

Urząd Zamówień Publicznych
Zamieszczanie ogłoszeń on-line w BZP:
<http://www.portal.uzp.gov.pl>

URZĄD MIEJSKI w ELBLĄGU
REFERAT ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

Wz. 2015 -06- 18

EOD: 31988

podpis

OGŁOSZENIE O UDZIELENIU ZAMÓWIENIA

- ☒ Zamieszczanie obowiązkowe
☐ Zamieszczanie nieobowiązkowe

OGŁOSZENIE DOTYCZY

Zamówienia publicznego ☒

Zamówień objętych dynamicznym systemem zakupów ☐

Zawarcia umowy ramowej ☐

Czy zamówienie było przedmiotem ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych?

tak ☒

Numer ogłoszenia w BZP: 62939 - 2015

nie ☐

Czy w Biuletynie Zamówień Publicznych zostało zamieszczone ogłoszenie o zmianie ogłoszenia?

tak ☒

nie ☐

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

I.1) NAZWA I ADRES

Nazwa:		
Gmina – Miasto Elbląg		
Adres pocztowy:		
ul. Łączności 1		
Miejscowość:	Kod pocztowy:	Województwo:
Elbląg	82-300	warmińsko-mazurskie
Tel.:	Faks:	
55 235 35 36, 55 239 31 25		55 239 33 34

I.2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO

☐ Administracja rządowa centralna	☐ Uczelnia publiczna
☐ Administracja rządowa terenowa	☐ Instytucja ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego
☒ Administracja samorządowa	☐ Samodzielny publiczny zakład opieki zdrowotnej
☐ Podmiot prawa publicznego	☐ Inny (proszę określić): _____
☐ Organ kontroli państwowej lub ochrony prawa, sąd lub trybunał	

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego

Realizacja kampanii promocyjnych wydarzeń miejskich 2015 r.II.2) Rodzaj zamówienia: Roboty budowlane ☐ Dostawy ☐ Usługi ☒

II.3) Określenie przedmiotu zamówienia

1. Przedmiot zamówienia:

Realizacja kampanii promocyjnych wydarzeń miejskich 2015 r.

Przedmiot główny:

CPV: 79.34.14.00 - 0

Nazewnictwo wg CPV: Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii promocyjnej wydarzeń miejskich 2015 (Dni Elbląga, Elbląskie Święto Chleba, Elbląg za pół ceny – II edycja, Świąteczne Spotkania Elblązan, Sylwester miejski) oraz kampanii informacyjnych i społecznych, wg wytycznych wskazanych przez Zamawiającego w niniejszej SIWZ.

2. Zakres zamówienia obejmuje:

2.1. Druk folderu i teczek Elbląg w formie, a w tym:

- 1) druk i dostawę folderu promocyjnego zgodnie z projektami przedłożonymi przez Zamawiającego, wg poniższych parametrów:
 - wymiar: 210 mm x 210 mm
 - ilość stron: 20 + 4 (okładka)
 - papier: wewnątrz papier kredowy matowy 170 g/m², lakier punktowy UV; okładka papier kredowy 250 g/m², folia mat., lakier punktowy UV
 - kolor: 4+4
 - folder zszywany na dwie zszywki
 - nakład 3000 egz.
 - a) Zamawiający dostarczy Wykonawcy projekty graficzne do druku w plikach zamkniętych.
 - b) Wykonawca zobowiązany jest do wykonania przed drukiem proofów kolorystycznych z okładki i czterech wybranych stron środka publikacji do pisemnej akceptacji Zamawiającego.
 - c) Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia przedmiotu zamówienia do siedziby Zamawiającego, w terminie do 14 dni od momentu przekazania projektów przez Zamawiającego.
- 2) druk i dostawę teczek ofertowych zgodnie z projektem przedłożonym przez Zamawiającego, wg poniższych parametrów:
 - format po złożeniu: wysokość: 300-310 mm, szerokość 215- 220 mm
 - wewnątrz: dwa skrzydełka: szerokość dolnego min. 50 mm, bocznego min. 50 mm
 - wycięcie na wizytówki – na dolnym skrzydełku
 - papier: kreda matowa 350 g
 - grzbiet: 5.5 mm
 - zadruk: 1 i 4 strona teczek oraz skrzydełka, pełen kolor
 - nakład: 500 szt.
 - laminowanie folią matową + lakier UV
 - przygotowanie projektu graficznego leży po stronie Zamawiającego.

Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia przedmiotu zamówienia do siedziby Zamawiającego, w terminie do 14 dni od momentu przekazania projektów przez Zamawiającego.

2.2. Realizację kampanii promocyjnej Dni Elbląga (26-28 czerwca 2015 r.), a w niej:

- 1) dystrybucja 400 egz. plakatów (format: A1 - 300 szt., format A0 - 100 szt. papier: kreda mat. 140-150 g/m², kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg – kolportaż musi obejmować: wiaty przystanków autobusowych, tramwajowych, miejsca użyteczności publicznej. Druk plakatów leży po stronie Zamawiającego.

- a) Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązuje się do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu musi nastąpić w terminie wskazanym przez Zamawiającego.
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu Dni Elbląga. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatach przystankowych.
 - c) Wykonawca zobowiązuje się do odebrania wydrukowanych plakatów z miejsca wskazanego przez Zamawiającego na terenie Elbląga.
 - d) Zabrania się wieszania plakatów w miejscach do tego nieprzystosowanych, tj. murach budynków, skrzynkach elektrycznych itp.
- 2) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w radiu ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 34 emisje min. 30-sekundowe w terminach: 15-28.06.2015 r. – 30 emisji od poniedziałku do piątku w paśmie porannym i popołudniowym oraz 4 emisje weekendowe w paśmie porannym. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
 - 3) produkcja i emisja spotu reklamowego w telewizji, która swoim zasięgiem obejmuje Elbląg i Braniewo. Spot reklamowy minimum 30 sekundowy, emitowany min. 5 razy w ciągu dnia w 2 blokach przedpołudniowych i 3 popołudniowych, w terminie od 22-28.06.2015 r. Emisja po jednym spocie w jednym bloku.
 - 4) opracowanie dynamicznego banera internetowego o wymiarach 983-110 px, wyświetlanego w serwisie internetowym www.elblag.eu, w terminie określonym przez Zamawiającego. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję baneru.
 - 5) publikacja 6 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 2 artykuły), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami, oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
 - 6) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, banery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.
- 2.3. Realizację kampanii promocyjnej Elbląskiego Święta Chleba (11-13.09.2015 r.), a w niej:
- 1) dystrybucja 400 egz. plakatów (format: A1 - 300 szt., format A0 - 100 szt. papier: kreda mat. 140-150 g/m², kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg – kolportaż musi obejmować: wiaty przystanków autobusowych, tramwajowych, miejsca użyteczności publicznej. Druk plakatów leży po stronie Zamawiającego.
 - a) Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązuje się do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu musi nastąpić w terminie wskazanym przez Zamawiającego.
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu Dni Elbląga. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatach przystankowych.
 - c) Wykonawca zobowiązuje się do odebrania wydrukowanych plakatów z miejsca wskazanego przez Zamawiającego na terenie Elbląga.
 - d) Zabrania się wieszania plakatów w miejscach do tego nieprzystosowanych, tj. murach budynków, skrzynkach elektrycznych itp.
 - 2) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w radiu ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 34 emisje min. 30-sekundowe, 30 emisji od poniedziałku do piątku w paśmie porannym i popołudniowym oraz 4 emisje

weekendowe w paśmie porannym. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Zamawiający wskaże terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.

- 3) opracowanie dynamicznego banera internetowego o wymiarach 983-110 px wyświetlanego w serwisie internetowym www.elblag.eu do 14.08.2015 r. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję baneru.
- 4) publikacja 6 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 2 artykuły), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codziennie artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami, oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 5) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, banery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.4. Realizację kampanii promocyjnej akcji Elbląg za pół ceny (29-30 sierpnia 2015 r.), a w niej:

- 1) druk plakatów reklamowych Elbląg za pół ceny - 150 egz.; format B1 (707 x 1000mm); papier: kreda mat. 140-150 g/m², lakier dyspersyjny, kolor 4+0). Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia plakatów do siedziby Zamawiającego, w terminie wskazanym przez Zamawiającego,
- 2) druk i dystrybucja plakatów reklamowych Elbląg za pół ceny - 100 egz.; format A1 papier: kreda mat. 140-150 g/m², lakier dyspersyjny, kolor 4+0. Dystrybucja musi obejmować: 33 słupy ogłoszeniowe, wiaty przystanków autobusowych i tramwajowych. Zakończenie kolportażu musi nastąpić najpóźniej do 20.08.2015 r. Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu akcji Elbląg za pół ceny. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatkach przystankowych.
- 3) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codziennie artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9 000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami, oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 4) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 36 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego – 4 emisje w ciągu dnia. Spoty reklamowe emitowane w godz. 07:00-10:00 oraz 16:00-18.00 włącznie. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 5) opracowanie dynamicznego banera internetowego o wymiarach 983-110 px wyświetlanego w serwisie internetowym www.elblag.eu do dnia 17.08.2015 r. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję baneru.
- 6) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, banery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.5. Realizację kampanii promocyjnej Świątecznych Spotkań Elblązan (grudzień 2015 r.), a w niej:

- 1) opracowanie dynamicznego banera internetowego o wymiarach 983- 110 px emitowanego w serwisie internetowym www.elblag.eu do dnia 01.12.2015 r. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję banera.
- 2) druk i dystrybucja 150 egz. plakatów (wymiar: A1, papier: 140-150 g/m², kreda matowa, kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg – kolportaż 150 egz. musi obejmować: 33 słupy ogłoszeniowe, wiaty przystanków autobusowych, centra handlowe, instytucje kultury, instytucje publiczne, szkoły. Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązany będzie do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu szczegółowego planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu nastąpi w terminie wskazanym przez Zamawiającego. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatkach przystankowych. Wykonawca zobowiąże się do usunięcia plakatów po zakończeniu imprezy.
- 3) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codziennie artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 4) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 36 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego – 4 emisje w ciągu dnia. Spoty reklamowe emitowane w godz. 07:00-10:00 oraz 16:00-18.00 łącznie. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 5) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, banery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.6. Realizację kampanii promocyjnej Sylwester miejski 2015/2016, a w niej:

- 1) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codziennie artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami, oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 2) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 20 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego – 4 emisje w ciągu dnia. Spoty reklamowe emitowane w godz. 07:00-10:00 oraz 16:00-18.00 łącznie. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 3) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, banery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.7. Realizacja kampanii informacyjnych i społecznych, a w niej:

- 1) produkcja i emisja 6 różnych spotów reklamowych wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej o charakterze co najmniej regionalnym, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu: łącznie 120 emisji, min. 30-sekundowych, w terminach i godzinach określonych przez Zamawiającego. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania scenariusza spotów, zgodnie z wytycznymi Zamawiającego. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru 2 propozycje scenariusza każdego ze spotów radiowych. Zamawiający, w terminie do 5 dni roboczych od otrzymania do akceptacji, przekaże Wykonawcy pocztą elektroniczną uwagi do wybranego scenariusza lub informację o ich braku. Zamawiający określi terminy emisji spotów, nie później niż 5 dni od planowanego dnia rozpoczęcia ich emisji.
- 2) publikacja 30 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 10 artykułów), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujących codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 2000 znaków ze spacjami, oraz min. 3 zdjęcia, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 3) dwustronne wyklejenie stojaków rowerowych należących do Zamawiającego na terenie Elbląga, wg poniższych parametrów:
 - a) ilość stojaków: 448,
 - b) wielkość powierzchni zaklejenia: 60 x 20 cm/ każda ze stron,
 - c) materiał: folia polimeryczna,
 - d) druk: 4 kolory, wydruk w jakości fotograficznej, zabezpieczony laminatem UV, zabezpieczający przed blaknięciem.
 Listę stojaków z lokalizacją wraz z projektem naklejki przedłoży Zamawiający. Przed wyklejeniem stojaków, Wykonawca jest zobowiązany do usunięcia starych naklejek.
- 4) wydruk plansz i montaż na terenie Elbląga wystawy zewnętrznej, wg parametrów:
 - a) wydruk 40 plansz w rozmiarze 100cm x 100cm, wykonany w technologii lateksowej,
 - b) wydruk wysokiej jakości w pełnym kolorze naniesiony dwustronnie na płytę ze spienionego PCV o grubości 4mm,
 - c) montaż plansz w stelaż należący do Zamawiającego.
 Wydruk odporny na zmiany atmosferyczne, wilgoć, nasłonecznienie.
- 5) wydruk plakatów wielkoformatowych i wyklejenie 3 billboardów dwustronnych wg różnych projektów Zamawiającego, zgodnie z poniższymi parametrami:
 - a) materiał: papier billboardowy blueback, gramatura: 120-140 g/m²
 - b) wydruk wodoodporny i odporny na zmiany temperatur,
 - c) wymiary billboardów: 2 x billboard 12 m² (504 x 238 cm); 1 x billboard 18 m² (600 x 300 cm),
 - d) wyklejenie billboardów wskazanych przez Zamawiającego nastąpi w terminach wskazanych przez Zamawiającego. Billboardy usytuowane są w odległości max. 50 km od granic Elbląga,
 - e) Zamawiający przewiduje czterokrotną, dwustronną zmianę wizualizacji na wszystkich trzech billboardach (obejmuje wydruk i wyklejenie),
 - f) powierzchnię na billboardach zapewnia Zamawiający,
- 6) wydruk 2 siatek reklamowych, wg projektów graficznych przedstawionych przez Zamawiającego o wymiarach dostosowanych do formatu ściany budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej (1 powierzchnia w kształcie prostokąta o wymiarach: szer. 970 x wys. 495 cm i 1 powierzchnia w kształcie trójkąta równoramiennego o wymiarach: podstawa 970 x wys. 385 cm), wskazanego przez Zamawiającego. Siatki wykonane w technologii UV w brytach zgrzanych ze sobą, wraz z wykończeniem na mocowanie, full color.
 - a) jednorazowy montaż i demontaż siatek na południowej ścianie budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej, (Zamawiający zapewnia powierzchnię na ścianie budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej).

- b) Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzania bieżącej kontroli jakości wyeksponowanej reklamy.
- c) W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia reklamy Wykonawca dokona niezwłocznie jej wymiany na nową, jednak nie dłużej niż w przeciągu 3 dni roboczych.
- d) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu raport z realizacji zadania wraz z dokumentacją fotograficzną w formie elektronicznej w ciągu 3 dni roboczych od momentu zawieszenia reklamy na ścianie budynku.
- e) Montaż i demontaż siatek reklamowych nastąpi w terminach wskazanym przez Zamawiającego.

3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nieograniczonej liczby korekt wszystkich przedstawionych przez Wykonawcę realizacji określonych w zakresie zamówienia, w tym banerów internetowych, spotów reklamowych i dźwiękowych przed ich emisją, do momentu uzyskania akceptacji przez Zamawiającego.
4. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy. Zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę kluczowych części zamówienia na usługi.
5. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie części zamówienia, której wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcy. Zamawiający żąda podania przez Wykonawcę w ofercie nazw (firm) podwykonawców, na których zasoby Wykonawca powołuje się na zasadach określonych w art. 26 ust. 2b, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1.

II.4) WSPÓLNY SŁOWNIK ZAMÓWIEŃ (CPV)

	Słownik główny
Główny przedmiot	79.34.14.00 - 0
Dodatkowe przedmioty	

SEKCJA III: PROCEDURA

III.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Przetarg nieograniczony	☒	Negocjacje bez ogłoszenia	☐
Przetarg ograniczony	☐	Zamówienie z wolnej ręki	☐
Negocjacje z ogłoszeniem	☐	Zapytanie o cenę	☐
Dialog konkurencyjny	☐	Licytacja elektroniczna	☐

III.2) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

Zamówienie dotyczy projektu/programu finansowanego ze środków Unii Europejskiej

tak ☐ wskazać projekt/program:

nie X

SEKCJA IV: UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

CZĘŚĆ NR (jeżeli dotyczy):¹⁾NAZWA (jeżeli dotyczy):¹⁾IV.1) DATA UDZIELENIA ZAMÓWIENIA: **22 /05/2015** (dd/mm/rrrr)

IV.2) LICZBA OTRZYMANYCH OFERT:			2
IV.3) LICZBA ODRZUCONYCH OFERT:			0
IV.4) NAZWA I ADRES WYKONAWCY, KTÓREMU UDZIELONO ZAMÓWIENIA ²⁾			
Nazwa: Edytor Sp. z o.o.			
Adres pocztowy: ul. Tracka 5			
Miejscowość: Olsztyn	Kod pocztowy: 10-364	Kraj/województwo: Polska/ warmińsko-mazurskie	
IV.5) Szacunkowa wartość zamówienia (bez VAT) ³⁾			
Wartość 97 374,30 PLN			
IV.6) INFORMACJA O CENIE WYBRANEJ OFERTY ORAZ O OFERTACH Z NAJNIŻSZĄ I NAJWYŻSZĄ CENĄ			
Cena wybranej oferty ⁴⁾ 93 842,85			
Oferta z najniższą ceną ⁵⁾ 93 842,85 / Oferta z najwyższą ceną ⁵⁾ 94 840,56			
Waluta: PLN			

----- (Wykorzystać powyższą sekcję formularza tyle razy, ile jest to konieczne) -----

¹⁾ Nie wypełniać w przypadku zawarcia umowy ramowej.

²⁾ W przypadku gdy wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, należy podać wszystkich wykonawców.

³⁾ W przypadku składania ofert częściowych szacunkową wartość zamówienia podaje się dla danej części zamówienia.

⁴⁾ W przypadku składania ofert częściowych należy brać pod uwagę cenę wybranej oferty dla danej części zamówienia, a w przypadku cen jednostkowych przemnożyć cenę jednostkową wybranej oferty przez zakładaną ilość lub zakres zamówienia.

⁵⁾ Należy brać pod uwagę wszystkie oferty złożone w danej części zamówienia (w tym oferty odrzucone), a w przypadku cen jednostkowych przemnożyć cenę jednostkową oferty przez zakładaną ilość lub zakres zamówienia.

Z up. PREZYDENTA MIASTA

Jacek Boruszk
WICEPREZYDENT

ZAŁĄCZNIK I

Uzasadnienie udzielenia zamówienia w trybie negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki albo zapytania o cenę

1. Podstawa prawna

Postępowanie prowadzono w trybie na podstawie art. ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.

2. Uzasadnienie wyboru trybu

Należy podać uzasadnienie faktyczne i prawne wyboru trybu oraz wyjaśnić, dlaczego udzielenie zamówienia jest zgodne z przepisami.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....