

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH
WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

dotycząca

postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu
nieograniczonego na:

usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM

Zatwierdzam

Dyrektor
Zarządu Transportu
Metropolitalnego

(-) Małgorzata Gutowska

Katowice, dnia 03.02.2020 r.

1. NAZWA ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Zarząd Transportu Metropolitalnego

ul. Barbary 21A, 40-053 Katowice.

tel.: +48 32 74 38 401

NIP: 634-29-22-705

Regon: 369308114

e-mail: zamowienia@metropoliatm.pl

strona internetowa: <https://www.metropoliatm.pl/pl/>

2. POSTANOWIENIA OGÓLNE

- 2.1. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego prowadzone jest zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843) zwanej dalej „ustawą Pzp”. Do czynności podejmowanych w postępowaniu przez Zamawiającego i Wykonawców stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego, jeżeli przepisy ustawy Pzp nie stanowią inaczej.
- 2.2. Wartość zamówienia nie przekracza kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp.
- 2.3. Ilekroć w treści jest mowa o SIWZ rozumie się przez to niniejszą specyfikację istotnych warunków zamówienia.

3. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia są usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM – wykup miejsca reklamowego, druk plakatów i ulotek, usługa informowania oraz produkcja spotu reklamowego.

- 3.1. Usługi kampanii w Internecie (serwisy społecznościowe).

Zamówienie obejmuje:

1. Kampanię messengerową.
Rodzaj kampanii: kliknięcie przenoszące do Messengera, wiadomość sponsorowana.
Czas trwania: 2 tygodnie (dwie kampanie).
Potencjalny łączny zasięg wyświetleń: 1 400 000 użytkowników.
Szacowany zasięg 21 000 – 60 000 odsłon (wyświetleń).
Szacowana liczba odpowiedzi na post przez użytkowników 8-22.
Termin od 2 do 8 marca 2020 roku; od 16 do 22 marca 2020 roku.
2. Kampanię śledzącą, opartą na pixelu Facebooka (wyświetlana osobom, które wchodziły na stronę ZTM i ŚKUP).
Czas trwania: 2 tygodnie (dwie kampanie).
Termin: od 9 do 15 marca 2020 roku; od 23 do 29 marca 2020 roku.
3. Posty sponsorowane, targetowane na mieszkańców miast metropolii
Czas trwania: 1 tydzień.
Potencjalny zasięg wyświetleń: 1 000 000 użytkowników..
Szacowane dzienne wyniki 229 000 – 663 000 odsłon (wyświetleń).
Termin: od 2 do 8 marca 2020 roku.

- 3.2. Usługi kampanii w stacjach radiowych:

Produkcja konkursu radiowego

- 1) Produkcja i emisja konkursu oraz zakupu czasu antenowego u nadawców.
- 2) Zamawiający wymaga przedłożenia do akceptacji projektu i założeń konkursowych - opracowanie scenariusza konkursu radiowego promującego nową taryfę ZTM.
- 3) Opracowanie regulaminu konkursu.

- 4) Organizacji konkursu, w tym bieżąca współpraca z Zamawiającym i wybranymi rozgłośniami radiowymi.
- 5) Emisja konkursu w co najmniej 4 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem teren obszaru GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalnych rozgłośniach stacji ogólnopolskich/multiregionalnych) – nazwa wraz z uzasadnieniem.
- 6) Konkurs przeprowadzany w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00).
- 7) Wskaźniki w grupie aglomeracja śląska, wiek: 25-55.
- 8) Zakup nagród po stronie Wykonawcy.
- 9) Termin emisji: od 2 do 31 marca 2020 roku - 1 tydzień (5 dni roboczych - Zamawiający przez „dni robocze” rozumie dni w tygodniu od poniedziałku do piątku) w każdej wybranej stacji radiowej (łącznie: 4 różne tygodnie, pod względem dat). Emisja konkursu (w tym zapowiedzi konkursu na antenie stacji radiowej w ciągu tygodnia konkursowego wraz z podaniem organizatora konkursu) o stałej godzinie zaakceptowanej przez Zamawiającego. Dokładne terminy zostaną uzgodnione z Zamawiającym po podpisaniu umowy.
- 10) Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłośniach radia internetowego.

Reklamy w radio

Zakres prac:

- 1) Produkcja i emisja spotu reklamowego oraz zakup czasu antenowego u nadawców.
- 2) Emisja 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 regionalnych rozgłośniach stacji ogólnopolskich/multiregionalnych).
- 3) Liczba spotów: min. 8 spotów emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii.
- 4) Minimum 50% 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.
- 5) Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia do oferty siatki spotów wraz z wyliczonymi parametrami kampanii.
- 6) Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji maksymalnie 3 różne 30-sekundowe spoty reklamowe do emisji.
- 7) Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłośniach radia internetowego.
- 8) Termin emisji: od 2 do 31 marca 2020 roku - 1 tydzień (7 dni) na w każdej wybranej stacji radiowej (łącznie: 4 różne tygodnie, pod względem dat).

- 3.3. Realizacja reklamy prasowej – zakup miejsca i emisja projektu przekazanego przez Zamawiającego.

Reklamy w prasie

Zakres prac:

- 1) Zakup powierzchni reklamowych.
- 2) Miejsce ekspozycji reklam: 1 cała, dowolna strona redakcyjna.
- 3) Liczba emisji: w każdym tytule prasowym po 2 emisje. Emisja w danym tytule musi być zrealizowana w 2 różnych tygodniach kalendarzowych. Emisje powinny być rozłożone proporcjonalnie w całym miesiącu.
- 4) W ramach jednego wydania gazety może się ukazać tylko jedna reklama.
- 5) Specyfikacja dziennika, format, ilość emisji oraz ich daty:

| L.p. | Specyfikacja tygodnika | Format | Ilość emisji | Daty emisji |
|------|---|-----------------------|--|--------------------------|
| 1 | Dzienniki obejmujące swoim zasięgiem miasta GZM o łącznym nakładzie nie mniejszym niż | 1 strona, pełny kolor | Łącznie 8 emisji (w 4 różnych tytułach, po 2 | Od 2 do 31 marca 2020 r. |

| | | | | |
|--|---|--|-----------|--|
| | 20 000 sztuk. Nie mniej niż 4 różne tytuły. | | w każdym) | |
|--|---|--|-----------|--|

3.4. Emisja plakatów na nośnikach typu citilight.

ZTM organizuje komunikację miejską na terenie gmin tworzących GZM, tj.: Będzin, Bieruń, Bobrowniki, Bojszowy, Bytom, Chełm Śląski, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gierałtówice, Gliwice, Imielin, Katowice, Knurów, Kobiór, Lędziny, Łaziska Górne, Mierzęcice, Mikołów, Mysłowice, Ożarówice, Piekary Śląskie, Pilchowice, Psary, Pyskowice, Radzionków, Ruda Śląska, Rudziniec, Siemianowice Śląskie, Siewierz, Sławków, Sosnowiec, Sośnicowice, Świerklaniec, Świętochłowice, Tarnowskie Góry, Tychy, Wojkowice, Wiry, Zabrze, Zbrostawice.

Reklamy na nośnikach typu Citylight - wykup

Zakres prac:

- 1) Rekomendowane miejscowości ekspozycji reklam: na terenie miast obszaru GZM w szczególności: Będzin, Czeladź, Katowice, Gliwice, Sosnowiec, Chorzów, Zabrze, Dąbrowa Górnicza, Tarnowskie Góry, Tychy, Piekary Śląskie, Bytom, Ruda Śląska, Mysłowice, Mikołów, Siemianowice Śląskie.
- 2) Weryfikacja przedstawionych przez Wykonawcę lokalizacji w uzgodnieniu z Zamawiającym. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia do 40% lokalizacji przedstawionych przez Wykonawcę i ponownego jednorazowego zaproponowania przez niego alternatywnych lokalizacji, spełniających wszystkie wytyczne określone w pkt 2, w celu skompletowania wymaganej liczby nośników.
- 3) Zakup lokalizacji zatwierdzonych przez Zamawiającego.
- 4) Liczba nośników na kampanię: 40 Citylightów w wiatach przystankowych o powierzchni reklamowej ok 2,16 m², format 120 x 180 cm, podświetlone.
- 5) Termin ekspozycji reklam: nie później niż od 2 marca 2020 r. i nie krócej niż do 31 marca 2020 r.
- 6) Druk oraz ekspozycja wszystkich plakatów reklamowych na nośnikach Citylight we wskazanych przez Zamawiającego miejscach.
- 7) Zamawiający przewiduje maksymalnie do 2 różnych plakatów graficznych.
- 8) Zamawiający przekaże Wykonawcy gotowe projekty graficzne plakatów.

Reklamy na nośnikach typu Citylight – druk i montaż

Zakres prac:

- 1) Druk plakatów oraz montaż na wskazanych przez Zamawiającego wiatach przystankowych.
- 2) Miejsce lokalizacji wiat: Tychy,
- 3) Liczba nośników: 80 sztuk (45 lokalizacji),
- 4) Termin montażu: od 2 do 3 marca 2020 roku.

3.5. Zamawiający przekaże Wykonawcy: projekty graficzne reklam do druku (ulotek, plakatów, reklam prasowych) oraz publikacji w Internecie oraz wszelkie potrzebne informacje merytoryczne konieczne do produkcji spotów i konkursów radiowych oraz informacje dot. dystrybucji - wskazanych w niniejszym dokumencie.

3.6. Druk, dostawa i dystrybucja materiałów informacyjnych i promocyjnych:

- druk plakatów (A1, A3, A4, citylight),
- druk ulotek (DL, 3 DL, A6),
- dystrybucja materiałów reklamowych do wskazanych lokalizacji,
- umieszczenie plakatów na wskazanych przystankach komunikacji miejskiej,
- przeprowadzenie bezpośredniej akcji informacyjnej przez informatorów we wskazanych lokalizacjach.

Druk materiałów informacyjnych

Zamawiający przekazuje projekty graficzne materiałów reklamowych do druku (tj. ulotek, plakatów i reklam prasowych).

Zakres prac:

1. Wydruk plakatów:
 - a) A1 (20 szt.) – pełen kolor, papier kreda mat, 130 g.
 - b) A3 (1 500 szt.) – pełen kolor, papier kreda mat, 130 g.
 - c) A4 (1 000 szt.) – pełen kolor, papier kreda mat. 130 g.
 - d) DL (1 000 szt.) – pełen kolor, papier kreda mat. 150 g.
 - e) Format 120x180 (citilight) – druk plakatów do nośników typu citilight
 - do wykupionych w czasie trwania kampanii 40 szt.
 - dodatkowe plakaty – 10 szt.
 - f) Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów z każdego formatu.
2. Wydruk ulotek:
 - a) 3DL (15 000 szt.) – pełen kolor, papier kreda mat, 130 g.
 - b) A6 (8 000 szt.) - pełen kolor, papier kreda mat, 130 g.

Dystrybucja

Zakres prac

1. Dostarczenie wskazanych przez Zamawiającego pakietów materiałów reklamowych do instytucji wskazanych przez Zamawiającego tj. urzędy miejskie 41 gmin należących do GZM, punkty obsługi ZTM (POP, POK punkty sprzedaży, siedziba ZTM). Liczba lokalizacji, do których będzie należało przekazać wskazane materiały informacyjne – minimum 50 lokalizacji, maksimum 75 lokalizacji na terenie miast GZM.
Termin: od 2 do 5 marca 2020 r.
2. Przeprowadzenie bezpośredniej akcji informacyjnej:
 - a) dystrybucja materiałów reklamowych (ulotek) przez informatorów na przystankach zlokalizowanych na terenie GZM. Dodatkowo informatorzy zobowiązani są udzielać informacji nt. nowej taryfy ZTM.
 - b) czas trwania akcji – 5 dni roboczych; w terminie – od 2 do 6 marca 2020 roku - 8h dziennie (od godz. 6.00-10.00 oraz od 14.00-18.00).
 - c) lokalizacja akcji - 10 punktów (przystanków komunikacji miejskiej) codziennie. W każdej lokalizacji we wskazanym terminie musi znajdować się co najmniej jedna osoba informująca pasażerów o prowadzonej akcji.
 - d) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić informatorom kamizelki odblaskowe z nadrukowanym logo ZTM oraz Metropolia GZM.

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 rozbiecie na zastosowane formaty reklamowe, w przypadku reklam prasowych Wykonawca dostarczy po jednym egzemplarzu dowodowych tygodników,
 - b) opis wszystkich zrealizowanych działań.
2. Wykonawca ostateczną wersję raportu ze wszystkich zrealizowanych działań (zaakceptowaną przez Zamawiającego) przekazuje Zamawiającemu w formie wydruku kolorowego w formacie A4 (2 kopie), zawierający ww. zakres oraz w wersji elektronicznej (pliki w formacie .pdf i .doc) nie później niż do 30 kwietnia 2020 r.

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.

- 3.7. Wykonawca w terminie do 5 dni roboczych od daty zawarcia umowy przekaże Zamawiającemu harmonogram kampanii reklamowej wraz z proponowanymi terminami, wymogami technicznymi dotyczącymi materiałów reklamowych, proponowanymi scenariuszami itd.
- 3.8. Kody i nazwy usług wg Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):
79341200-8 – usługi zarządzania reklamą,
79341400-0 – usługi prowadzenia kampanii reklamowych,
79342200-5 – usługi w zakresie promocji.

4. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Świadczenie usług kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM planowane jest do dnia 31 marca 2020 r.

5. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ PODSTAWY WYKLUCZENIA, O KTÓRYCH MOWA W ART. 24 UST. 5 USTAWY PZP

- 5.1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który nie podlega wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy Pzp.
- 5.2. Zamawiający nie określa warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1b ustawy Pzp.

6. OŚWIADCZENIE Z ART. 25a UST. 1 USTAWY PZP, A TAKŻE OŚWIADCZENIE POTWIERDZAJĄCE BRAK PODSTAW DO WYKLUCZENIA

- 6.1. Wykonawca składa wraz z ofertą **aktualne na dzień składania ofert** oświadczenie stanowiące wstępne potwierdzenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania.
- 6.2. Oświadczenie Wykonawca składa w **formie pisemnej**, zgodnie ze wzorem stanowiącym **Załącznik nr 2** do SIWZ.
- 6.3. Jeżeli Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, oświadczenie, o którym mowa w pkt 6.1, **składa każdy Wykonawca**. Oświadczenie potwierdza, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania.

Zamawiający, niezwłocznie po otwarciu ofert zamieści na stronie internetowej informacje, o których mowa w art. 86 ust. 5 ustawy Pzp, w szczególności dotyczące firm oraz adresów Wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie. Wykonawca, **w terminie trzech dni od zamieszczenia na stronie internetowej tych informacji**, przekazuje Zamawiającemu, **bez wezwania:**

- 6.4. Oświadczenie o przynależności albo braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp (zgodnie ze wzorem stanowiącym **Załącznik nr 3** do SIWZ). Jeżeli w postępowaniu zostanie złożona jedna oferta, Wykonawca, który ją złożył, nie przekazuje Zamawiającemu oświadczenia, o którym mowa w pkt 6.4.

7. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI ORAZ PRZEKAZYWANIA OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW, A TAKŻE OSOBA UPRAWNIONA DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI

- 7.1. Komunikacja między Zamawiającym a Wykonawcami odbywa się za pośrednictwem operatora pocztowego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe

(Dz. U. z 2018 r. poz. 2188, z późn. zm.), za pośrednictwem posłańca lub przy użyciu poczty elektronicznej.

- 7.2. Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Wykonawcami jest Grzegorz Włoczyk – Naczelnik Wydziału Zamówień Publicznych i Zakupów, e-mail: zamowienia@metropoliaztm.pl.

8. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM

- 8.1. Wadium w wysokości **5000,00 zł** (słownie: pięć tysięcy złotych 00/100) Wykonawca powinien wnieść przed upływem terminu składania ofert, określonego w pkt 11.2 SIWZ.
- 8.2. Wadium może być wniesione w jednej lub kilku następujących formach:
- w pieniądzu,
 - w poręczeniach bankowych, lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
 - gwarancjach bankowych,
 - gwarancjach ubezpieczeniowych,
 - poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2019 r. poz. 310, z późn. zm.).
- 8.3. Wadium w pieniądzu należy wnieść przelewem na rachunek o numerze **59 1090 1186 0000 0001 3708 1411 z adnotacją „Wadium – usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM”**.
- 8.4. Wadium wniesione w pieniądzu uznaje się za wniesione w terminie, jeżeli najpóźniej w terminie jego wniesienia, określonym w pkt 8.1, zostanie uznany rachunek bankowy Zamawiającego na kwotę wadium.
- 8.5. Wadium w innej formie niż pieniądz należy złożyć w kasie w siedzibie Zamawiającego (parter, pokój 008 w godz. 7:30÷14:30) w formie oryginału dokumentu, przed upływem terminu składania ofert.

9. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

Wykonawca będzie związany złożoną ofertą **do dnia 11.03.2020 r.**

10. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT

- 10.1. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę, a jej treść musi odpowiadać treści SIWZ.
- 10.2. Oferta powinna być sporządzona w języku polskim, napisana pismem maszynowym, komputerowym lub nieścieralnym atramentem, z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności, tj. własnoręcznie podpisana przez osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy, zgodnie z zasadami reprezentacji Wykonawcy (czytelny podpis albo co najmniej podpis skrócony i czytelnie napisane imię i nazwisko, np. pieczęć imienna).
- 10.3. Jeżeli Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, do oferty powinno być dołączone pełnomocnictwo dla ustanowionego pełnomocnika, o którym mowa w art. 23 ust. 2 ustawy Pzp.
- 10.4. Jeżeli oferta będzie podpisana przez pełnomocników, Wykonawca powinien dołączyć do oferty pełnomocnictwa, z treści których wynikać będzie umocowanie do podpisania oferty przez pełnomocników. Wszystkie pełnomocnictwa dołączone do oferty powinny być złożone w formie oryginału lub kopii poświadczonych notarialnie za zgodność z oryginałem.

- 10.5. **Wraz z ofertą** (sporządzoną zgodnie ze wzorem stanowiącym **Załącznik nr 1** do SIWZ – Formularz ofertowy) należy złożyć **oświadczenie**, o którym mowa w pkt 6.1 SIWZ (sporządzone zgodnie ze wzorem stanowiącym **Załącznik nr 2** do SIWZ).
- 10.6. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę części zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom, **i podania przez Wykonawcę firm podwykonawców**.
- 10.7. Ofertę należy umieścić w jednym nieprzejrzystym opakowaniu oznaczonym w sposób następujący: „**Oferta na usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM (znak sprawy: RM/2/ZP/1/2020)**”. Opakowanie powinno być opatrzone nazwą i adresem Wykonawcy oraz nazwą i adresem Zamawiającego, jak również napisem: „**Nie otwierać przed dniem 11.02.2020 r., godzina 9¹⁵**”.

11. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT

- 11.1. Ofertę należy złożyć w siedzibie Zarządu Transportu Metropolitalnego, 40-053 Katowice, ul. Barbary 21A, parter, pokój nr 011 (kancelaria) w godzinach od 7⁰⁰ do 15⁰⁰. Złożona oferta zostanie zarejestrowana (dzień, godzina) w księdze kancelaryjnej, a ofercie zostanie nadany kolejny numer.
- 11.2. Termin składania ofert upływa w dniu **11.02.2020 r. o godz. 9⁰⁰**. Za moment złożenia oferty przyjmuje się termin otrzymania oferty przez Zamawiającego.
- 11.3. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **11.02.2020 r. o godz. 9¹⁵** w siedzibie Zamawiającego, parter, pokój nr 015.

12. OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY

- 12.1. Wykonawca poda cenę ofertową w pkt 1 formularza ofertowego.
- 12.2. W cenie oferty Wykonawca uwzględni wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia, w szczególności wynikające z opisu przedmiotu zamówienia oraz wzoru umowy stanowiącego załącznik nr 5 do SIWZ.
- 12.3. Ceny ofertowa musi być podana w złotych polskich, cyfrowo i słownie (do drugiego miejsca po przecinku).

13. OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY WRAZ Z PODANIEM WAG TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT

- 13.1. Zamawiający ustala następujące kryteria oceny ofert i ich wagi (znaczenie):
- | | |
|---------------------|-------|
| a) cena oferty | – 60% |
| b) termin płatności | – 40% |
- 13.2. Zamawiający dokona oceny ofert niepodlegających odrzuceniu na podstawie kryteriów i ich znaczeń określonych wyżej w następujący sposób:
- a) według kryterium „cena oferty” ofercie zostaną przyznane punkty zgodnie ze wzorem:

$$p_c = \frac{C_n}{C_{oo}} \times 100 \text{ pkt}$$

gdzie C_n oznacza najniższą cenę spośród cen wszystkich ofert niepodlegających odrzuceniu, zaś C_{oo} oznacza cenę ocenianej oferty,

- b) według kryterium „termin płatności” ofercie zostaną przyznane punkty zgodnie ze wzorem:

$$p_t = \frac{T}{T_M} \times 100 \text{ pkt}$$

gdzie T_M oznacza najdłuższy termin płatności spośród terminów płatności podanych we wszystkich ofertach niepodlegających odrzuceniu, zaś T oznacza termin płatności podany w ocenianej ofercie. Jeżeli najdłuższy termin płatności spośród terminów płatności podanych we wszystkich ofertach niepodlegających odrzuceniu będzie dłuższy niż 14 dni, Zamawiający przyjmie $T_M = 14$ (dni). Jeżeli termin płatności podany przez Wykonawcę w ofercie będzie dłuższy niż 14 dni, **dla oceny ofert** Zamawiający przyjmuje termin płatności równy 14 (dni). Termin płatności podany przez Wykonawcę w ofercie **nie może być krótszy niż 7 dni**.

Ocenę oferty stanowić będzie liczba punktów równa:

$$p_C \times 0,60 + p_t \times 0,40$$

Zgodnie z art. 2 pkt 5 lit. a. ustawy Pzp, ta spośród ofert, która uzyska największą liczbę punktów (która zostanie najwyżej oceniona), **będzie najkorzystniejszą ofertą**.

- 13.3. Zgodnie z art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp Zamawiający najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

14. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH JAKIE POWINNY ZOSTAĆ DOPEŁNIONE PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY

- 14.1. Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, przed podpisaniem umowy poda Zamawiającemu w wyznaczonym terminie, informacje niezbędne do podpisania umowy, w tym m.in. numer konta bankowego, osobę upoważnioną przez Wykonawcę do kontaktów z Zamawiającym.
- 14.2. W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia Zamawiający może zażądać umowy regulującej współpracę tych wykonawców.
- 14.3. Nie podanie danych, o których mowa w pkt 14.1 lub 14.2, Zamawiający uzna jako uchylanie się Wykonawcy od zawarcia umowy.

15. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY

Zamawiający nie żąda wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

16. WZÓR UMOWY

Wzór umowy zawiera **Załącznik nr 4** do SIWZ.

17. ŚRODKI OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCE WYKONAWCY W TOKU POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

- 17.1. Środki ochrony prawnej określone w ustawie Pzp (odwołanie, skarga do sądu) przysługują Wykonawcy, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Pzp.
- 17.2. Odwołanie przysługuje Wykonawcy wyłącznie wobec czynności:
- określenia warunków udziału w postępowaniu,
 - wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia,

- c) odrzucenia oferty odwołującego,
 - d) opisu przedmiotu zamówienia,
 - e) wyboru najkorzystniejszej oferty.
- 17.3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w formie pisemnej w postaci papierowej albo w postaci elektronicznej, opatrzone odpowiednio własnoręcznym podpisem albo kwalifikowanym podpisem elektronicznym.
- 17.4. Odwołujący przesyła kopię odwołania Zamawiającemu przed upływem terminu do wniesienia odwołania w taki sposób, aby Zamawiający mógł zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu.
- 17.5. Odwołanie wnosi się w terminach określonych w art. 182 ustawy Pzp.
- 17.6. Szczegółowe postanowienia dotyczące odwołania zawarte są w przepisach art. 180 – 198 ustawy Pzp.
- 17.7. Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej przysługuje skarga do sądu.
- 17.8. Do skargi mają zastosowanie przepisy art. 198a – 198g ustawy Pzp.

18. INFORMACJA O ZAMÓWIENIACH, O KTÓRYCH MOWA W ART. 67 UST. 1 PKT 6 USTAWY PZP

Zamawiający dopuszcza możliwość udzielenia zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp w wysokości nie większej niż 20% wartości zamówienia podstawowego.

19. OFERTY WARIANTOWE I CZĘŚCIOWE

- 19.1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych ani częściowych.
- 19.2. Zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę części przedmiotu zamówienia

20. KLAUZULA INFORMACYJNA

20.1. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 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:

- 1) administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Zarząd Transportu Metropolitalnego, z siedzibą przy ul. Barbary 21A, 40-053 Katowice, adres email: kancelaria@metropoliaztm.pl, strona internetowa: bip.metropoliaztm.pl;
- 2) została wyznaczona osoba do kontaktu w sprawie przetwarzania danych osobowych, adres email: iod@metropoliaztm.pl;
- 3) Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w następujących celach:
 - a) przeprowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego na usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM (znak sprawy: RM/2/ZP/1/2020),
 - b) archiwizacji dokumentacji.

Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest:

- a) obowiązek prawny administratora (art. 6 ust.1 lit. c RODO) wynikający z przepisów ustawy Pzp,

- b) obowiązek ciążyący na administratorze wynikający z art. 6 ustawy z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. z 2019 r. poz. 553, z późn. zm.) (art. 6 ust. 1 lit. c RODO);
 - 4) Pani/Pana dane osobowe będą ujawniane osobom upoważnionym przez administratora danych osobowych oraz podmiotom lub osobom upoważnionym na podstawie przepisów prawa, w szczególności w oparciu o art. 8 oraz art. 96 ust. 3 ustawy Pzp, operatorowi pocztowemu lub kurierowi w zakresie korespondencji papierowej, podmiotom świadczącym usługi informatyczne Zamawiającemu. Ponadto w zakresie stanowiącym informację publiczną dane będą ujawniane każdemu zainteresowanemu taką informacją lub publikowane w BIP Zamawiającego;
 - 5) Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres wynikający z przepisów prawa dot. archiwizacji oraz innych przepisów;
 - 6) Przysługuje Pani/Panu prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo żądania ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych;
 - 7) Podanie przez Panią/Pana danych osobowych jest obowiązkowe i wynika z wymogów ustawowych. Konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;
 - 8) Pani/Pana dane osobowe nie będą wykorzystywane do zautomatyzowanego podejmowania decyzji ani profilowania, o którym mowa w art. 22 RODO.
- 20.2. Na podstawie art. 8a ust. 5 ustawy Pzp Zamawiający informuje, że:
- 1) w przypadku gdy wykonanie obowiązków, o których mowa w art. 15 ust. 1–3 RODO, wymagałoby niewspółmiernie dużego wysiłku, Zamawiający może żądać od osoby, której dane dotyczą, wskazania dodatkowych informacji mających na celu sprecyzowanie żądania, w szczególności podania nazwy postępowania usługi kampanii informacyjnej na temat nowej taryfy ZTM” oraz znaku sprawy: RM/2/ZP/1/2020,
 - 2) wystąpienie z żądaniem, o którym mowa w art. 18 ust. 1 RODO, nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

Załączniki:

- 1. Formularz ofertowy (wzór).
- 2. Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu (wzór).
- 3. Oświadczenie o grupie kapitałowej (wzór).
- 4. Wzór umowy.