

Ogłoszenie nr 573604-N-2020 z dnia 2020-08-12 r.

**Zarząd Transportu Metropolitalnego: Usługi kampanii informacyjnej w zakresie działań na rzecz bezpieczeństwa w pojazdach komunikacji miejskiej ZTM w czasie pandemii.**

**OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - Usługi**

**Zamieszczanie ogłoszenia:** Zamieszczanie obowiązkowe

**Ogłoszenie dotyczy:** Zamówienia publicznego

**Zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej**  
Nie

**Nazwa projektu lub programu**

**O zamówienie mogą ubiegać się wyłącznie zakłady pracy chronionej oraz wykonawcy, których działalność, lub działalność ich wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami grup społecznie marginalizowanych**

Nie

Należy podać minimalny procentowy wskaźnik zatrudnienia osób należących do jednej lub więcej kategorii, o których mowa w art. 22 ust. 2 ustawy Pzp, nie mniejszy niż 30%, osób zatrudnionych przez zakłady pracy chronionej lub wykonawców albo ich jednostki (w %)

**SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY**

**Postępowanie przeprowadza centralny zamawiający**

Nie

**Postępowanie przeprowadza podmiot, któremu zamawiający powierzył/powierzyli przeprowadzenie postępowania**

Nie

**Informacje na temat podmiotu któremu zamawiający powierzył/powierzyli prowadzenie postępowania:**

**Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie przez zamawiających**

Nie

Jeżeli tak, należy wymienić zamawiających, którzy wspólnie przeprowadzają postępowanie oraz podać adresy ich siedzib, krajowe numery identyfikacyjne oraz osoby do kontaktów wraz z danymi do kontaktów:

**Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej**

Nie

**W przypadku przeprowadzania postępowania wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej – mające zastosowanie krajowe prawo zamówień publicznych:**

**Informacje dodatkowe:**

**I. 1) NAZWA I ADRES:** Zarząd Transportu Metropolitalnego, krajowy numer identyfikacyjny 369308114, ul. Barbary 21A , 40-053 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. +48(32)7438401, , e-mail zamowienia@metropoliaztm.pl, , faks +48(32)7438745.

Adres strony internetowej (URL): <https://www.metropoliaztm.pl>

Adres profilu nabywcy:

Adres strony internetowej pod którym można uzyskać dostęp do narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

**I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO:** Inny (proszę określić):

jednostka budżetowa

**I.3) WSPÓLNE UDZIELANIE ZAMÓWIENIA (jeżeli dotyczy):**

Podział obowiązków między zamawiającymi w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania, w tym w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej (który z zamawiających jest odpowiedzialny za przeprowadzenie postępowania, czy i w jakim zakresie za przeprowadzenie postępowania odpowiadają pozostali zamawiający, czy zamówienie będzie udzielane przez każdego z zamawiających indywidualnie, czy zamówienie zostanie udzielone w imieniu i na rzecz pozostałych zamawiających):

**I.4) KOMUNIKACJA:**

**Nieograniczony, pełny i bezpośredni dostęp do dokumentów z postępowania można uzyskać pod adresem (URL)**

Nie

**Adres strony internetowej, na której zamieszczona będzie specyfikacja istotnych warunków zamówienia**

Tak

<http://bip.metropoliaztm.pl/przetargi/4>

**Dostęp do dokumentów z postępowania jest ograniczony - więcej informacji można uzyskać pod adresem**

Nie

**Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przysłać:**

**Elektronicznie**

Nie

adres

**Dopuszczone jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:**

Nie

Inny sposób:

**Wymagane jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:**

Tak

Inny sposób:

Ofertę, z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności, należy złożyć w siedzibie Zarządu Transportu Metropolitalnego.

Adres:

40-053 Katowice, ul. Barbary 21A, parter - pokój nr 011 (kancelaria) w godzinach od 7:00 do 15:00.

**Komunikacja elektroniczna wymaga korzystania z narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne**

Nie

Nieograniczony, pełny, bezpośredni i bezpłatny dostęp do tych narzędzi można uzyskać pod adresem:  
(URL)

## **SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

**II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego:** Usługi kampanii informacyjnej w zakresie działań na rzecz bezpieczeństwa w pojazdach komunikacji miejskiej ZTM w czasie pandemii.

**Numer referencyjny:** RM/9/ZP/14/2020

**Przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia przeprowadzono dialog techniczny**

Nie

**II.2) Rodzaj zamówienia:** Usługi

**II.3) Informacja o możliwości składania ofert częściowych**

Zamówienie podzielone jest na części:

Nie

**Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu można składać w odniesieniu do:**

**Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia łącznie następujących części lub grup części:**

**Maksymalna liczba części zamówienia, na które może zostać udzielone zamówienie jednemu wykonawcy:**

**II.4) Krótki opis przedmiotu zamówienia** (*wielkość, zakres, rodzaj i ilość dostaw, usług lub robót budowlanych lub określenie zapotrzebowania i wymagań*) **a w przypadku partnerstwa innowacyjnego - określenie zapotrzebowania na innowacyjny produkt, usługę lub roboty budowlane:** Przedmiotem zamówienia są usługi kampanii informacyjnej w zakresie działań na rzecz bezpieczeństwa w pojazdach komunikacji miejskiej ZTM w czasie pandemii – wykup miejsca reklamowego, druk plakatów i ulotek, dystrybucja materiałów oraz raport efektywności. **KAMPANIA W INTERNECIE** Zamówienie obejmuje:  
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). Termin: pierwszy i trzeci tydzień kampanii zakładane terminy: 15.09 - 21.09 – 7 dni, 29.09 - 05.10 – 7 dni. 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). Termin: drugi i czwarty tydzień kampanii, zakładane terminy: 22.09 - 28.09 – 7 dni 06.10 - 12.10 – 7 dni. 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. Termin: Pierwszy i czwarty tydzień kampanii. Zakładane terminy: 15.09 - 21.09 – 7 dni, 06.10 - 12.10 – 7 dni. REKLAMY W RADIO 1. Kampania spotowa Zakres prac: 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów. 2) Emisja maksimum 20-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 rozgłośnie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych). 3) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w drugim kwartale 2020 r. 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 może być maksymalnie 5 różnych 20-sekundowych spotów reklamowych. 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 ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w dwóch stacjach, w ciągu dwóch kolejnych tygodni – w dwóch innych stacjach radiowych. Termin emisji: cztery tygodnie trwania kampanii (pierwszy i drugi tydzień – w dwóch stacjach radiowych; trzeci i czwarty tydzień – w dwóch innych stacjach radiowych). Zakładane terminy: Radio 1 – 15.09-28.09, Radio 2 – 15.09-28.09, Radio 3 – 29.09-12.10, Radio 4 – 29.09-12.10. 2. 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) Spot o długości 2-4 s i 8-10 s - tworzące wskazanie sponsorskie do emisji przed oraz po wybranej audycji. 4) Do emisji przekazane mogą być maksymalnie 2 różne wskazania. 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 rozgłośnie 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 drugim 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 – 15.09-28.09, Radio 2a – 29.09-12.10 REALIZACJA REKLAMY PRASOWEJ – zakup miejsca i emisja projektu przekazanego przez Zamawiającego. Zakres prac: 1)

Zakup powierzchni reklamowych. 2) Miejsce ekspozycji reklam: 1 cała, dowolna strona redakcyjna, kolor. 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: Specyfikacja: Dzienniki obejmujące swoim zasięgiem miasta GZM o łącznym nakładzie nie mniejszym niż 20 000 sztuk. Nie mniej niż 4 różne tytuły., Format: 1 strona, pełny kolor, Ilość emisji: Łącznie 8 emisji (w 4 różnych tytułach, po 2 w

każdym) Terminy emisji: 1 tydzień kampanii - Tytuł nr 1 i 2 piątek, zakładana data 18.09; 2 tydzień kampanii - Tytuł nr 3 i 4 wtorek, zakładana data 22.09; 3 tydzień kampanii - Tytuł nr 1 i 2 czwartek, zakładana data 01.10; 4 tydzień kampanii - Tytuł nr 3 i 4 piątek, zakładana data 09.10. DRUK I

EKSPOZYCJA PLAKATÓW NA NOŚNIKACH TYPU CITYLIGHT. ZTM organizuje komunikację miejską na terenie gmin tworzących GZM, tj.: Będzin, Bieruń, Bobrowniki, Bojszowy, Bytom, Chełm Śląski, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gierałtowice, Gliwice, Imielin, Katowice, Knurów, Kobiór, Lędziny, Łaziska Górne, Mierzęcice, Mikołów, Mysłówice, Ożarówice, Piekary Śląskie, Pilchowice, Psary, Pyskowice, Radzionków, Ruda Śląska, Rudziniec, Siemianowice Śląskie, Siewierz, Sławków, Sosnowiec, Sośnicowice, Świerklaniec, Świętochłowice, Tarnowskie Góry, Tychy, Wojkowice, Wiry, Zabrze, Zbrosławice. Zakres prac: 1) Druk oraz ekspozycja plakatów reklamowych na nośnikach citylight – ekspozycja w wybranych lokalizacjach, minimum nieprzerwanie przez 30 dni (bez podziału na

2-tygodniowe interwały). 2) Zamawiający przewiduje maksymalnie do 2 różnych wzorów plakatów. 3) Zamawiający przekaże Wykonawcy gotowe projekty graficzne plakatów. 4) Miejscowości ekspozycji reklam: na terenie miast obszaru GZM rekomendowane w szczególności: Będzin, Czeladź, Katowice, Gliwice, Sosnowiec, Chorzów, Zabrze, Dąbrowa Górnicza, Tarnowskie Góry, Tychy, Piekary Śląskie, Bytom, Ruda Śląska, Mysłowice, Mikołów, Siemianowice Śląskie. 5) 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 4, w celu skompletowania wymaganej liczby nośników. 6) Oferta musi obejmować co najmniej 10 różnych miast. 7) Zakup lokalizacji zatwierdzonych przez Zamawiającego. 8) Liczba nośników na kampanię: 40 citylightów w wiatach przystankowych o powierzchni reklamowej ok. 2,16 m<sup>2</sup>, format 120 x 180 cm. 9) Co najmniej 50% lokalizacji citylight musi być podświetlone. Termin ekspozycji reklam: co najmniej 30 dni (zakładany termin od 15 września 2020 r. do 15 października 2020 r.)

**DRUK, DOSTAWA I DYSTRYBUCJA MATERIAŁÓW INFORMACYJNYCH**

1. Druk materiałów informacyjnych Zamawiający przekaże projekty graficzne materiałów reklamowych do druku (tj. ulotek i plakatów). Zakres prac: Wydruk plakatów i ulotek: 1) A1 (20 szt.) – jednostronne, pełen kolor, papier kreda mat, 130 g. 2) A3 (1 000 szt.) – jednostronne, pełen kolor, papier kreda mat, 130 g. 3) B1 (500 szt.) – jednostronne, pełen kolor, papier, kreda, mat, 130 g. 4) 2DL (3 000 szt.) – ulotka, druk dwustronny, pełen kolor, papier kreda mat. 150 g. Zamawiający dopuszcza druk maksimum dwóch wzorów z każdego formatu. W przypadku dwóch wzorów nakład rozbity zostanie na dwa osobne zamówienia, które w całości nie przekroczą wskazanej powyżej liczby sztuk dla każdego z poszczególnych wzorów.

2. Dystrybucja Zakres prac

1) Dostarczenie wskazanych przez Zamawiającego pakietów materiałów reklamowych do instytucji wskazanych przez Zamawiającego: a) wszystkich urzędów miejskich 41 miast i gmin należących do GZM (wraz z pismem przewodnim, które przekazane zostanie w liczbie odpowiadającej liczbie przesyłek po akceptacji wydrukowanych materiałów); lista miast członkowskich GZM znajduje się na stronie [www.metropoliagzm.pl](http://www.metropoliagzm.pl), b) dostarczenie Zamawiającemu potwierdzenia odbioru przesyłki z wszystkich urzędów miast i gmin. 2) Dostarczenie wskazanych przez Zamawiającego pakietów materiałów reklamowych do punktów obsługi ZTM (punkty obsługi pasażera wraz z siedzibą ZTM), Adresy Punktów Obsługi Pasażera: a) Bytom, pl. Wolskiego (dworzec autobusowy); b) Chorzów, Rynek 8/1; c) Gliwice, pl. Piastów 2; d) Katowice, dworzec kolejowy Katowice; e) Katowice, ul. Poczтовая 10; f) Katowice, ul. Barbary 21A (siedziba ZTM); g) Piekary Śląskie, ul. Papieża Jana Pawła II 46; h) Sosnowiec, ul. Warszawska 3/17 (podziemny pasaż handlowy); i) Tychy, al. Marszałka Piłsudskiego 12 (parter, wejście główne); j) Tarnowskie Góry, ul. Pokoju. 3) Dostarczenie pozostałego nakładu do siedziby ZTM, Katowice, ul. Barbary 21A. Dostarczenie do siedziby oznacza wniesienie i

ułożenie materiałów we wskazanym przez pracowników Zamawiającego miejscu w budynku. 4) Wskazana liczba lokalizacji może wzrosnąć – ewentualne dodatkowe wskazania Zamawiającego przekazane będą do 3 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem dystrybucji. Liczba lokalizacji, do których będzie należało przekazać wskazane materiały informacyjne – minimum 50 lokalizacji - maksimum 75 lokalizacji na terenie miast GZM. Termin: dystrybucja zrealizowana do dwóch pierwszych dni rozpoczęcia emisji treści reklamowych, Zakładane daty – do 16.09 DRUK I EKSPOZYCJA PLAKATÓW NA NOŚNIKACH TYPU BILLBOARD. ZTM organizuje komunikację miejską na terenie gmin tworzących GZM, tj.: Będzin, Bieruń, Bobrowniki, Bojszowy, Bytom, Chełm Śląski, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gierałtowice, Gliwice, Imielin, Katowice, Knurów, Kobiór, Lędziny, Łaziska Górne, Mierzęcice, Mikołów, Mysłówice, Ożarowice, Piekary Śląskie, Pilchowice, Psary, Pyskowice, Radzionków, Ruda Śląska, Rudziniec, Siemianowice Śląskie, Siewierz, Sławków, Sosnowiec, Sośnicowice, Świerklaniec, Świętochłowice, Tarnowskie Góry, Tychy, Wojkowice, Wyry, Zabrze, Zbrosławice. Zakres prac: 1) Druk oraz ekspozycja plakatów reklamowych na nośnikach billboard. 2) Wielkość nośnika – 3x6m lub 5x2,38m. 3) Widownia dobową minimum 12 000. Preferowane lokalizacje przy dużych skrzyżowaniach oraz przy drogach wjazdowych do centrów miast. 4) Zamawiający przewiduje maksymalnie do 2 różnych wzorów plakatów. 5) Zamawiający prześle Wykonawcy gotowe projekty graficzne plakatów. 6) Miejscowości ekspozycji reklam: na terenie miast obszaru GZM rekomendowane w szczególności: Będzin, Czeladź, Katowice, Gliwice, Sosnowiec, Chorzów, Zabrze, Dąbrowa Górnicza, Tarnowskie Góry, Tychy, Piekary Śląskie, Bytom, Ruda Śląska, Mysłówice, Mikołów, Siemianowice Śląskie. 7) 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 4, w celu skompletowania wymaganej liczby nośników. 8) Oferta musi obejmować co najmniej 5 różnych miast. 9) Zakup lokalizacji zatwierdzonych przez Zamawiającego. 10) Liczba nośników na kampanię: 10 billboardów. 11) Co najmniej 80% lokalizacji billboardów musi być podświetlone. Termin ekspozycji reklam: co najmniej 30 dni (zakładany termin od 15 września 2020 do 15 października 2020 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 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) prześle 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 31 października 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. Wykonawca w terminie do 5 dni roboczych od daty zawarcia umowy prześle Zamawiającemu harmonogram kampanii informacyjnej wraz z proponowanymi terminami, wymogami technicznymi dotyczącymi materiałów reklamowych, proponowanymi scenariuszami itd.

**II.5) Główny kod CPV: 79341000-6**

**Dodatkowe kody CPV:**

Kod CPV
79341200-8
79341400-0
79823000-9

**II.6) Całkowita wartość zamówienia** (jeżeli zamawiający podaje informacje o wartości zamówienia):

Wartość bez VAT:

Waluta:

*(w przypadku umów ramowych lub dynamicznego systemu zakupów – szacunkowa całkowita maksymalna wartość w całym okresie obowiązywania umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów)*

**II.7) Czy przewiduje się udzielenie zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp: Nie**

Określenie przedmiotu, wielkości lub zakresu oraz warunków na jakich zostaną udzielone zamówienia, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp:

**II.8) Okres, w którym realizowane będzie zamówienie lub okres, na który została zawarta umowa ramowa lub okres, na który został ustanowiony dynamiczny system zakupów:**

miesiącach: *lub* dniach:

*lub*

**data rozpoczęcia:** 2020-09-15 *lub* **zakończenia:** 2020-10-15

## **II.9) Informacje dodatkowe:**

### **SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM**

#### **III.1) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU**

**III.1.1) Kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów**

Określenie warunków:

Informacje dodatkowe

**III.1.2) Sytuacja finansowa lub ekonomiczna**

Określenie warunków:

Informacje dodatkowe

**III.1.3) Zdolność techniczna lub zawodowa**

Określenie warunków:

Zamawiający wymaga od wykonawców wskazania w ofercie lub we wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu imion i nazwisk osób wykonujących czynności przy realizacji zamówienia wraz z informacją o kwalifikacjach zawodowych lub doświadczeniu tych osób:

Informacje dodatkowe:

#### **III.2) PODSTAWY WYKLUCZENIA**

**III.2.1) Podstawy wykluczenia określone w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp**

**III.2.2) Zamawiający przewiduje wykluczenie wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5 ustawy Pzp**

Nie Zamawiający przewiduje następujące fakultatywne podstawy wykluczenia:

#### **III.3) WYKAZ OŚWIADCZEŃ SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CELU WSTĘPNEGO POTWIERDZENIA, ŻE NIE PODLEGA ON WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIA WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPEŁNIA KRYTERIA SELEKCJI**

**Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu**

Tak

**Oświadczenie o spełnianiu kryteriów selekcji**

Nie

**III.4) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW , SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 3 USTAWY PZP:**

**III.5) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 1 USTAWY PZP**

**III.5.1) W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU:**

**III.5.2) W ZAKRESIE KRYTERIÓW SELEKCJI:**

**III.6) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 2 USTAWY PZP**

**III.7) INNE DOKUMENTY NIE WYMIENIONE W pkt III.3) - III.6)**

1. Wykonawca składa wraz z ofertą aktualne na dzień składania ofert oświadczenie stanowiące wstępne potwierdzenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania. 2. Oświadczenie Wykonawca składa w formie pisemnej, zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do SIWZ. 3. Jeżeli Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, oświadczenie, o którym mowa w pkt 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 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej tych informacji, przekazuje Zamawiającemu, bez wezwania: 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). 5. Jeżeli w terminie, o którym mowa w sekcji IV.6.2, zostanie złożona jedna oferta, Wykonawca nie przekazuje Zamawiającemu oświadczenia, o którym mowa w pkt 4.

## **SEKCJA IV: PROCEDURA**

#### **IV.1) OPIS**

**IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia:** Przetarg nieograniczony

**IV.1.2) Zamawiający żąda wniesienia wadium:**

Tak

Informacja na temat wadium

Wadium w wysokości 5000,00 zł (słownie: pięć tysięcy złotych 00/100) Wykonawca powinien wnieść przed upływem terminu składania ofert, określonego w sekcji IV.6.2 ogłoszenia.

**IV.1.3) Przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:**

Nie

Należy podać informacje na temat udzielania zaliczek:

**IV.1.4) Wymaga się złożenia ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:**

Nie

Dopuszcza się złożenie ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Informacje dodatkowe:

**IV.1.5.) Wymaga się złożenia oferty wariantowej:**

Nie

Dopuszcza się złożenie oferty wariantowej

Nie

Złożenie oferty wariantowej dopuszcza się tylko z jednoczesnym złożeniem oferty zasadniczej:

Nie

**IV.1.6) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu**  
(*przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne*)

Liczba wykonawców

Przewidywana minimalna liczba wykonawców

Maksymalna liczba wykonawców

Kryteria selekcji wykonawców:

#### **IV.1.7) Informacje na temat umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów:**

Umowa ramowa będzie zawarta:

Czy przewiduje się ograniczenie liczby uczestników umowy ramowej:

Przewidziana maksymalna liczba uczestników umowy ramowej:

Informacje dodatkowe:

Zamówienie obejmuje ustanowienie dynamicznego systemu zakupów:

Adres strony internetowej, na której będą zamieszczone dodatkowe informacje dotyczące dynamicznego systemu zakupów:

Informacje dodatkowe:

W ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów dopuszcza się złożenie ofert w formie katalogów elektronicznych:

Przewiduje się pobranie ze złożonych katalogów elektronicznych informacji potrzebnych do sporządzenia ofert w ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów:

#### **IV.1.8) Aukcja elektroniczna**

**Przewidziane jest przeprowadzenie aukcji elektronicznej** (*przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem*) Nie

Należy podać adres strony internetowej, na której aukcja będzie prowadzona:

**Należy wskazać elementy, których wartości będą przedmiotem aukcji elektronicznej:**

**Przewiduje się ograniczenia co do przedstawionych wartości, wynikające z opisu przedmiotu zamówienia:**

Należy podać, które informacje zostaną udostępnione wykonawcom w trakcie aukcji elektronicznej oraz jaki będzie termin ich udostępnienia:

Informacje dotyczące przebiegu aukcji elektronicznej:

Jaki jest przewidziany sposób postępowania w toku aukcji elektronicznej i jakie będą warunki, na jakich wykonawcy będą mogli licytować (minimalne wysokości postąpień):

Informacje dotyczące wykorzystywanego sprzętu elektronicznego, rozwiązań i specyfikacji technicznych w zakresie połączeń:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w aukcji elektronicznej:

Informacje o liczbie etapów aukcji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Czy wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Warunki zamknięcia aukcji elektronicznej:

## **IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT**

### **IV.2.1) Kryteria oceny ofert:**

#### **IV.2.2) Kryteria**

Kryteria	Znaczenie
cena oferty	60,00
termin płatności	40,00

**IV.2.3) Zastosowanie procedury, o której mowa w art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp (przetarg nieograniczony)**

Tak

## **IV.3) Negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne**

### **IV.3.1) Informacje na temat negocjacji z ogłoszeniem**

Minimalne wymagania, które muszą spełniać wszystkie oferty:

Przewidziane jest zastrzeżenie prawa do udzielenia zamówienia na podstawie ofert wstępnych bez przeprowadzenia negocjacji

Przewidziany jest podział negocjacji na etapy w celu ograniczenia liczby ofert:

Należy podać informacje na temat etapów negocjacji (w tym liczbę etapów):

Informacje dodatkowe

### **IV.3.2) Informacje na temat dialogu konkurencyjnego**

Opis potrzeb i wymagań zamawiającego lub informacja o sposobie uzyskania tego opisu:

Informacja o wysokości nagród dla wykonawców, którzy podczas dialogu konkurencyjnego przedstawili rozwiązania stanowiące podstawę do składania ofert, jeżeli zamawiający przewiduje nagrody:

Wstępny harmonogram postępowania:

Podział dialogu na etapy w celu ograniczenia liczby rozwiązań:

Należy podać informacje na temat etapów dialogu:

Informacje dodatkowe:

### **IV.3.3) Informacje na temat partnerstwa innowacyjnego**

Elementy opisu przedmiotu zamówienia definiujące minimalne wymagania, którym muszą odpowiadać wszystkie oferty:

Podział negocjacji na etapy w celu ograniczeniu liczby ofert podlegających negocjacom poprzez zastosowanie kryteriów oceny ofert wskazanych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Informacje dodatkowe:

### **IV.4) Licytacja elektroniczna**

Adres strony internetowej, na której będzie prowadzona licytacja elektroniczna:

Adres strony internetowej, na której jest dostępny opis przedmiotu zamówienia w licytacji elektronicznej:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w licytacji elektronicznej, w tym wymagania techniczne urządzeń informatycznych:

Sposób postępowania w toku licytacji elektronicznej, w tym określenie minimalnych wysokości postąpień:

Informacje o liczbie etapów licytacji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej:

Data: godzina:

Termin otwarcia licytacji elektronicznej:

Termin i warunki zamknięcia licytacji elektronicznej:

Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, albo ogólne warunki umowy, albo wzór umowy:

Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Informacje dodatkowe:

#### **IV.5) ZMIANA UMOWY**

**Przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy: Nie**

Należy wskazać zakres, charakter zmian oraz warunki wprowadzenia zmian:

#### **IV.6) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE**

**IV.6.1) Sposób udostępniania informacji o charakterze poufnym (jeżeli dotyczy):**

**Środki służące ochronie informacji o charakterze poufnym**

**IV.6.2) Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu:**

Data: 2020-08-24, godzina: 12:00,

Skrócenie terminu składania wniosków, ze względu na pilną potrzebę udzielenia zamówienia (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem):

Nie

Wskazać powody:

Język lub języki, w jakich mogą być sporządzane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu

> polski

**IV.6.3) Termin związania ofertą: do: 2020-09-22 okres w dniach: (od ostatecznego terminu składania**



ofert)

**IV.6.4) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków, które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia:**

**IV.6.5) Informacje dodatkowe:**

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 w zakresie działań na rzecz bezpieczeństwa w pojazdach komunikacji miejskiej ZTM w czasie pandemii (znak sprawy: RM/9/ZP/14/2020), 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 2020 r. poz. 164) (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. 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 w zakresie działań na rzecz bezpieczeństwa w pojazdach komunikacji miejskiej ZTM w czasie pandemii oraz znaku sprawy: RM/9/ZP/14/2020, 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.

## **ZAŁĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZĘŚCIOWYCH**