

**ISTOTNE WARUNKI UDZIELENIA ZAMÓWIENIA (IWUZ)
SEKTOROWEGO O WARTOŚCI PONIŻEJ PROGÓW UNIJNYCH**

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia sektorowego na **usługi kampanii informacyjnej na temat uruchomienia nowych linii metropolitalnych.**

I. Nazwa i adres Zamawiającego:

Zamawiający: **Zarząd Transportu Metropolitalnego**
Adres do korespondencji: ul. Barbary 21A, 40-053 Katowice
Godziny pracy: poniedziałek – piątek od 7.00 – 15.00

II. Opis przedmiotu zamówienia sektorowego

Przedmiotem zamówienia są usługi kampanii informacyjnej na temat uruchomienia nowych linii metropolitalnych – zakup miejsca reklamowego oraz realizacja działań reklamowych i informacyjnych w zakresie prowadzonych przez ZTM działań w ramach organizacji transportu autobusowego.

CZĘŚĆ I

1.1. Kampania w Internecie

Zamówienie obejmuje:

1.1.1. Serwisy społecznościowe

- 1) Kampania śledząca, oparta na pixelu Facebooka (wyświetlana osobom, które wchodziły na stronę ZTM i ŚKUP).

Czas trwania: 2 tygodnie; 14 dni (dwie kampanie).

Zakładane terminy:

pierwszy tydzień od uruchomienia kampanii – 7 dni kalendarzowych

trzeci tydzień od uruchomienia kampanii – 7 dni kalendarzowych

- 2) Posty sponsorowane, targetowane na mieszkańców miast metropolii

Czas trwania: 2 tygodnie, 14 dni (dwie kampanie).

Potencjalny zasięg wyświetleń: 2 000 000 użytkowników.

Szacowane dzienne wyniki 229 000 – 663 000 odsłon (wyświetleń).

Zakładane terminy:

drugi tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii) – 7 dni kalendarzowych

czwarty tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii) – 7 dni kalendarzowych

1.1.2. Serwisy informacyjne

Kampania z geotargetowaniem po IP dla miast, miejscowości Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii (GZM) na portalach horyzontalnych (zawierających informacje dla szerokiego grona odbiorców, posiadających różnorodne sekcje tematyczne np. Wiadomości, Kobieta, Motoryzacja oraz funkcjonalności np.

poczta), serwisach lokalnych/regionalnych, aplikacjach oraz serwisach RON wydawców, posiadających udział w rynku wydawców w województwie śląskim na poziomie +/- 15%, 150 000 odsłon/dziennie (bez cappingu). Dane na podstawie liczby internautów badania PBI/Gemius.

Czas trwania kampanii: 2 tygodnie, z podziałem jeden tydzień/jeden portal (wydawca), drugi tydzień/drugi portal (wydawca).

Łączna oczekiwana liczba odsłon na dwóch portalach: +/- 15% 2 100 000.

Przykładowe formaty nośników: mix formatów, w tym billboard, doublebillboard, mobile rectangle, top mobile board.

Zakładane terminy:

- pierwszy tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii) – 7 dni kalendarzowych
- drugi tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii) – 7 dni kalendarzowych.

Planowany termin realizacji kampanii – 30 dni od daty podpisania umowy (nie później niż do dnia 31.08.2021 r.)

1.2. Reklamy w radio

1.2.1. Kampania spotowa

Zakres prac:

- 1) Zakup czasu antenowego u nadawców.
- 2) Emisja max. 30-sekundowych spotów, w co najmniej 4 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłoszenie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych).
- 3) Wykonawca po zakończeniu umowy powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track).
- 4) Liczba spotów: min. 30 spotów emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej.
- 5) Emisja spotów wyłącznie w dni robocze (od poniedziałku do piątku).
- 6) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w aglomeracji śląskiej, wiek: 25-55.
- 7) Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia do oferty siatki spotów wraz z wyliczonymi parametrami kampanii.
- 8) Do emisji przekazane mogą być maksymalnie 3 różne o maksymalnej długości 30-sekund spoty reklamowe.
- 9) Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłoszeniach radia internetowego.
- 10) Czas trwania – 4 tygodnie.

- 11) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w każdym tygodniu trwania kampanii w innej stacji radiowej.
Termin emisji: cztery tygodnie trwania kampanii.
Zakładane terminy:
Radio 1 – pierwszy tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)
Radio 2 – drugi tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)
Radio 3 – trzeci tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)
Radio 4 – czwarty tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)

1.3. Wskazania sponsorskie

Zakres prac:

- 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów w formie wskazania sponsorskiego w dwóch różnych stacjach radiowych.
- 2) Stacje, w których realizowane są wskazania sponsorskie mogą się pokrywać ze stacjami, w których realizowana jest kampania spotowa.
- 3) Przewidywana długość spotów to 8-10 s. Wskazanie sponsorskie tworzyć będą dwa spoty emitowane przed oraz po wybranej audycji.
- 4) Do produkcji i emisji przekazane mogą być maksymalnie 2 różne wskazania (cztery spoty o długości 8-10 s).
- 5) Emisja wskazań, w co najmniej 2 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłoszenie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych).
- 6) Wskazania należy umieszczać przed oraz po audycji (taka emisja traktowana jako jedno wskazanie sponsorskie). W szczególności preferowane są informacje drogowe i/lub prognoza pogody.
- 7) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w czwartym kwartale 2020 r. oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track).
- 8) Liczba wskazań: min. 10 wskazań emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej.
- 9) Emisja wskazań wyłącznie w dniach roboczych.
- 10) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w grupie aglomeracja śląska, wiek: 25-55.
- 11) Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia do oferty siatki wskazań wraz z wyliczonymi parametrami kampanii.
- 12) Zamawiający nie dopuszcza emisji wskazań sponsorskich w rozgłoszeniach radia internetowego.

- 13) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w jednej stacji, w ciągu dwóch kolejnych tygodni w kolejnej stacji radiowej.
- 14) Termin emisji: cztery tygodnie trwania kampanii (pierwszy i drugi tydzień – w jednej stacji radiowej; trzeci i czwarty tydzień – w innej stacji radiowej).

Zakładane terminy:

Radio 1a – pierwszy i drugi tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)

Radio 2a – trzeci i czwarty tydzień od rozpoczęcia realizacji umowy (uruchomienia kampanii)

Planowany termin realizacji kampanii – 30 dni od daty podpisania umowy (nie później niż do dnia 31.08.2021 r.)

CZĘŚĆ II

2.1. Wydruk, montaż i ekspozycja materiałów reklamowych

2.1.1. Druk, montaż i ekspozycja plakatów na nośnikach typu citylight.

Zakres prac:

- 1) Druk, montaż oraz ekspozycja plakatów reklamowych na maksymalnie 70 nośnikach citylight. Zamawiający zastrzega, że może zmniejszyć liczbę nośników maksymalnie o 40% (do 42 szt.). Decyzja o zmniejszeniu uzależniona jest od faktycznej liczby uruchamianych w pierwszym etapie linii metropolitalnych
- 2) Dodatkowo wydruk i montaż plakatów citylight na wskazanych przez Zamawiającego lokalizacjach (na terenie miasta Tychy. Liczba dodatkowych plakatów przekazana zostanie w terminie do pięciu dni roboczych przed rozpoczęciem ekspozycji. Maksymalna liczba dodatkowych plakatów – 30 szt. Zamawiający zastrzega, że może nie wykorzystać tej opcji).
- 3) Ekspozycja w wybranych lokalizacjach, minimum nieprzerwanie przez 30 dni (bez podziału na 2-tygodniowe interwały).
- 4) Zamawiający przewiduje maksymalnie do 4 różnych wzorów plakatów.
- 5) Zamawiający przekaze Wykonawcy gotowe projekty graficzne plakatów.
- 6) Lista wskazanych, preferowanych do emisji citylightów przystanków stanowi załącznik nr 5 do IWUZ.
- 7) W załączniku zaznaczono przystanki, na których w pierwszej kolejności powinny być umieszczone plakaty (priorytetowe). Zamawiający wymaga, aby co najmniej 80 proc. zaproponowanych lokalizacji obejmowało te wskazane priorytetowe przystanki. Pozostałe 20 proc. spośród zaproponowanych lokalizacji może znajdować się na pozostałych przystankach wskazanych w załączniku lub w ich pobliżu.
- 8) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia do 20% lokalizacji przedstawionych przez Wykonawcę i ponownego jednorazowego zaproponowania przez niego alternatywnych lokalizacji, spełniających wytyczne określone w pkt 6 i 7, w celu skompletowania wymaganej liczby nośników.



- 9) Na węzłowych przystankach z większą niż jedna liczbą wiat, Zamawiający dopuszcza umieszczenie dwóch citylightów (m.in. przystanki: Katowice Mickiewicza, Katowice Piotra Skargi, Katowice Sokolska kier. Siemianowice, Gliwice pl. Piastów, Mikołów Dworzec, Chorzów Rynek).

Zamawiający dopuszcza ekspozycję plakatów citylight na wiatkach w formie digitalowej. Liczba takich ekspozycji nie może przekraczać 10% liczby wszystkich wybranych przystanków.

Termin ekspozycji reklam: co najmniej 30 dni (planowany termin rozpoczęcia realizacji umowy – od 1 kwietnia; w przypadku zmiany nowy termin wskazany zostanie z co najmniej 10-dniowym wyprzedzeniem (10 dni kalendarzowych). Rozpoczęcie ekspozycji citylightów będzie odbywać się od pierwszego lub piętnastego dnia każdego miesiąca. Zakończenie realizacji umowy przewidywane jest nie później niż na 31 sierpnia br.

2.1.2 Druk i dostawa materiałów informacyjnych

Zamawiający prześle projekty graficzne materiałów reklamowych do druku (tj. ulotek i plakatów).

Zakres prac:

- 1) Wydruk ulotek A5 (20 000 szt.) – ulotka, druk dwustronny, pełen kolor, papier kreda mat. 150 g. Zamawiający dopuszcza druk maksimum siedmiu wzorów z każdego formatu.

W przypadku kilku wzorów nakład rozbity zostanie na odpowiednią liczbę osobnych zamówień. Minimalny nakład pojedynczego zamówienia to 1000 szt. Suma wydruków wszystkich wzorów nie przekroczy 20 tys. szt.

Wydruk ulotek 3DL (1000 szt.) – ulotka, druk dwustronny, pełen kolor, papier kreda mat. 150 g.

Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów z każdego formatu. W tym przypadku minimalny nakład każdego wzoru wyniesie 500 szt.

- 2) Wydruk plakatów – format 58x84 cm (zbliżony do A1). Nakład 22 szt. Druk jednostronny, pełen kolor, papier kreda mat, 150 g. Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów z każdego formatu. W tym przypadku minimalny nakład każdego wzoru wyniesie 10 szt.
- 3) Wydruk plakatów – format A3. Nakład 200 szt. Druk dwustronny, pełen kolor, papier kreda mat, 150 g. Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów z każdego formatu. W tym przypadku minimalny nakład każdego wzoru wyniesie 100 szt.
- 4) Wydruk plakatów do gablot reklamowych na dworcu autobusowym w Tarnowskich Górach – format do gabloty 91x141cm, powierzchnia widoczna plakatu 85,5x135cm. Nakład 13 sztuk. Druk jednostronny, pełen kolor, papier kreda mat, 150 g. Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów.

Termin: do pięciu dni roboczych od przekazania przez Zamawiającego prawidłowych plików do druku.

Planowany termin realizacji kampanii – 30 dni od daty podpisania umowy (nie później niż do dnia 31.08.2021 r.)

2.1.3. Dostawa

Zakres prac:

Dostarczenie wskazanych przez Zamawiającego materiałów reklamowych do siedziby ZTM, Katowice, ul. Barbary 21A. Dostarczenie do siedziby oznacza wniesienie i ułożenie materiałów we wskazanym przez pracowników Zamawiającego miejscu w budynku.

Termin: dostawa zrealizowana na maksymalnie 5 dni roboczych od przekazania prawidłowych plików do druku.

CZĘŚĆ III

3.1. Dystrybucja - Usługi informatorów

16 informatorów do pracy (udzielania informacji oraz dystrybucji przekazanych materiałów) na przystankach wraz z zakupem i oznakowaniem kamizelek odblaskowych

Zakres prac

- 1) Angaż 16 osób do pracy na wskazanych przez organizatora przystankach w charakterze informatora.
Do obowiązków informatorów będzie udzielanie informacji nt. zmian w organizacji komunikacji (uruchomienie linii metropolitalnych wraz ze zmianami na poszczególnych liniach zwykłych). Informatorzy otrzymają ulotki z informacjami dla pasażerów oraz dodatkowe materiały z informacjami merytorycznymi niezbędnymi do realizacji zadania.
- 2) Praca na wskazanych przez ZTM przystankach, zgodnie z harmonogramem zaakceptowanym przez ZTM. Teren pracy – miasta na terenie GZM, w szczególności: Katowice, Gliwice, Ruda Śląska, Dąbrowa Górnicza, Chorzów, Bytom, Tarnowskie Góry, Sosnowiec, Mikołów, Tychy, Zabrze.
- 3) Praca w dni robocze w godz. 6.00-9.00 oraz 14.00-18.00.
- 4) Zakładane terminy:
 - a) trzy dni robocze przed planowanym uruchomieniem linii metropolitalnych.
 - b) trzy dni robocze od dnia uruchomienia linii metropolitalnych.
- 5) Informatorzy powinni zostać wyposażeni w kamizelki odblaskowe oznakowane zgodnie ze wskazaniami ZTM. Projekt oznakowania kamizelek ZTM przekaze Wykonawcy po podpisaniu umowy, nie później niż 5 dni roboczych przed rozpoczęciem realizacji umowy. Zakup oraz oznakowanie kamizelek leży po stronie Wykonawcy.
- 6) Informatorzy wyposażeni zostaną w materiały informacyjne (ulotki do przekazywania pasażerom). Przygotowane ulotki dotyczyć będą poszczególnych tras. Wykonawca zobowiązany będzie do przydziału ulotek informatorom zgodnie z obsługiwany terenem. Ulotki do odbioru będą w siedzibie Zamawiającego nie później niż jeden dzień roboczy przed rozpoczęciem realizacji umowy.
- 7) Wykonawca zobowiązany jest skierować osoby zatrudniane jako informatorzy na szkolenie prowadzone w porozumieniu z Zamawiającym. Szkolenie zaplanowane jest w siedzibie Zarządu Transportu Metropolitalnego, 40-053 Katowice, ul. Barbary 21A w terminie min. 3 dni robocze przed rozpoczęciem realizacji

umowy. Szkolenie odbywać się będzie w dzień roboczy między godz. 7.30 a 14.30. W przypadku uzasadnionej sytuacji szkolenie może zostać zorganizowane w formie on-line. Udział w szkoleniu jest warunkiem dopuszczającym do pracy jako informator na przystanku.

Planowany termin realizacji kampanii – 30 dni od daty podpisania umowy (nie później niż do dnia 31.08.2021 r.)

CZĘŚĆ IV

4.1. Montaż na pojazdach

Wykonanie usługi oklejenia pojazdów nalepkami zewnętrznymi

Zakres prac:

- 1) Wydruk przekazanego przez ZTM projektu i wykonanie naklejek z folii ciętej po obrysie (folia ploterowa samochodowa lub folia barwiona w masie) – komplet 2 naklejek na 1 autobus – przód oraz prawy bok (od drzwi).
- 2) Montaż naklejek na karoserii autobusów (130 pojazdy) w zajezdniach autobusowych operatorów (załącznik nr 3 – wykaz pojazdów do oklejenia). Zajezdnie mieszczą się na terenie: Katowic, Sosnowca, Gliwic, Tych oraz Świerklańca.
- 3) W załączniku nr 4 prezentacja – wizualizacja skali oraz zasady oklejenia autobusów. Ostateczny plik do produkcji nalepek przekaże Zamawiający.
- 4) Wszelkie uzgodnienia dotyczące pozwoleń związanych z wejściem na zajezdnię, terminu wykonywania prac itp. Wykonawca prowadził będzie bezpośrednio z przedstawicielami operatorów, których własnością są pojazdy (PKM Katowice, PKM Gliwice, PKM Tychy, PKM Sosnowiec, PKM Świerklaniec).
- 5) W razie konieczności Wykonawca zobowiązany jest do demontażu starych naklejek umieszczonych na karoserii pojazdu.
- 6) Wykonawca zobowiązany jest do udzielenia gwarancji (wytrzymałość folii, trwałość kolorów) na okres co najmniej 12 miesięcy.
- 7) Zamawiający zastrzega, że może całkowicie zrezygnować z tej części zamówienia lub zmniejszyć liczbę autobusów przeznaczonych do oklejenia lub zmienić termin oklejenia części pojazdów. Decyzja o zmniejszeniu liczby lub zmianie terminu uzależniona jest od faktycznej liczby uruchamianych w pierwszym etapie linii metropolitalnych. Zakończenie realizacji umowy przewidziane jest najpóźniej na 31 sierpnia 2021 r.

Planowany termin realizacji kampanii – 30 dni od daty podpisania umowy (nie później niż do dnia 31.08.2021 r.)

Raport ze zrealizowanych działań

Zakres prac:

- 1) Wykonawca przedstawi raport ze wszystkich zrealizowanych działań zawierający:
 - a) dokumentację potwierdzającą wykonanie wszystkich usług (sprawozdania/oświadczenia/potwierdzenia realizacji/dokumentację fotograficzną dla reklam typu citylight/screeny od wydawców i nadawców),



w tym w zakresie działań internetowych dla każdej z pozycji dane potwierdzające zastosowane kryteria targetowania. W przypadku serwisu Facebook – dodatkowo rozbić na zastosowane formaty reklamowe. W przypadku usługi oklejenia autobusu dokumentację fotograficzną dla każdego pojazdu wraz z jego numerem bocznym oraz numerem rejestracyjnym.

b) opis wszystkich zrealizowanych działań.

- 2) Wykonawca ostateczną wersję raportu ze wszystkich zrealizowanych działań (zaakceptowaną przez Zamawiającego) przekaze Zamawiającemu w formie wydruku kolorowego w formacie A4 (2 kopie), zawierającego ww. zakres oraz w wersji elektronicznej (pliki w formacie .pdf i .doc) nie później niż do dwudziestu dni roboczych od zakończenia realizacji umowy.

Po ostatecznej akceptacji raportu ze zrealizowanych działań zostanie sporządzony protokół odbioru przedmiotu umowy podpisany przez obie Strony. Podpisany przez obie Strony protokół „bez zastrzeżeń” będzie stanowił podstawę do wystawienia faktury przez Wykonawcę.

Wykonawca w terminie do 5 dni roboczych od daty zawarcia umowy przekaze Zamawiającemu harmonogram działań z proponowanymi terminami, wymogami technicznymi dotyczącymi materiałów reklamowych, proponowanymi scenariuszami itd.

III. Termin wykonania zamówienia: nie później niż do dnia 31.08.2021 r.

IV. Termin związania ofertą

Wykonawca jest związany złożoną ofertą 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert, przy czym dzień składania ofert jest pierwszym dniem związania ofertą.

V. Informacja o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć Wykonawcy.

1. Zamawiający wymaga, aby oferta zawierała wypełniony i podpisany przez Wykonawcę formularz cenowo-ofertowy (wzór stanowi załącznik nr 1 do IWUZ).
2. W pkt 3 oferty wykonawca przedstawia wykaz wykonanych usług o zakresie odpowiadającym przedmiotowi zamówienia w danej części zamówienia, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert.
3. Wykaz, o którym mowa w pkt 2, ma potwierdzać, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert Wykonawca należycie wykonał lub wykonuje co najmniej jedną usługę (umowę) o zakresie odpowiadającym przedmiotowi zamówienia w danej części zamówienia.

VI. Informacja o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów

Wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje Zamawiający i Wykonawcy mogą przekazywać pisemnie lub pocztą elektroniczną.

VII. Osoby po stronie Zamawiającego uprawnione do porozumiewania się z Wykonawcami



1. Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Wykonawcami i udzielania wyjaśnień w sprawach proceduralnych i merytorycznych jest Regina Kamińska.
2. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie IWUZ od poniedziałku do piątku w godzinach 7.00 – 15.00 do dnia 11.03.2021 r.
3. Na zapytania doręczone Zamawiającemu po terminie wskazanym w pkt 2 Zamawiający nie będzie miał obowiązku odpowiedzi.

VIII. Miejsce i termin składania i otwarcia ofert.

1. Ofertę cenową należy złożyć w siedzibie Zamawiającego – ul. Barbary 21A, 40-053 Katowice, pok. nr 014 (Kancelaria) lub e-mailem na adres: rkaminska@metropoliaztm.pl, w terminie do 16.03.2021 r. do godz. 10:00.
2. Otwarcie ofert, bez udziału Wykonawców, nastąpi w dniu 16.03.2021 r. o godz. 10:30.
3. O złożonych ofertach i zaoferowanych cenach Wykonawcy zostaną niezwłocznie powiadomieni na adres poczty elektronicznej wskazanej w ofercie.

IX. Opis sposobu obliczenia ceny

1. Wykonawca wyliczy i poda cenę ofertową w ofercie, zgodnie z załącznikiem nr 1 do IWUZ (Formularz cenowo-ofertowy).
2. Podana cena ofertowa musi zawierać wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia, wynikające z opisu przedmiotu zamówienia.
3. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych lub złożenie oferty na wszystkie części zamówienia

X. Kryterium oceny ofert

1. Cena oferty (brutto) – 100%.
2. Zamawiający wybierze ofertę z najniższą ceną spośród ofert nieodrzuconych w danej części.
3. Jeżeli w postępowaniu nie będzie można dokonać wyboru oferty najkorzystniejszej ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych. Wykonawcy składając oferty dodatkowe nie mogą zaoferować cen wyższych, niż zaoferowane w złożonych ofertach.

XI. Informacje o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia

1. O wyborze oferty Zamawiający zawiadomi niezwłocznie Wykonawców, którzy złożyli oferty.
2. Zamawiający zawrze umowę niezwłocznie po przekazaniu zawiadomienia o wyborze oferty (wzory umów stanowią Załączniki nr 2 - 2c do IWUZ).
3. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyli się od zawarcia umowy, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny.

XII. Postanowienia końcowe.

1. W prowadzonym postępowaniu nie przysługują środki ochrony prawnej określone w przepisach ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Postępowanie prowadzone jest na podstawie wewnętrznych uregulowań organizacyjnych, bez zastosowania przepisów ustawy, o której mowa w pkt 1.
3. Zamawiający zastrzega możliwość unieważnienia postępowania bez podania uzasadnienia.
4. Zamawiający może wezwać Wykonawcę, który nie złożył oświadczenia, o którym mowa w pkt 3 formularza cenowo-ofertowego (dotyczy wykonanych lub wykonywanych usług), do jego złożenia w wyznaczonym terminie.
5. Zamawiający może wzywać Wykonawców, w wyznaczonym przez siebie terminie, do złożenia wyjaśnień dotyczących treści ofert lub dokumentów dołączonych do ofert.
6. Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli jej treść w istotnym zakresie nie odpowiada treści IWUZ, **w szczególności, jeżeli Wykonawca nie wykaże wykonania lub wykonywania co najmniej jednej usługi (umowy) o zakresie odpowiadającym przedmiotowi zamówienia w danej części zamówienia.**
7. Zamawiający może poprawić w ofercie:
 - a) oczywiste omyłki pisarskie,
 - b) oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek,
 - c) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z IWUZ niepowodujące istotnych zmian w treści oferty.

XIII. Klauzula informacyjna.

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), zwanego dalej „RODO”, Zamawiający informuje, że:

- a) administratorem danych osobowych jest Zarząd Transportu Metropolitalnego, zwany dalej ZTM”, z siedzibą w Katowicach (40-053), ul. Barbary 21A, tel. 32-74-38-401, faks 32-251-97-45,
- b) kontakt do inspektora ochrony danych osobowych w ZTM: e-mail: iod@metropoliaztm.pl; tel. (32) 74-38-478,
- c) dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego (numer postępowania: RM.261.3.2021),
- d) dane osobowe będą przechowywane przez okres nie dłuższy niż 4 lata od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, przy czym te czki aktowe dotyczące dokumentacji zamówienia publicznego będą przechowywane w archiwum zakładowym nie dłużej niż 5 lat od dnia zakończenia postępowania,
- e) obowiązek podania danych osobowych jest wymogiem związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego;
- f) w odniesieniu do danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosownie do art. 22 RODO,

- g) przysługuje:
- na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych,
 - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania danych osobowych, przy czym skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani istotną zmianą postanowień umowy,
 - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO, przy czym prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego,
 - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO,
- h) nie przysługuje:
- w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych,
 - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO,
 - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

Zatwierdzam

03.03.2021 r.

Zastępca Dyrektora ZTM
Handlowych
Andrzej Stangret

ZAŁĄCZNIKI:

1. Formularz cenowo-ofertowy (wzór).
2. Wzory umów (zał. nr 2 - 2c)
3. Wykaz pojazdów do oklejenia.
4. Przykładowa wizualizacja oklejenia autobusów
5. Zestawienie wskazanych przystanków

Naczelnik
Biura ds. Reklamy i Marketingu
Anna Koteras

Radca Prawny
Damian Jaromin
RT 2342
Sprawdzono pod względem
formalno-prawnym

