

BKS.271.10.165.2017

Kalisz, 18 września 2017r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

Miasto Kalisz zaprasza do złożenia oferty cenowej na przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej transportu publicznego, rowerowego i pieszego

Kampania jest elementem zintegrowanego projektu Miasta Kalisza pn. „Rozwój niskoemisyjnego systemu komunikacji publicznej Miasta Kalisza wraz z modernizacją oświetlenia ulicznego zwiększającą jego energooszczędność”, dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.

I. Zamawiający:

Miasto Kalisz, Główny Rynek 20, 62-800 Kalisz,
NIP: 618-001-59-33, Regon: 250855877.

II. Tryb udzielenia zamówienia

1. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego zgodnie z zasadą konkurencyjności, o której mowa m.in. w Wytycznych Instytucji Zarządzającej Wielkopolskim Regionalnym Programem Operacyjnym na lata 2014-2020 w sprawie kwalifikowalności kosztów objętych dofinansowaniem ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (przyjętych Uchwałą Nr 3113/2017 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 12.01.2017 r.).
2. Niniejsze postępowanie prowadzone jest jako rozeznanie rynku zgodnie z zasadą konkurencyjności, bez stosowania ustawy Prawo zamówień publicznych.
3. Wszelkie informacje dotyczące niniejszego postępowania zamieszczane będą pod adresem: www.bip.kalisz.pl, www.bip.umkalisz.pl - zakładka „Ogłoszenia”/ „Zapytania ofertowe - zamówienia nieprzekraczające 30.000 euro” oraz w Bazie Konkurencyjności: <https://bazakonkurencyjnosci.gov.pl/>.

III. Przedmiot zamówienia

1. Przedmiot zamówienia opisany jest następującymi kodami CPV ze Wspólnego Słownika Zamówień:
Przedmiot główny: 79342200-5 Usługi w zakresie promocji.
Przedmioty dodatkowe: 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych.
2. Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej transportu publicznego, rowerowego i pieszego. Kampania jest elementem zintegrowanego projektu Miasta Kalisza pn. „Rozwój niskoemisyjnego systemu komunikacji publicznej Miasta Kalisza wraz z modernizacją oświetlenia ulicznego zwiększającą jego energooszczędność”, dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.

3. Głównym celem kampanii jest zwiększenie świadomości społecznej w zakresie zrównoważonej mobilności miejskiej, a tym samym skłonienie mieszkańców Kalisza i Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej do zrównoważonych zachowań związanych z przemieszczaniem się i zapewniających, że transport zbiorowy oraz niezmotoryzowany (taki jak rowery, ruch pieszki) będzie wybierany częściej niż samochód, jako podstawowy środek przemieszczania się w obrębie tak Miasta, jak i Aglomeracji. Celem podejmowanych działań zatem będzie:
 - 1) zachęcenie kaliszczan do korzystania z transportu zbiorowego oraz niezmotoryzowanego poprzez wydarzenia o charakterze promocyjnym i informacyjnym realizowane w przestrzeni publicznej,
 - 2) budowanie wizerunku Kalisza jako miasta przyjaznego dla komunikacji zbiorowej oraz niezmotoryzowanej, w którym funkcjonuje zrównoważony model transportu publicznego,
 - 3) zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat udziału komunikacji zbiorowej i niezmotoryzowanej w całości systemu komunikacji w Kaliszu oraz wpływu zachowań transportowych mieszkańców na środowisko miejskie, w którym żyją.
4. Działania informacyjne i promocyjne powinny być skierowane do mieszkańców zarówno Miasta Kalisza, jak i mieszkańców Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej, w szczególności do pasażerów korzystających z komunikacji zbiorowej, jak i kierowców korzystających z infrastruktury drogowej.
5. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia przedstawia załącznik nr 7 do zapytania ofertowego.
6. Wykonawca, w ramach składanej oferty na wykonanie przedmiotu zamówienia, zobowiązany jest opracować Ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii (wg wzoru stanowiącego załącznik nr 8 do zapytania ofertowego) i przedłożyć go Zamawiającemu wraz z ofertą.
7. Szczegółowe warunki realizacji zamówienia określa projekt umowy stanowiący załącznik nr 6 do zapytania ofertowego.
8. System identyfikacji wizualnej Miasta Kalisza (załącznik nr 1 do zapytania ofertowego) stanowi odniesienie do wszelkich materiałów graficznych, powstałych w ramach realizacji przedmiotu zamówienia. Wszystkie wykonane materiały muszą być zgodne z załączoną identyfikacją wizualną oraz z zasadami promowania projektów współfinansowanych ze środków UE w okresie programowania 2014-2020¹.
9. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani wariantowych.

IV. Termin wykonania zamówienia

Termin wykonania zamówienia: od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą do dnia 30.11.2017 r.

V. Zamówienia uzupełniające

Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień uzupełniających.

VI. Warunki udziału w postępowaniu i warunki braku podstaw do wykluczenia z postępowania

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który:
 - a) wykaże, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie przynajmniej 1 usługę

¹ Materiały do pobrania ze strony internetowej Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020: <http://wrpo.wielkopolskie.pl/realizuje-projekt/poznan-zasady-promowania-projektu-2>

- o wartości nie mniejszej niż 50.000,00 zł brutto, polegającą na przeprowadzeniu kampanii informacyjno-promocyjnej o tematyce związanej z transportem publicznym i/lub rowerowym i/lub pieszym,
- b) skieruje do realizacji zamówienia osobę (koordynatora projektu), która w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, pełniła funkcję koordynatora w projekcie polegającym na przeprowadzeniu kampanii informacyjno-promocyjnej o tematyce związanej z transportem publicznym i/lub rowerowym i/lub pieszym.
2. W celu potwierdzenia warunku, o którym mowa w pkt 1a, Wykonawca składa informację na druku pn. „Wykaz głównych usług”, stanowiącym załącznik nr 5 do niniejszego zapytania ofertowego wraz z referencjami/poświadczeniami należytego wykonania usług tam wskazanych. Zamawiający dopuszcza wskazanie jedynie takich usług, które spełniają warunek określony w pkt. 1a.
 3. W celu potwierdzenia warunku, o którym mowa w pkt 1b, Wykonawca składa informację na druku pn. „Formularz oferty”, stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego i wpisuje imię i nazwisko osoby spełniającej warunek, która będzie skierowana do realizacji zamówienia.
 4. Z postępowania o udzielenie zamówienia wyklucza się Wykonawcę:
 - a) który zalega z opłacaniem podatków i opłat lokalnych, o których mowa w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (Dz. U. Z 2016 r. poz. 716),
 - b) wobec którego wydano prawomocny wyrok sądu lub ostateczną decyzję administracyjną o zaleganiu z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne,
 - c) wobec którego wydano orzeczenie tytułem środka zapobiegawczego zakazu ubiegania się o zamówienie publiczne,
 - d) nie spełnia minimalnych warunków udziału w postępowaniu wskazanych w pkt 1a-b.
 5. W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania, Wykonawca składa oświadczenie własne o treści zgodnej z treścią załącznika nr 4 do zapytania ofertowego (lub na nim).
 6. Oferta Wykonawcy podlegającego wykluczeniu podlega odrzuceniu.

VII. Kryteria oceny oferty

1. Zamawiający dokona wyboru oferty na podstawie poniższych kryteriów. Oferta, która otrzyma największą łączną liczbę punktów, zostanie uznana za najkorzystniejszą (o ile nie będzie podlegała odrzuceniu). Pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów.
2. Określenie skali ocen dla poszczególnych kryteriów:

Kryterium I	60 pkt.
Kryterium II	30 pkt.
Kryterium III	10 pkt
Ogółem	100 pkt.

1) Kryterium I - Cena

W powyższym kryterium oceniana będzie cena brutto oferty podana przez Wykonawcę w formularzu oferty, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

Maksymalną liczbę punktów tj. 60 pkt. otrzyma Wykonawca, który zaproponuje najniższą cenę. Ilość punktów w tym kryterium wyliczona będzie zgodnie z poniższym wzorem, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, według zasady matematycznej: wartości 1-4 zaokrągla się w dół, 5-9 zaokrągla się w górę:

Cena oferty najniższej x 60
----- = liczba punktów oferty badanej (C)

Cena oferty badanej

gdzie:

C – liczba punktów uzyskanych w kryterium „Cena”.

2) Kryterium II - Koncepcja realizacji przedmiotu zamówienia

W niniejszym kryterium Wykonawca może otrzymać maksymalnie 30 punktów. W ramach tego kryterium będą przyznawane przez oceniających punkty w postaci liczb całkowitych. Punkty z ocen indywidualnych zostaną zsumowane i podzielone przez liczbę osób dokonujących oceny. Otrzymane liczby będą wyliczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, według zasady matematycznej: wartości 1-4 zaokrągla się w dół, 5-9 zaokrągla się w górę.

Ocenie podlegać będzie: atrakcyjność zaproponowanego sposobu realizacji zakresu tematycznego i rzeczowego poszczególnych zadań, o których mowa w „Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia” (załącznik nr 7 do zapytania ofertowego). Ocena dokonywana będzie na podstawie informacji zawartych w przedstawianym wraz z ofertą Ramowym scenariuszu realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii przygotowanym wg wzoru stanowiącego załącznik nr 8 do zapytania ofertowego.

Zasady punktacji dla kryterium „Koncepcja realizacji przedmiotu Zamówienia” wraz z wyodrębnionymi w nim elementami podlegającymi ocenie:

- a) ocena dopasowania hasła do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego – od 0 do 2 pkt.,
- b) atrakcyjność scenariusza spotu telewizyjnego – dopasowanie do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego, ilość i miejsce emisji, udział w spocie znanych osobistości, itp. – od 0 do 3 pkt.,
- c) atrakcyjność scenariusza spotu radiowego – dopasowanie do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego, ilość i miejsce emisji, udział w spocie znanych osobistości, itp. – od 0 do 3 pkt.,
- d) atrakcyjność konkursu promującego zrównoważoną mobilność i proekologiczne zachowania: przedmiot/rodzaj konkursu, dopasowanie konkursu do tematu i celów kampanii, miejsca jej realizacji oraz specyfiki Zamawiającego, sposób zachęcania mieszkańców (internautów) do udziału w konkursie, zaproponowane nagrody dla laureatów/uczestników konkursu – od 0 do 6 pkt.,
- e) atrakcyjność rajdów rowerowych wraz z piknikami rodzinnymi (od 0 do 8 pkt.), w tym:
 - nawiązanie rajdów do tematu i celów kampanii, niepowtarzanie się tras (2 rajdy), sposób rekrutacji uczestników, atrakcje w czasie rajdu (atrakcyjne miejsca na trasach rajdu i ich zwiedzanie), udział w rajdach znanych osobistości, organizacji

- pozarządowych, służb mundurowych, atrakcyjność upominków - od 0 do 4 pkt.,
- nawiązanie sposobu przeprowadzenia pikników do celów kampanii, miejsca przeprowadzenia pikników, rodzaj i powiązanie z tematem kampanii oraz niepowtarzanie się atrakcji w czasie pikników (animator, tematyczne gry i zabawy, konkursy, inne dodatkowe atrakcje), udział w piknikach popularnych osobistości, organizacji pozarządowych, służb mundurowych, sposób uwzględniania w organizacji pikników na wolnym powietrzu zmienności warunków pogodowych, atrakcyjność upominków i zaoferowanego poczęstunku dla uczestników - od 0 do 4 pkt.,
 - f) atrakcyjność scenariuszy spotkań dla dzieci i młodzieży: nawiązanie tematu spotkań do celów kampanii, miejsca przeprowadzenia spotkań, sposób rekrutacji uczestników, atrakcje w czasie spotkań (animator, gry i zabawy, konkursy, inne dodatkowe atrakcje), udział w spotkaniach znanych osobistości, organizacji pozarządowych, służb mundurowych, sposób uwzględniania w organizacji spotkań na wolnym powietrzu zmienności warunków pogodowych, atrakcyjność ewentualnych upominków i zaoferowanego poczęstunku dla uczestników spotkań - od 0 do 8 pkt.
- 3) Kryterium III - Doświadczenie osoby skierowanej do realizacji zamówienia - osoby koordynatora projektu.

W powyższym kryterium oceniane będzie doświadczenie osoby, o której mowa w Rozdziale VI pkt 1b niniejszego zapytania ofertowego, jako osoby koordynatora w kampaniach informacyjno- promocyjnych o tematyce związanej z transportem publicznym i/lub rowerowym i/lub pieszym.

Osobę tę wskazuje (z imienia i nazwiska) Wykonawca w pkt 1 formularza oferty i musi być to ta sama osoba, którą Wykonawca przydzieli do realizacji niniejszego zamówienia. W trakcie realizacji przedmiotu zamówienia ww. osobę można zmienić tylko i wyłącznie na osobę o nie mniejszym doświadczeniu.

W zależności od podanej przez Wykonawcę w formularzu oferty liczby należycie wykonanych przez osobę wskazaną w formularzu oferty w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, kampanii informacyjno-promocyjnych o tematyce związanej z transportem publicznym i/lub rowerowym i/lub pieszym - w których ww. osoba brała udział jako koordynator projektu, zostanie przyznana następująca ilość punktów:

- 1 kampania – 0 pkt.,
- 2 kampanie – 3 pkt.,
- 3 kampanie – 5 pkt.,
- 4 kampanie – 7 pkt.,
- powyżej 4 kampanii – 10 pkt.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w formularzu oferty imienia i nazwiska lub informacji dotyczących należycie wykonanych kampanii informacyjno-promocyjnych (minimum 1), to oferta będzie podlegała odrzuceniu.

3. Oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łącznie liczbą punktów w przyjętych kryteriach

oceny ofert.

Łączna liczba punktów = kryterium 1 + kryterium 2 + kryterium 3

4. Wykonawcę, który przygotuje i przeprowadzi kampanię informacyjno-promocyjną dla Miasta Kalisza wyłoni komisja oceniająca, złożona z pracowników Urzędu Miejskiego w Kaliszu, na podstawie przyjętych kryteriów wyboru ofert opisanych w niniejszym zapytaniu ofertowym.
5. Oferty, które nie będą podlegać odrzuceniu zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów w przyjętych kryteriach oceny ofert, a oferta która otrzyma największą, łączną liczbę punktów zostanie uznana za najkorzystniejszą. Pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z uzyskaną łączną liczbą punktów.
6. Jako najkorzystniejsza zostanie wybrana oferta, która będzie przedstawiała najkorzystniejszy bilans punktów w oparciu o kryteria określone w pkt. 2, wg wzoru określonego w pkt. 3, tzn. uzyska największą łączną ilość punktów (i nie będzie podlegała odrzuceniu).
7. Jeżeli dwie oferty lub więcej uzyskają taką samą łączną liczbę punktów i będzie to najwyższa liczba punktów spośród złożonych ofert, Zamawiający spośród tych ofert za najkorzystniejszą uzna ofertę z najniższą ceną.
8. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

VIII. Opis sposobu przygotowania oferty

1. Wykonawca zobowiązany jest złożyć ofertę na formularzu oferty, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do niniejszego zapytania.
2. Wraz z ofertą (formularzem oferty) Wykonawca przedkłada:
 - 1) formularz cenowy wg wzoru stanowiącego załącznik nr 3 do zapytania ofertowego,
 - 2) oświadczenie własne wg wzoru stanowiącego załącznik nr 4 do zapytania ofertowego,
 - 3) wykaz głównych usług wg wzoru stanowiącego załącznik nr 5 do zapytania ofertowego wraz z referencjami/poświadczeniami należytego wykonania usług wymienionych w uzupełnionym załączniku,
 - 4) ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii, wg wzoru stanowiącego załącznik nr 8 do zapytania ofertowego.
3. Zaproponowane przez Wykonawcę w formularzu oferty ceny brutto winny zawierać wszelkie koszty wykonania zadania. Ryzyko błędnej kalkulacji cen w ofercie obciąża Wykonawcę.
4. Jako formułę wynagrodzenia w postępowaniu Zamawiający przyjmuje wynagrodzenie ryczałtowe.
5. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie przez tego samego Wykonawcę więcej niż jednej oferty lub oferty zawierającej alternatywę realizacji przedmiotu zamówienia spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Wykonawcę.
6. Oferta oraz wszelkie dokumenty z nią składane muszą być sporządzone w języku polskim w sposób czytelny i trwały.
7. Oferta oraz dokumenty wraz z nią przedkładane muszą być podpisane przez osobę/osoby upoważnioną/e do reprezentacji Wykonawcy. Wszelkie poprawki w ofercie muszą być naniesione czytelnie oraz opatrzone datą i podpisem osoby/osób upoważnionej/ych do reprezentacji Wykonawcy.
8. Wszelkie koszty związane z przygotowaniem oraz złożeniem oferty ponosi Wykonawca,

niezależnie od wyniku postępowania.

9. Oferta oraz dokumenty do niej dołączone winny być przygotowane zgodnie z wymogami zawartymi w zapytaniu i odpowiadać jego treści.
10. Wykonawca jest związany ofertą przez okres 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
11. Dokumenty, dla których Zamawiający określił wzory w formie formularzy załączonych do niniejszego zapytania ofertowego winny być wypełnione zgodnie z tymi wzorami, co do treści oraz opisu kolumn i wierszy.
12. Złożone wraz z ofertą informacje, które stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji muszą być odpowiednio oznaczone.
13. Cenę oferty należy obliczyć na formularzu cenowym (załącznik nr 3 do zapytania ofertowego), a następnie cenę oferty wpisać na formularzu oferty (załącznik nr 2 do zapytania ofertowego),
14. Wykonawca winien oddzielnie wycenić każdą pozycję formularza cenowego (załącznik nr 3 do zapytania ofertowego), określając wartość netto, podatek VAT i wartość brutto dla każdej pozycji,
15. Wykonawca jest zobowiązany do wypełnienia i określenia wartości dla wszystkich pozycji występujących w formularzu cenowym (załącznik nr 3 do zapytania ofertowego). Brak wypełnienia i określenia wartości którejkolwiek pozycji spowoduje odrzucenie oferty.
16. Cena oferty powinna zawierać wszystkie koszty, podatki, opłaty, jakie są niezbędne do poniesienia dla prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia.
17. Ustalone przez Wykonawcę ceny obowiązywać będą przez okres ważności umowy i nie będą podlegały waloryzacji.

IX. Termin składania ofert

1. **Pisemną ofertę wraz z załącznikami** w zamkniętej, opieczetowanej kopercie, opisanej „NIE OTWIERAĆ”, zaadresowanej na Zamawiającego i oznaczonej: „Oferta na przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej transportu publicznego, rowerowego i pieszego” **należy dostarczyć** za pośrednictwem poczty, kuriera lub osobiście na adres: Urząd Miejski w Kaliszu, Biuro Komunikacji Społecznej, ul. Główny Rynek 20, 62 - 800 Kalisz (pok. 23 na I piętrze) **w nieprzekraczalnym terminie do dnia 29 września 2017 roku do godz. 10:00.**
2. Oferta złożona po terminie zostanie odrzucona. Za dostarczenie oferty w inne miejsce niż wskazane powyżej lub pozostawienie awizo Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności.
3. W przypadku przesłania oferty pocztą lub przesyłką kurierską do Zamawiającego, należy wziąć pod uwagę, że terminem jej dostarczenia (złożenia) Zamawiającemu jest jej wpływ do miejsca oznaczonego przez Zamawiającego jako miejsce składania ofert (a nie np. Kancelaria Ogólna Urzędu Miejskiego w Kaliszu lub inny sekretariat działający w strukturze organizacyjnej Zamawiającego).
4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert oraz żądać złożenia brakujących dokumentów.
5. Wykonawca może, przed upływem terminu składania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.

X. Projekt umowy

1. Projekt umowy stanowi załącznik nr 6 do niniejszego zapytania ofertowego.
2. Określenie warunków istotnych zmian umowy zawiera projekt umowy.

XI. Informacje o sposobie porozumiewania się

1. Pracownikami uprawnionymi do kontaktowania się z Wykonawcami są:
 - a) w kwestii umowy i zapytania ofertowego - Marta Jeżyk, Biuro Komunikacji Społecznej, tel. 62 7654468, mjezyk@um.kalisz.pl,
 - b) w kwestiach graficznych - Joanna Czajczyńska, Biuro Komunikacji Społecznej, tel. 62 7654427, jczajczynska@um.kalisz.pl,
 - c) w kwestii umowy i zapytania ofertowego oraz w kwestii artykułów - Katarzyna Ciupek – Biuro Komunikacji Społecznej, tel. 62 7654366, kciupek@um.kalisz.pl.
2. Zmiany i wyjaśnienia do niniejszego zapytania zamieszczane na stronie internetowej, o której mowa w pkt II.3. zapytania mają charakter wiążący dla Wykonawców.

XII. Informacje dodatkowe

1. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy lub odmawia podpisania umowy na warunkach określonych w ofercie, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia lub unieważnienia niniejszego postępowania na każdym jego etapie, bez podania przyczyn, bez wyboru którejkolwiek ze złożonych ofert bądź ograniczenia przedmiotu zamówienia. Unieważnienie postępowania może również być wynikiem przekroczenia kwoty, którą Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zamówienia.
3. Niniejsze zaproszenie nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu Cywilnego jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo Zamówień publicznych, która nie ma zastosowania do niniejszego postępowania (art. 4 pkt 8 Pzp).
4. Niniejsze zapytanie nie stanowi zobowiązania Zamawiającego do zawarcia umowy.
5. Decyzja Zamawiającego o wykluczeniu Wykonawcy, odrzuceniu oferty jest decyzją ostateczną.
6. Nie prowadzi się indywidualnych negocjacji na temat cen, terminów wykonania zamówienia i terminów składania ofert.
7. Zamawiający na stronach internetowych, o których mowa w części II pkt. 3 zamieści informację o wyborze Wykonawcy lub unieważnieniu bądź nierozstrzygnięciu postępowania. Ponadto Zamawiający zastrzega sobie prawo do informowania opinii publicznej o wyłonieniu Wykonawcy oraz przedmiocie zamówienia i wartości zamówienia.

XIII. Załączniki:

1. System identyfikacji wizualnej miasta (załącznik nr 1).
2. Formularz oferty (załącznik nr 2).
3. Formularz ceny (załącznik nr 3).
4. Oświadczenie własne Wykonawcy (załącznik nr 4).
5. Wykaz głównych usług (załącznik nr 5).
6. Projekt umowy (załącznik nr 6).
7. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (załącznik nr 7),
8. Ramowy scenariusz realizacji zadań zaplanowanych w ramach kampanii (załącznik nr 8).



Kierownik Biura Komunikacji Społecznej

/-/

Elżbieta Zmarzła