam w przypadku ich zniszczenia lub uszkodzenia,
 - 7) podatek VAT.
5. Wykonawca powinien podać ceny odrębnie dla każdej z części, na którą składa swoją ofertę.
6. Rozliczenia między zamawiającym a wykonawcą będą prowadzone w walucie PLN.

Nr sprawy.....

7. Cena musi być wyrażona w złotych polskich niezależnie od wchodzących w jej skład elementów. Tak obliczona cena będzie brana pod uwagę przez komisję przetargową w trakcie wyboru najkorzystniejszej oferty.
8. Zastosowanie przez wykonawcę stawki podatku VAT od towarów i usług niezgodnej z obowiązującymi przepisami spowoduje odrzucenie oferty.
9. Błąd rachunkowy w obliczeniu ceny, którego nie można poprawić na podstawie art. 88 Prawa zamówień publicznych spowoduje odrzucenie oferty.

ROZDZIAŁ X Składanie i otwarcie ofert

1. Ofertę należy złożyć w **Urzędzie Miasta Szczecin, Biuro Promocji i Informacji, Pl. Armii Krajowej 1, pok. nr 155, w terminie do dnia 07.03.2008 r., do godz. 11.30.**
2. Za termin złożenia oferty uważa się termin jej wplynięcia do zamawiającego.
3. Wykonawca otrzyma pisemne potwierdzenie złożenia oferty.
4. Oferty będą podlegać rejestracji przez zamawiającego. Każda przyjęta oferta zostanie opatrzona adnotacją określającą dokładny termin przyjęcia oferty tzn. datę kalendarzową oraz godzinę i minutę, w której została przyjęta. Do czasu otwarcia ofert, będą one przechowywane w sposób gwarantujący ich nienaruszalność.
5. Otwarcie ofert odbędzie się w **dn. 07.03.2008 r., o godz. 12.00 w Urzędzie Miasta Szczecin, Pl. Armii Krajowej 1, pok. nr 151**
6. Postępowanie o udzielenie zamówienia jest przeprowadzane przez komisję przetargową powołaną **Zarządzeniem Prezydenta Miasta Szczecina Nr 94/08 z dnia 26.02.2008 r.**
7. Postępowanie toczyć się będzie z podziałem na część: jawną i niejawną.
8. Zamawiający bezpośrednio przed otwarciem ofert poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia. Następnie zamawiający otworzy koperty z ofertami i ogłosi nazwę (firmę) i adres (siedzibę) wykonawcy, którego oferta jest otwierana, a także informacje dotyczące ceny oferty, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności – zawartych w ofercie.
9. Informacje, o których mowa w pkt 8 zamawiający przekaże niezwłocznie wykonawcom, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert, na ich wniosek.

ROZDZIAŁ XI Wybór oferty najkorzystniejszej

1. Jedynym kryterium oceny ofert jest cena.
2. Sposób przyznania punktów w kryterium cena:

$$\frac{\text{cena najniższa}}{\text{cena oferty ocenianej}} \times 100 \text{ pkt} \times \text{znaczenie kryterium } 100 \%$$

3. Zamawiający dokona wyboru oferty oddzielnie w każdej części.

Nr sprawy.....

4. Wykonawca pozostaje związany ofertą przez okres 30 dni.
5. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
6. Zamawiający dokona badania ofert w celu stwierdzenia, czy wykonawcy nie podlegają wykluczeniu. W przypadku wykluczenia wykonawcy zamawiający odrzuci jego ofertę. Następnie zamawiający dokona oceny, czy oferty wykonawców nie wykluczonych z postępowania nie podlegają odrzuceniu.
7. W toku badania i oceny ofert zamawiający może żądać od wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert i dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu.
8. Zamawiający poprawi w tekście oferty oczywiste omyłki pisarskie oraz omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny, niezwłocznie zawiadamiając o tym wszystkich wykonawców, którzy złożyli oferty.
9. Omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny zamawiający poprawi na zasadach określonych w art. 88 ustawy.
10. Jeżeli oferta zawierać będzie rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, zamawiający zwróci się w formie pisemnej do wykonawcy o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny.
11. Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:
 - 1) jest niezgodna z ustawą,
 - 2) jej treść nie odpowiada treści siwz,
 - 3) jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
 - 4) zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia,
 - 5) została złożona przez wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia,
 - 6) zawiera omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny, których nie można poprawić na podstawie art. 88, lub błędy w obliczeniu ceny,
 - 7) wykonawca w terminie 7 dni od dnia otrzymania zawiadomienia nie zgodził się na poprawienie omyłki rachunkowej w obliczeniu ceny,
 - 8) jest nieważna na podstawie odrębnych przepisów.
12. Oferty nie odrzucone zostaną poddane procedurze oceny zgodnie z kryteriami oceny ofert określonymi w siwz.
13. Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w siwz.
14. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty zamawiający zawiadomi wykonawców, którzy złożyli oferty o:
 - 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę) i adres tego wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz uzasadnienie jej wyboru, a także nazwy (firmy), siedziby i adresy wykonawców, którzy złożyli oferty wraz ze streszczeniem oceny i porównania złożonych ofert zawierającym punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,

Nr sprawy.....

- 2) wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, podając uzasadnienie faktyczne i prawne,
 - 3) wykonawcach, którzy zostali wykluczeni z postępowania, podając uzasadnienie faktyczne i prawne
15. W przypadku wystąpienia przesłanek, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy zamawiający unieważnia postępowanie.
16. O unieważnieniu postępowania zamawiający zawiadomi równocześnie wszystkich wykonawców, którzy:
- 1) ubiegali się o udzielenie zamówienia, - w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,
 - 2) złożyli oferty - w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert
- podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
17. Zamawiający zwróci wykonawcom, których oferty nie zostały wybrane, na ich wniosek, złożone przez nich plany, projekty, rysunki, modele, próbki, wzory, programy komputerowe oraz inne podobne materiały.

ROZDZIAŁ XII Zawarcie umowy

1. **Informacje o formalnościach, jakie powinny być spełnione w celu zawarcia umowy.**
 - 1) Wykonawca, którego oferta została wybrana zobowiązany jest skontaktować się z zamawiającym w terminie 7 dni od daty przekazania zawiadomienia o wyborze oferty i uzgodnić termin podpisania umowy.
 - 2) Wykonawca ma obowiązek zawrzeć umowę zgodnie ze wzorami umów stanowiących **załączniki nr od 4 do 18** do niniejszej siwz.
 - 3) Zawarta umowa będzie jawna i będzie podlegała udostępnianiu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej (art. 139 ust. 3 ustawy).
2. **Termin i miejsce zawarcia umowy.**

Umowa zostanie zawarta w siedzibie zamawiającego, nie wcześniej niż w 8 dniu od daty przekazania zawiadomienia o wyborze oferty.

ROZDZIAŁ XIII Pouczenie o środkach ochrony prawnej

1. Wykonawcom, których interes prawny w uzyskaniu zamówienia doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów ustawy, przysługuje środek ochrony prawnej – protest.
2. Wobec czynności podjętych przez zamawiającego w toku postępowania oraz w przypadku zaniechania przez zamawiającego czynności, do której jest obowiązany na podstawie ustawy, Wykonawca ma prawo wnieść protest w terminach określonych w ustawie.
3. Wniesienie protestu jest dopuszczalne tylko przed zawarciem umowy.
4. Zamawiający odrzuca protest wniesiony po terminie, wniesiony przez podmiot nieuprawniony lub protest niedopuszczalny na podstawie art. 181 ust. 6.

Nr sprawy.....

5. Protest powinien wskazywać oprotestowaną czynność lub zaniechanie zamawiającego, a także zawierać żądanie, zwięzłe przytoczenie zarzutów oraz okoliczności faktycznych i prawnych uzasadniających wniesienie protestu.
6. Od rozstrzygnięcia protestu nie przysługuje odwołanie ani skarga.

ROZDZIAŁ XIV Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest „Przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii outdoorowej oraz usługi reklamowe”

Kod CPV: 74.41.00.00 - 6 Usługi reklamowe

2. Zakres zamówienia

Przedmiot zamówienia został podzielony na następujące części:

Część 1

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 1.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 120 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie **od 01.04.2008 r. do 15.04.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kraków - w ilości 20 sztuk;
 - 2) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 3) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 4) Wrocław - w ilości 20 sztuk;
 - 5) Koszalin - w ilości 10 sztuk;
 - 6) Szczecin - w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
6. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego w mieście Szczecin, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 2

Lokalna kampania outdoorowa nr 2.

Nr sprawy.....

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 15 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.04.2008 r. do 30.04.2008 r.** w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Szczecina, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
3. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach będzie obowiązywał jeden layout.
5. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 3

Lokalna kampania outdoorowa nr 3.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 15 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.** w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Szczecina, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
3. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach będzie obowiązywał jeden layout.
5. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 4

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 4.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 100 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 2) Gorzów – w ilości 15 sztuk;
 - 3) Bydgoszcz – w ilości 15 sztuk;
 - 4) Piła – w ilości 15 sztuk;

Nr sprawy.....

- 5) Zielona Góra – w ilości 15 sztuk;
 - 6) Koszalin - w ilości 10 sztuk;
 - 7) Słupsk – w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
 3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
 4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
 5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.

Część 5

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 5.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 90 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **01.05.2008 r. do 15.05.2008 r.**, w następujących miastach oraz ilościach:
 - 1) Poznań - w ilości 15 sztuk;
 - 2) Wrocław - w ilości 15 sztuk;
 - 3) Zabrze - w ilości 10 sztuk;
 - 4) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 5) Bydgoszcz - w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. W każdym z w.w. miast będzie, obowiązywał indywidualny layout.

Część 6

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 6.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 120 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kraków - w ilości 20 sztuk;
 - 2) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 3) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 4) Wrocław - w ilości 20 sztuk;
 - 5) Koszalin - w ilości 10 sztuk;
 - 6) Szczecin - w ilości 10 sztuk;

Nr sprawy.....

2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
6. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego w mieście Szczecin, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 7

Lokalna kampania outdoorowa nr 7.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 10 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, usytuowanych przy trasach wjazdowych do Szczecina w następujących terminach oraz ilościach:
 - 1) w terminie od 01.04.2008 r. do 30.06.2008 r. w ilości 10 sztuk;
 - 2) w terminie od 01.07.2008 r. do 30.09.2008 r. w ilości 10 sztuk;
 - 3) w terminie od 01.10.2008 r. do 31.12.2008 r. w ilości 10 sztuk;
 - 4) w terminie od 01.01.2009 r. do 31.03.2009 r. w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów, przy głównych trasach wjazdowych do miasta Szczecina i innych punktach pierwszego kontaktu dla odwiedzających miasto Szczecin, typu: w okolicy dworca PKP, w okolicy dworca PKS.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekty graficzne reklam zostaną dostarczone Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. W każdym okresie ekspozycji będzie obowiązywał oddzielny layout (razem 4 projekty graficzne)
6. Ze względu na długi (3-miesięczny) okres ekspozycji, Wykonawca ma prawo do zmiany lokalizacji nośnika reklamowego, w trakcie trwania ekspozycji pod warunkiem, że założenia z pkt 2 zostaną spełnione, oraz zmiana lokalizacji zostanie wcześniej uzgodniona i zaakceptowana przez Zamawiającego.
7. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 8

Lokalna kampania outdoorowa nr 8.

Nr sprawy.....

I.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 15 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **01.04.2008 r. do 15.04.2008 r.** w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Szczecina, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
3. Projekty graficzne reklam zostaną dostarczone Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach będą obowiązywały dwa layouty. Pierwszy od 01.04.2008 r. do 08.04.2008 r. , drugi layout od 09.04.2008 r. do końca okresu ekspozycji.
5. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

II.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 8 reklam na wielkoformatowych nośnikach typu frontlight, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 17 m² do max. 20 m² każdy, w terminie od **01.04.2008 r. do 15.04.2008 r.** w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Szczecina, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
3. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach będą obowiązywały dwa layouty. Pierwszy od 01.04.2008 r. do 08.04.2008 r. , drugi layout od 09.04.2008 r. do końca okresu ekspozycji.
5. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 9

Kampania outdoorowa nr 9.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 10 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.** we Wrocławiu, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Wrocławia, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.

Nr sprawy.....

3. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.

Część 10

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 10.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 194 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **01.06.2008 r. do 15.06.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kraków - w ilości 30 sztuk;
 - 2) Katowice - w ilości 10 sztuk;
 - 3) Chorzów - w ilości 10 sztuk;
 - 4) Zabrze - w ilości 10 sztuk;
 - 5) Tychy - w ilości 10 sztuk;
 - 6) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 7) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 8) Gdańsk - w ilości 10 sztuk;
 - 9) Gdynia – w ilości 10 sztuk;
 - 10) Wrocław - w ilości 20 sztuk;
 - 11) Świnoujście – w ilości 4 sztuk;
 - 12) Szczecin - w ilości 20 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast, a w przypadku Świnoujścia – również w okolicy terminalu promowego.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
6. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego w mieście Szczecinie, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 11

Kampania outdoorowa nr 11. na terenie Niemiec

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z dystrybucją na miejsce klejenia, drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 64 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 8 m² do max. 10 m² każdy, w terminie od **01.06.2008 r. do 20.06.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Berlin - w ilości 40 sztuk;
 - 2) Rostock - w ilości 20 sztuk;
 - 3) Schwedt – w ilości 2 sztuk;

Nr sprawy.....

- 4) Prenzlau – w ilości 2 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.

Część 12

Kampania outdoorowa nr 12. na terenie państw skandynawskich

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z dystrybucją na miejsce klejenia, drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 40 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 8 m² do max. 10 m² każdy, w terminie od **01.06.2008 r. do 20.06.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kopenhaga - w ilości 15 sztuk;
 - 2) Sztokholm - w ilości 15 sztuk;
 - 3) Ystad – w ilości 5 sztuk;
 - 4) Oslo – w ilości 5 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.

Część 13

Lokalna kampania outdoorowa nr 13.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 15 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.** w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów oraz pieszych, tj. w centrum miasta Szczecina, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy trasach wjazdowych do miasta.
2. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
3. Projekty graficzne reklam zostaną dostarczone Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
4. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
5. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej

Nr sprawy.....

stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 14

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 14.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 110 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.05.2008 r. do 31.05.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kraków - w ilości 20 sztuk;
 - 2) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 3) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 4) Wrocław - w ilości 20 sztuk;
 - 5) Szczecin - w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.
5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
6. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego w mieście Szczecin, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Część 15

Ogólnopolska kampania outdoorowa nr 15.

1. Wynajem powierzchni reklamowej wraz z drukiem, wyklejeniem i ekspozycją 110 reklam na nośnikach typu billboard, o powierzchni ekspozycyjnej od min. 11,5 m² do max. 12,5 m² każdy, w terminie od **16.06.2008 r. do 30.06.2008 r.** w następujących miastach, oraz ilościach:
 - 1) Kraków - w ilości 20 sztuk;
 - 2) Poznań - w ilości 20 sztuk;
 - 3) Warszawa - w ilości 40 sztuk;
 - 4) Wrocław - w ilości 20 sztuk;
 - 5) Szczecin - w ilości 10 sztuk;
2. Wykonawca zobowiązuje się umieścić reklamę na nośnikach typu billboard w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, tj. w centrach wskazanych miast, na głównych skrzyżowaniach oraz na głównych drogach przy wjeździe do miast.
3. Druk na papierze 115 – 120 g/m², niebieska strona odwrotna (tzw. blueback), gramatura poszczególnych brytów jednego plakatu musi być jednakowa.
4. Projekt graficzny reklamy zostanie dostarczony Wykonawcy do wykonania druku, na 10 dni przed planowaną ekspozycją zgodnie z ww. terminami.

Nr sprawy.....

5. Na wszystkich nośnikach w w.w. miastach będzie obowiązywał jeden layout.
6. W przypadku oferowania przez Wykonawcę nośników reklamowych typu billboard umieszczonych w pasie ruchu drogowego w mieście Szczecinie, Wykonawca ma prawo skorzystać z obniżonej stawki za dzierżawę nośnika zgodnie z Uchwałą Rady Miasta nr XXVIII/567/04 z dnia 08 listopada 2004 r.

Członkowie komisji przetargowej:

Przewodniczący :

- 1) Marek Krzesiński – Główny Specjalista w Biurze Promocji i Informacji

Członkowie :

- 2) Joanna Sontowska – Inspektor w Biurze ds. Zamówień Publicznych
- 3) Agnieszka Gardocka – Inspektor w Biurze Promocji i Informacji

Sekretarz :

- 4) Anna Nowak – Główny Specjalista w Biurze Promocji i Informacji

.....
zatwierdził w imieniu zamawiającego