

Niniejsze ogłoszenie w witrynie TED: <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:136437-2012:TEXT:PL:HTML>

**PL-Łódź: Usługi prowadzenia kampanii reklamowych  
2012/S 83-136437**

**Ogłoszenie o zamówieniu**

**Usługi**

Dyrektywa 2004/18/WE

**Sekcja I: Instytucja zamawiająca**

**I.1) Nazwa, adresy i punkty kontaktowe**

Miasto Łódź - Urząd Miasta Łodzi  
ul. Piotrkowska 104

Punkt kontaktowy: Wydział Zamówień Publicznych w Departamencie Obsługi i Administracji UMŁ, ul. Skorkupki  
21, 90-532 Łódź

Osoba do kontaktów: Marta Jedrzejczyk, Tomasz Olszówka  
90-926 Łódź

POLSKA

Tel.: +48 426385718

E-mail: [zamowienia@uml.lodz.pl](mailto:zamowienia@uml.lodz.pl)

Faks: +48 426384877

**Adresy internetowe:**

Ogólny adres instytucji zamawiającej: <http://www.uml.lodz.pl>

Dostęp elektroniczny do informacji: <http://przetargi.bip.uml.lodz.pl>

**Więcej informacji można uzyskać pod adresem:** Powyższy(-e) punkt(-y) kontaktowy(-e)

**Specyfikacje i dokumenty dodatkowe (w tym dokumenty dotyczące dialogu konkurencyjnego oraz dynamicznego systemu zakupów) można uzyskać pod adresem:** Powyższy(-e) punkt(-y) kontaktowy(-e)

**Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przysyłać na adres:** Powyższy(-e) punkt(-y) kontaktowy(-e)

**I.2) Rodzaj instytucji zamawiającej**

Organ władzy regionalnej lub lokalnej

**I.3) Główny przedmiot lub przedmioty działalności**

Ogólne usługi publiczne

**I.4) Udzielenie zamówienia w imieniu innych instytucji zamawiających**

Instytucja zamawiająca dokonuje zakupu w imieniu innych instytucji zamawiających: nie

**Sekcja II: Przedmiot zamówienia**

**II.1) Opis**

**II.1.1) Nazwa nadana zamówieniu przez instytucję zamawiającą:**

Przygotowanie i realizacja kampanii promującej Miasto Łódź w ramach realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013,

**II.1.2) Rodzaj zamówienia oraz lokalizacja robót budowlanych, miejsce realizacji dostawy lub świadczenia usług**

Usługi

Kategoria usług: nr 13: Usługi reklamowe  
Kod NUTS PL113

**II.1.3) Informacje na temat zamówienia publicznego, umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów (DSZ)**

Ogłoszenie dotyczy zamówienia publicznego

**II.1.4) Informacje na temat umowy ramowej**

**II.1.5) Krótki opis zamówienia lub zakupu**

Przygotowanie i realizacja kampanii promującej Miasto Łódź w ramach projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013. Przewedmiot zamówienia obejmuje:

1.1. Usługa w zakresie kreacji reklam na potrzeby kampanii reklamowej tj. opracowanie merytoryczne i graficzne materiałów promocyjnych dotyczących projektu unijnego „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”:

1.1.1. strona internetowa – portal [www.lodz.pl](http://www.lodz.pl)

1.1.2. bannery reklamowe do internetu

1.1.3. reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych o zasięgu ogólnopolskim

1.1.4. reklamy na portalach społecznościowych

1.1.5. reklamy zewnętrzne – billboardy

1.1.6. projekt nadruku płyty wraz z opakowaniem i projekt nadruku nośnika typu Pen Drive wraz z opakowaniem.

1.2. Wykonanie strony internetowej – portalu [www.lodz.pl](http://www.lodz.pl) w ramach realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”, zawierającej następujące elementy:

1.2.1. ciekawy, kreatywny, dynamiczny wstęp do portalu (np. w formie animacji czy grafiki dającej wrażenie stopniowego budowania strony głównej – czas trwania od 5 do 10 sekund),

1.2.2. strona internetowa – portal miejski, spełniający rolę bramy do miasta. Jego celem jest przedstawienie najważniejszych informacji z miasta oraz podkreślenie charakteru miasta, jako miejsca kreatywnego i przedsiębiorczego.

1.3. Kampania promocyjna w internecie - opracowanie merytoryczne i graficzne oraz emisja reklamy internetowej w formie 4 banerów internetowych. Banery internetowe mają na celu promocję „Łodzi – Centrum Przemysłów Kreatywnych” w zakresie 4 subproduktów: edukacja, kultura, gospodarka, turystyka i sport, zgodnie z wytycznymi komunikacyjnymi zawartymi w dokumencie „Strategia promocji i komunikacji marketingowej marki Łódź na lata 2010-2016”.

1.4. Kampania promocyjna na Outdoor - opracowanie merytoryczne i graficzne oraz emisja reklamy na nośnikach reklamy zewnętrznej w formie 4 billboardów, które mają na celu promocję „Łodzi – Centrum Przemysłów Kreatywnych” w zakresie 4 subproduktów: edukacja, kultura, gospodarka, turystyka i sport, zgodnie z wytycznymi komunikacyjnymi zawartymi w dokumencie „Strategia promocji i komunikacji marketingowej marki Łódź na lata 2010-2016”

1.5. Nagranie płyty z filmem i czterema spotami dostarczonymi przez Zamawiającego w ramach realizacji projektu unijnego „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”.

Płyta ma zawierać film promocyjny o długości od 4 do 8 min. dostarczony przez Miasto oraz spoty promocyjne, każdy o długości 20 sek. dostarczone przez Miasto.

1.6. Nagranie Pendriva z filmem i czterema spotami dostarczonymi przez Zamawiającego w ramach realizacji projektu unijnego „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”.

Pendrive ma zawierać film promocyjny o długości od 4 do 8 min. dostarczony przez Miasto oraz spoty promocyjne, każdy o długości 20 sek. dostarczone przez Miasto.

1.7. Przygotowanie raportu pokampanijnego zawierającego:

- raport z przeprowadzonych działań w tym szacunkowe dane o zasięgu,
- raport z monitoringu mediów, zawierający materiały w formie elektronicznej z Internetu i innych mediów,
- dokumentację fotograficzną z przeprowadzonej kampanii outdoorowej.

II.1.6) **Wspólny Słownik Zamówień (CPV)**

79341400

II.1.7) **Informacje na temat Porozumienia w sprawie zamówień rządowych (GPA)**

II.1.8) **Części**

To zamówienie podzielone jest na części: nie

II.1.9) **Informacje o ofertach wariantowych**

Dopuszcza się składanie ofert wariantowych: nie

II.2) **Wielkość lub zakres zamówienia**

II.2.1) **Całkowita wielkość lub zakres:**

Szacunkowa wartość bez VAT: 495 000,00 PLN

II.2.2) **Informacje o opcjach**

Opcje: nie

II.2.3) **Informacje o wznowieniach**

Jest to zamówienie podlegające wznowieniu: nie

II.3) **Czas trwania zamówienia lub termin realizacji**

**Sekcja III: Informacje o charakterze prawnym, ekonomicznym, finansowym i technicznym**

III.1) **Warunki dotyczące zamówienia**

III.1.1) **Wymagane wadia i gwarancje:**

1 Zamawiający, zgodnie z art. 45 uPzp, żąda od Wykonawcy wniesienia wadium w kwocie 14 850,00 PLN (czternaście tysięcy osiemset pięćdziesiąt złotych)

2 Wadium może być wnoszone według wyboru Wykonawcy w jednej lub kilku formach wymienionych w art. 45 ust. 6 uPzp, tj.:

2.1 pieniądzu;

2.2 poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym;

2.3 gwarancjach bankowych;

2.4 gwarancjach ubezpieczeniowych;

2.5 poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9.11.2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. nr 109, poz. 1158, z późn. zm.).

3 Wadium wnoszone w pieniądzu winno wpłynąć na konto Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert.

4 Wpłaty pieniężnej należy dokonać przelewem na konto Zamawiającego nr: 35 1560 0013 2026 0000 0026 0017, w Getin Noble Bank S.A. w tytule przelewu powołując się na nr referencyjny postępowania.

5 Jeśli wadium zostało wniesione w pieniądzu to wymagany jest oryginał lub kserokopia poświadczona za zgodność z oryginałem dowodu wniesienia wadium (dokonania przelewu bankowego) załączona do oferty.

6 Jeśli wadium zostało wniesione w innej formie niż w pieniądzu to do oferty należy załączyć oryginał dowodu wniesienia wadium. Jeżeli Wykonawca będzie żądał zwrotu oryginału dowodu wniesienia wadium, do oferty

należy załączyć kserokopię poświadczoną za zgodność z oryginałem, natomiast oryginał należy załączyć do oferty w sposób uniemożliwiający jego zaginięcie, pozwalający jednak na jego zwrot bez dekompletowania oferty – oryginał nie może być na trwałe zespolony z ofertą. W przypadku niezastosowania się do powyższego zwrot oryginału będzie niemożliwy, - w powyższym przypadku w spisie treści oferty należy wyszczególnić zarówno oryginał jak i kserokopię dowodu wniesienia wadium.

7 W przypadku składania przez Wykonawcę wadium w formie poręczenia lub gwarancji, dokumenty te powinny być sporządzone zgodnie z obowiązującym prawem i zawierać co najmniej:

7.1 nazwę dającego zlecenie (Wykonawcy), beneficjenta poręczenia/gwarancji (Zamawiającego), poręczyciela/gwaranta, oraz wskazanie ich siedzib,

7.2 określenie wierzytelności, która ma być zabezpieczona poręczeniem/ gwarancją,

7.3 kwotę wadium,

7.4 termin ważności poręczenia/gwarancji, niie krótszy niż termin związania ofertą,

7.5 zobowiązanie poręczyciela/gwaranta do zapłacenia kwoty wadium bezwarunkowo na pierwsze pisemne żądanie Zamawiającego w sytuacji gdy Wykonawca:

7.5.1 w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3 uPzp nie złożył dokumentów lub oświadczeń, o których mowa w art. 25 ust. 1 uPzp, lub pełnomocnictw, chyba że udowodni, że wynika to z przyczyn nieleżących po jego stronie, przy czym wątpliwości dotyczące tych okoliczności, nie mogą stanowić podstawy odmowy wypłaty kwoty wadium;

7.5.2 którego ofertę wybrano odmówił podpisania umowy w sprawie zamówienia publicznego na warunkach określonych w ofercie lub nie wniósł zabezpieczenia należytego wykonania umowy, lub zawarcie umowy w sprawie zamówienia publicznego stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy

8 W przypadku składania przez Wykonawcę wadium w formie poręczenia lub gwarancji, Zamawiający nie uzna dokumentów które nie spełniają wymagań, o których mowa w pkt 7 ogłoszenia

9 Wykonawca, który nie wniesie wadium zostanie przez Zamawiającego wykluczony na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 2 uPzp

10 Zamawiający zatrzyma wadium, lub dokona jego zwrotu na zasadach określonych w art. 46 uPzp

11. Zamawiający wymaga, aby wykonawca udzielił Miastu 12 miesięcznej gwarancji na wykonany przedmiot.

12. Gwarancja - Wykonawca udzieli Zamawiającemu gwarancji na zasadach opisanych w opisie przedmiotu zamówienia (cz II SIWZ) i wzorze umowy umowie. (cz. III SIWZ).

III.1.2) **Główne warunki finansowe i uzgodnienia płatnicze i/lub odniesienie do odpowiednich przepisów je regulujących:**

Wynagrodzenie płatne na zasadach i w terminach opisanych w III cz SIWZ - wzór umowy.

III.1.3) **Forma prawna, jaką musi przyjąć grupa wykonawców, której zostanie udzielone zamówienie:**

1. Za Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia uważa się w szczególności przedsiębiorców związanych umową spółki cywilnej lub przedsiębiorców, którzy są lub będą związani umową konsorcjum.

2 Ilekroć w ogłoszeniu i w SIWZ znajdują się zapisy dotyczące Wykonawcy, stosuje się je odpowiednio do Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, (jeżeli w szczegółowych postanowieniach SIWZ nie określono inaczej).

3 Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie niniejszego zamówienia powinni spełniać warunki udziału w postępowaniu oraz złożyć dokumenty potwierdzające spełnianie tych warunków zgodnie z zapisami zawartymi w pkt 9 i 10 SIWZ.

4 Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ustanawiają Pełnomocnika do reprezentowania ich w niniejszym postępowaniu albo reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Zaleca się, aby Pełnomocnikiem był jeden z Wykonawców wspólnie ubiegających

się o udzielenie zamówienia. Wszelka korespondencja prowadzona będzie wyłącznie z ustanowionym Pełnomocnikiem.

5 Jeżeli oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie zostanie wybrana do realizacji niniejszego zamówienia, Zamawiający żąda przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia, umowy regulującej współpracę tych wykonawców (art. 23 ust 4 uPzp)

**III.1.4) Inne szczególne warunki**

Wykonanie zamówienia podlega szczególnym warunkom: nie

**III.2) Warunki udziału**

**III.2.1) Sytuacja podmiotowa wykonawców, w tym wymogi związane z wpisem do rejestru zawodowego lub handlowego**

Informacje i formalności konieczne do dokonania oceny spełniania wymogów: 1 Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków

1.1 Wykonawca ubiegający się o zamówienie publiczne musi spełniać warunki udziału w postępowaniu w zakresie niżej dokonanego opisu sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków:

1.1.1 Warunek posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania – Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

1.1.2 Warunek posiadania wiedzy i doświadczenia – Warunek zostanie uznany za spełniony jeżeli wykonawca wykaże, że wykonał (zakończył) w okresie 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie 2 (dwie) usługi o wartości 200 000,00 PLN brutto każda polegające na przygotowaniu i realizacji kampanii promocyjnej (wizerunkowej lub produktowej), obejmującej co najmniej budowę strony internetowej, opracowanie i przeprowadzenie kampanii na portalach społecznościowych, opracowanie i przeprowadzenie reklamy banerowej w Internecie.

UWAGA:

1. Wykonawca winien załączyć również dokumenty potwierdzające, że usługi wymienione powyżej zostały wykonane należycie;

2. W przypadku wykazania usług rozliczanych w walucie innej niż PLN Wykonawca winien przeliczyć ich wartość na PLN przyjmując:

a) średni kurs danej waluty opublikowany przez Narodowy Bank Polski w dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej,

b) jeżeli w dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w biuletynie Zamówień Publicznych Narodowy Bank Polski nie publikuje średniego kursu waluty, za podstawę przeliczenia przyjmie się średni kurs waluty publikowany pierwszego dnia po dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej, w którym zostanie on opublikowany.

1.1.3 Warunek dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym - Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

1.1.4 Warunek dysponowania osobami zdolnymi do wykonania zamówienia – Zamawiający nie precyzuje w tym zakresie żadnych wymagań, których spełnianie Wykonawca zobowiązany jest wykazać w sposób szczególny.

1.1.5 Warunek sytuacji ekonomicznej i finansowej - Warunek zostanie uznany za spełniony, jeżeli wykonawca wykaże, że wysokość posiadanych środków finansowych lub zdolność kredytowa wykonawcy wynosi min. 30 000,00 PLN (trzydzieści tysięcy złotych).

UWAGA:

1. W przypadku wykazania środków finansowych w walucie innej niż PLN Wykonawca winien przeliczyć ich wartość na PLN przyjmując:

- a) średni kurs danej waluty opublikowany przez Narodowy Bank Polski w dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej,
- b) jeżeli w dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w biuletynie Zamówień Publicznych Narodowy Bank Polski nie publikuje średniego kursu waluty, za podstawę przeliczenia przyjmie się średni kurs waluty publikowany pierwszego dnia po dniu publikacji ogłoszenia o zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej, w którym zostanie on opublikowany.

1.2 Ocena spełniania przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana wg formuły: „spełnianie spełnia”.

1.3 Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia.

1.4 W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia spełnienie warunków udziału w postępowaniu określonych w pkt 1.1.1 - 1.1.5 oceniane będzie łącznie.

2. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz niepodlegania wykluczeniu

2.1 Wykonawca jest zobowiązany wykazać nie później niż na dzień składania ofert, spełnienie warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 uPzp, (opis sposobu dokonywania oceny spełniania warunków zawarty jest w pkt 9 SIWZ) w niżej wskazanym zakresie:

2.1.1 Zamawiający nie określa dokumentów jakie Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć w celu potwierdzenia spełnienia warunku dotyczącego posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania,

2.1.2 W celu potwierdzenia spełnienia warunku, dotyczącego posiadania wiedzy i doświadczenia, Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć następujące dokumenty:

2.1.2.1 wykaz wykonanych usług w zakresie niezbędnym do wykazania spełniania warunku wiedzy i doświadczenia w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców – wzór wykazu stanowi załącznik nr 4 do SIWZ;

2.1.2.2 dokumenty potwierdzające, że usługi zostały wykonane należycie;

2.1.3 Zamawiający nie określa dokumentów, jakie Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć w celu potwierdzenia spełnienia warunku, dotyczącego dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym,

2.1.4 Zamawiający nie określa dokumentów, jakie Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć w celu potwierdzenia spełnienia warunku dotyczącego dysponowania osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;

2.1.5 W celu potwierdzenia spełnienia warunku, dotyczącego sytuacji ekonomicznej i finansowej, Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć następujące dokumenty:

2.1.5.1. Informację banku lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, w których wykonawca posiada rachunek, potwierdzającej wysokość posiadanych środków finansowych lub zdolność kredytową wykonawcy, wystawionej nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,

2.1.6 W celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu określonych w pkt 1.1.1 – 1.1.5, Wykonawca zobowiązany jest złożyć oprócz ww. dokumentów, oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu - wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 2 do SIWZ.

2.2 Wykonawca jest zobowiązany wykazać nie później niż na dzień składania ofert brak podstaw do wykluczenia z powodu spełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 uPzp poprzez złożenie n/w dokumentów:

2.2.1 oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia w zakresie art. 24 ust. 1 uPzp – Wykonawcy składają przedmiotowe oświadczenie zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik nr 3 do SIWZ;

2.2.2 aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenie w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 uPzp, którego wzór stanowi załącznik nr 3 do SIWZ.

2.2.3 aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzające, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;

2.2.4 aktualne zaświadczenia właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzające, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne, lub potwierdzenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;

2.2.5 aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4-8 uPzp, wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;

2.2.6 aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 9 uPzp, wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

2.3 W przypadku składania oferty przez wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, dokumenty wskazane w punktach 10.2 SIWZ musi złożyć każdy z nich, z zastrzeżeniem, że oświadczenia, o których mowa w pkt 10.2.1 i 10.1.6 SIWZ mogą zostać złożone przez Pełnomocnika, jeżeli z treści pełnomocnictwa wynika takie upoważnienie.

2.4 Stosownie do treści rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30.12.2009 r. (Dz. U. z 2009 r. nr 226, poz. 1817) w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane:

2.4.1 jeżeli w przypadku Wykonawcy mającego siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej osoby, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 5-8 uPzp mają miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Wykonawca składa w odniesieniu do nich zaświadczenie właściwego organu sądowego albo administracyjnego miejsca zamieszkania dotyczące niekaralności tych osób w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 5-8 uPzp, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert, z tym, że w przypadku, gdy w miejscu zamieszkania tych osób nie wydaje się takich zaświadczeń – zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego miejsca zamieszkania tych osób z zachowaniem ww. terminu.

2.4.2 jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów, o których mowa:

2.4.2.1 - w punkcie 2.2.2 – 2.2.4 i 2.2.6 - składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające odpowiednio, że:

a) nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert,

b) nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne albo ze uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w

całości wykonania decyzji właściwego organu, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert,

c) nie orzeczono wobec niego zakazu ubiegania się o zamówienie, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert,

2.4.2.2 - w punkcie 2.2.5 SIWZ - składa zaświadczenie właściwego organu sądowego lub administracyjnego miejsca zamieszkania albo zamieszkania osoby, której dokumenty dotyczą, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4-8 uPzp wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

2.4.3 Jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w punkcie 2.4.2 SIWZ zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, z odpowiednim zachowaniem terminów ich wystawienia.

### III.2.2) **Zdolność ekonomiczna i finansowa**

Informacje i formalności konieczne do dokonania oceny spełniania wymogów: Jak w punkcie III.2.1.  
Minimalny poziom ewentualnie wymaganych standardów: Jak w punkcie III.2.1.

### III.2.3) **Kwalifikacje techniczne**

Informacje i formalności konieczne do dokonania oceny spełniania wymogów:  
Jak w punkcie III.2.1.  
Minimalny poziom ewentualnie wymaganych standardów:  
Jak w punkcie III.2.1.

### III.2.4) **Informacje o zamówieniach zastrzeżonych**

### III.3) **Specyficzne warunki dotyczące zamówień na usługi**

#### III.3.1) **Informacje dotyczące określonego zawodu**

Świadczenie usługi zastrzeżone jest dla określonego zawodu: nie

#### III.3.2) **Osoby odpowiedzialne za wykonanie usługi**

Osoby prawne powinny wskazać nazwiska oraz kwalifikacje zawodowe osób odpowiedzialnych za wykonanie usługi: nie

## **Sekcja IV: Procedura**

### IV.1) **Rodzaj procedury**

#### IV.1.1) **Rodzaj procedury**

Otwarta

#### IV.1.2) **Ograniczenie liczby wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do składania ofert lub do udziału**

#### IV.1.3) **Zmniejszenie liczby wykonawców podczas negocjacji lub dialogu**

### IV.2) **Kryteria udzielenia zamówienia**

#### IV.2.1) **Kryteria udzielenia zamówienia**

Oferta najkorzystniejsza ekonomicznie z uwzględnieniem kryteriów kryteria określone poniżej

1. Cena brutto. Waga 60
2. Zasięg. Waga 40

#### IV.2.2) **Informacje na temat aukcji elektronicznej**

Wykorzystana będzie aukcja elektroniczna: nie

### IV.3) **Informacje administracyjne**



- IV.3.1) **Numer referencyjny nadany sprawie przez instytucję zamawiającą:**  
DOA-ZP-III.271.2.3.2012
- IV.3.2) **Poprzednie publikacje dotyczące tego samego zamówienia**  
nie
- IV.3.3) **Warunki otrzymania specyfikacji, dokumentów dodatkowych lub dokumentu opisowego**  
Termin składania wniosków dotyczących uzyskania dokumentów lub dostępu do dokumentów: 11.6.2012 - 11:00  
Dokumenty odpłatne: nie
- IV.3.4) **Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu**  
11.6.2012 - 11:00
- IV.3.5) **Data wysłania zaproszeń do składania ofert lub do udziału zakwalifikowanym kandydatom**
- IV.3.6) **Języki, w których można sporządzać oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu**  
polski.
- IV.3.7) **Minimalny okres, w którym oferent będzie związany ofertą**  
w dniach: 60 (od ustalonej daty składania ofert)
- IV.3.8) **Warunki otwarcia ofert**  
Data: 11.6.2012 - 11:15  
Miejscowość:  
Wydział Zamówień Publicznych w Departamencie Obsługi i Administracji UML, ul. Skorupki 21, 90-532 Łódź.

#### **Sekcja VI: Informacje uzupełniające**

- VI.1) **Informacje o powtarzającym się charakterze zamówienia**  
Jest to zamówienie o charakterze powtarzającym się: nie
- VI.2) **Informacje o funduszach Unii Europejskiej**  
Zamówienie dotyczy projektu/programu finansowanego ze środków Unii Europejskiej: tak  
Podać odniesienie do projektu (projektów) i/lub programu (programów): Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013, Działanie III.2 Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw, Oś priorytetowa III: Gospodarka, Innowacyjność, Przedsiębiorczość; Marketing i Promocja Produktów.
- VI.3) **Informacje dodatkowe**  
Informacje dodatkowe.  
1. Zamówienie należy zrealizować w terminie od dnia podpisania umowy do dnia 7.11.2012 r zgodnie z harmonogramem wskazanym w opisie przedmiotu zamówienia znajdującym się w SIWZ  
2. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych  
3. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu  
4. Zamawiający nie przewiduje przeprowadzenia aukcji elektronicznej, zawarcia umowy ramowej, dynamicznego systemu zakupów.  
5. Zmiany postanowień umowy w sprawie zamówienia publicznego mogą być wprowadzone na zasadach opisanych we wzorze umowy, który stanowi czy III do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia  
6. Podana w ofercie cena brutto musi być wyrażona w PLN, zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5.7.2001 r. o cenach (Dz. U. z 2001 r. nr 97, poz. 1050 ze zm.). Cena musi uwzględniać wszystkie wymagania SIWZ oraz obejmować wszelkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu należytej oraz zgodnej zobowiązującymi przepisami realizacji przedmiotu zamówienia. Cena powinna obejmować należny podatek VAT (zgodnie z

ustawą z dnia 11.3.2004 r. o podatku od towarów i usług Dz. U. z 2004 r. nr 54, poz. 535 ze zm.). Ustalenie prawidłowej stawki podatku VAT, zgodnej z obowiązującymi przepisami ustawy o podatku od towarów i usług, należy do Wykonawcy.

7. Cenę oferty należy wyliczyć z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Kwoty należy zaokrąglić do pełnych groszy, przy czym końcówki poniżej 0,5 grosza pomija się, a końcówki 0,5 i wyższe zaokrągla się do 1 grosza (ostatnią pozostawioną cyfrę powiększa się o jednostkę), zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 28.3.2011 r. w sprawie zwrotu podatku niektórym podatnikom, wystawiania faktur, sposobu ich przechowywania oraz listy towarów i usług, do których nie mają zastosowania zwolnienia od podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2011 r. nr 68, poz. 360)

8. Opis sposobu przygotowania oferty. Wykonawca do oferty załączy również:

8.1 Opis kampanii promocyjnej w Internecie: koncepcja kampanii, ilość emisji bannerów i reklamy graficzno-tekstowej w Internecie, ilość portali internetowych z uwzględnieniem nazw portali, ilość kliknięć w kampanii - reklamie w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych o zasięgu ogólnopolskim.

8.2 Opis kampanii promocyjnej na nośnikach reklamy zewnętrznej typu billboard – koncepcja kampanii, listy lokalizacji billboardów w ilości 120 % ostatecznej ilości tablic wykorzystywanych w kampanii, z których Zamawiający wybierze ostateczną listę lokalizacji (nośniki oświetlone w min. 75 %). Nie dopuszcza się wykorzystywania reklamy na mobilach.

8.3 Opis nośników typu pendrive i płyty, ilość, rodzaj, pojemność.

8.4 Opis mapy strony internetowej wraz z projektem layout`u tzw. „skórki” strony internetowej wraz z opisem technicznym.

8.5 Szczegółowy plan działań przygotowany przez Wykonawcę na podstawie harmonogramu określonego w opisie przedmiotu zamówienia pod nazwą „Czas trwania umowy”

9. Oferty zostaną ocenione przez Zamawiającego w oparciu o następujące kryterium przypisując mu odpowiednią wagę punktową: Cena brutto – 60 %, zasięg – 40 %

9.1 Zasady oceny ofert wg kryterium "Cena". W przypadku kryterium "Cena" oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikającą z działania:  $Pi(c) = (Cmin/Ci) \times 60(C)$ , gdzie Pi to ilość punktów jaką otrzyma oferta za kryterium cena, Cmin to cena najniższej oferty, Ci to cena oferty rozpatrywanej, C znaczenie kryterium cena.

9.2 Zasady oceny ofert wg kryterium „Zasięg”. Ocena ofert w ramach kryterium ZASIĘG dokonana zostanie na podstawie wiedzy eksperckiej członków komisji przetargowej. Każdy z merytorycznych członków komisji przyzna każdej ofercie w przypadku każdego z podkryteriów ocenę w następujących skalach:

Podkryteria:

— zasięg kampanii promocyjnej w Internecie w ramach tego kryterium Zamawiający będzie oceniał zaoferowaną ilość emisji bannerów w Internecie, (ponad wymagane przez Zamawiającego minimum)

— 1 pkt – zasięg kampanii promocyjnej zgodny z wymaganiami minimalnymi ze Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia tj. minimum 10 000 000 odsłon reklamy typu Double Billboard 750x200 na portalu informacyjnym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A. Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie Realnych Użytkowników nie mniejszej niż 12 000 000. Kampania ma być emitowana w trybie Run On Site w ramach domeny danego portalu. Capping - 3. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r.

— 2 pkt – zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 10 200 000 odsłon reklamy typu Double Billboard 750x200 na portalu informacyjnym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A.,

Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie Realnych Użytkowników nie mniejszej niż 12 000 000. Kampania ma być emitowana w trybie Run On Site w ramach domeny danego portalu. Capping - 3. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012r., — 3 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 10 400 000 odsłon reklamy typu Double Billboard 750x200 na portalu informacyjnym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A., Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie Realnych Użytkowników nie mniejszej niż 12 000 000. Kampania ma być emitowana w trybie Run On Site w ramach domeny danego portalu. Capping - 3. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r., — 4 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 10 600 000 odsłon reklamy typu Double Billboard 750x200 na portalu informacyjnym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A., Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie Realnych Użytkowników nie mniejszej niż 12 000 000. Kampania ma być emitowana w trybie Run On Site w ramach domeny danego portalu. Capping - 3. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r., — 5 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 10 800 000 odsłon reklamy typu Double Billboard 750x200 na portalu informacyjnym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A., Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie Realnych Użytkowników nie mniejszej niż 12 000 000. Kampania ma być emitowana w trybie Run On Site w ramach domeny danego portalu. Capping - 3. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r. Maksymalna ilość punktów dla zasięgu kampanii promocyjnej w Internecie wykraczającym ponad wymagania minimalne to 5 pkt,  
— zasięg kampanii promocyjnej w portalach społecznościowych.  
W ramach tego kryterium Zamawiający będzie oceniał zaoferowaną ilość przekierowań uzyskanych z reklamy graficzno-tekstowej w portalu społecznościowym (znajdującym się w czołówce portali zgodnie z Badaniem Megapanel PBI/Gemius realizowanym przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius S.A., Okres badania: 1.12.2011, Zdefiniowane grupy celowe: nazwa - Wszyscy internauci, definicja - Wszyscy internauci; Grupa celowa: Wszyscy internauci) o minimalnej miesięcznej liczbie realnych użytkowników nie mniejszej niż 8 000 000. Wymiary reklamy 240x100 pikseli (+/- 10 %). Minimalna liczba przekierowań uzyskanych z reklamy to 7 500. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r.  
— 1 pkt - zasięg kampanii promocyjnej zgodny z wymaganiami minimalnymi ze Specyfikacji tj. minimalna liczba przekierowań uzyskanych z reklamy to 7500. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r.,  
— 2 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. liczba przekierowań uzyskanych z reklamy to 8000. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r.,  
— 3 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. liczba przekierowań uzyskanych z reklamy to 8500. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012 r.

Maksymalna ilość punktów dla zasięgu kampanii w portalach społecznościowych wykraczające ponad wymagania minimalne to 3 pkt,

— zasięg kampanii promocyjnej - reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych w ramach tego kryterium Zamawiający będzie oceniał zaoferowaną ilość kliknięć w kampanii - reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych o zasięgu ogólnopolskim, (ponad wymagane przez Zamawiającego minimum),

— 1 pkt - zasięg kampanii promocyjnej zgodny z wymaganiami minimalnymi ze Specyfikacji tj. minimum 6 000 kliknięć w kampanii o zasięgu ogólnopolskim. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 2 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 8 000 kliknięć w kampanii o zasięgu ogólnopolskim. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 3 pkt – zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 10 000 kliknięć w kampanii o zasięgu ogólnopolskim. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.

Maksymalna ilość punktów dla zasięgu kampanii - reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych wykraczające ponad wymagania minimalne to 3 pkt,

— zasięg kampanii promocyjnej na nośnikach wielkoformatowych outdoor typu billboard w ramach tego kryterium Zamawiający będzie oceniał zaoferowaną ilość nośników w kampanii o zasięgu ogólnopolskim, (ponad wymagane przez Zamawiającego minimum),

— 1 pkt – zasięg kampanii promocyjnej zgodny z wymaganiami minimalnymi ze Specyfikacji tj. minimum 600 nośników reklamy typu billboard o wymiarach min. 12 m2 przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 2 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 650 nośników reklamy typu billboard o wymiarach min. 12 m2 przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 3 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 700 nośników reklamy typu billboard o wymiarach min. 12 m2 przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 4 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 750 nośników reklamy typu billboard o wymiarach min.12 m2 przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.,

— 5 pkt - zasięg kampanii promocyjnej wykraczający ponad wymagania minimalne tj. 800 nośników reklamy typu billboard o wymiarach min.12 m2 przez okres 30 dni w terminie październik 2012 r.

Maksymalna ilość punktów dla zasięgu kampanii na nośnikach wielkoformatowych typu billboard wykraczające ponad wymagania minimalne to 5 pkt.

W przypadku kryterium "zasięg" oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikającą z działania:

$Pi(U) = (Uo/Umax) \times 40U$  gdzie  $Pi(U)$  to ilość punktów jakie otrzyma oferta za kryterium ZASIĘG,  $Uo$  to ilość punktów przyznanych ocenianej ofercie za kryterium ZASIĘG,  $Umax$  to maksymalna liczba punktów jaką można otrzymać za kryterium ZASIĘG,  $U$  znaczenie kryterium zasięg.

9.3 Zamawiający udzieli niniejszego zamówienia temu(tym) Wykonawcy (Wykonawcom), którego(ych) oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą, tj. uzyska największą łączną ilość punktów ze wszystkich kryteriów. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że 2 lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.

## 10. Zebranie Wykonawców

10.1 Zamawiający zastrzega sobie możliwość zwołania zebrania wszystkich Wykonawców w celu wyjaśnienia wątpliwości dotyczących treści niniejszej SIWZ. Informację o terminie zebrania Zamawiający przekaze Wykonawcom, którym przekazał SIWZ i zamieści na stronie internetowej, na której udostępniona jest SIWZ.

10.2 Zamawiający sporządzi informację zawierającą zgłoszone na zebraniu pytania o wyjaśnienie treści SIWZ oraz odpowiedzi na nie, bez wskazywania źródeł zapytań. Informację z zebrania Zamawiający doręczy niezwłocznie Wykonawcom, którym przekazano SIWZ i zamieści na stronie internetowej, na której udostępniona jest SIWZ.

11. Dokumenty jakie Wykonawca jest zobowiązany dostarczyć Zamawiającemu przed zawarciem umowy:

11.1 Umowę regulującą współpracę, w przypadku wyboru oferty Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.

11.2 Aktualny odpis z ewidencji działalności gospodarczej, w przypadku Wykonawcy będącego osobą fizyczną, jeżeli Wykonawca nie dołączył tego dokumentu do oferty.

11.3 Umowę spółki cywilnej, jeśli dotyczy, jeżeli Wykonawca nie dołączył tego dokumentu do oferty.

11.4 Umowę lub projekty umów z podwykonawcami, jeśli dotyczy.

11.4 Informacji o zastosowanej(nych) w ofercie stawce (stawkach) podatku VAT

11.5 Nie złożenie dokumentów o których mowa w pkt 31.4 SIWZ będzie traktowane jako uchylenie się przez Wykonawcę od zawarcia umowy.

VI.4) **Procedury odwoławcze**

VI.4.1) **Organ odpowiedzialny za procedury odwoławcze**

Krajowa Izba Odwoławcza  
ul. Postępu 17a  
02-676 Warszawa  
POLSKA  
E-mail: [odwolania@uzp.gov.pl](mailto:odwolania@uzp.gov.pl)  
Tel.: +48 224587801  
Adres internetowy: <http://uzp.gov.pl>  
Faks: +48 224587800

VI.4.2) **Składanie odwołań**

VI.4.3) **Źródło, gdzie można uzyskać informacje na temat składania odwołań**

Krajowa Izba Odwoławcza  
ul. Postępu 17a  
02-676 Warszawa  
POLSKA  
E-mail: [odwolania@uzp.gov.pl](mailto:odwolania@uzp.gov.pl)  
Tel.: +48 224587801  
Adres internetowy: <http://uzp.gov.pl>  
Faks: +48 224587800

VI.5) **Data wysłania niniejszego ogłoszenia:**

25.4.2012