

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

ZAMAWIAJĄCY:



Miasto Łódź
Urząd Miasta Łodzi
ul. Piotrkowska 104
90-926 Łódź

tel.: +48 (42) 638-48-88
fax: +48 (42) 638-48-77
e-mail: zamowienia@uml.lodz.pl
<http://przetargi.bip.uml.lodz.pl/>

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (SIWZ)

**POSTĘPOWANIE PROWADZONE W TRYBIE PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO
O WARTOŚCI ZAMÓWIENIA PRZEKRACZAJĄCEJ 200 000 EURO NA**

**Przygotowanie i realizacja kampanii promującej Miasto Łódź w ramach
realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów
Kreatywnych” współfinansowanego ze środków EFRR RPOWŁ**

Łódź, dnia 25.04.2012 r.

Zatwierdził:

Dyrektor
Wydziału Zamówień Publicznych
Tomasz Głuszczyk
/podpis nieczytelny/

Spis treści:

CZĘŚĆ I – INSTRUKCJA DLA WYKONAWCÓW	3
1. Nazwa i adres Zamawiającego.....	3
2. Tryb udzielenia zamówienia	3
3. Wykonawcy	3
4. Aukcja elektroniczna i umowa ramowa.....	4
5. Zamówienia częściowe.....	4
6. Zamówienia uzupełniające	4
7. Informacja o ofercie wariantowej	4
8. Termin wykonania zamówienia	4
9. Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków	5
10. Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz niepodlegania wykluczeniu	6
11. Wadium	10
12. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy.....	11
13. Waluta, w jakiej będą prowadzone rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia publicznego	11
14. Opis sposobu przygotowania oferty.....	11
15. Wyjaśnianie i zmiany w treści SIWZ	15
16. Zebranie Wykonawców	15
17. Zwrot kosztów udziału w postępowaniu.....	16
18. Miejsce, termin i sposób złożenia oferty	16
19. Zmiany lub wycofanie złożonej oferty	17
20. Miejsce i termin otwarcia ofert.....	17
21. Tryb otwarcia ofert.....	17
22. Termin związania ofertą	18
23. Opis sposobu obliczenia ceny	18
24. Kryteria oceny ofert	19
25. Oferta z rażąco niską ceną.....	24
26. Uzupełnienie oferty.....	24
27. Sposób oceny ofert.....	24
28. Wykluczenie Wykonawcy	25
29. Odrzucenie oferty	26
30. Wybór oferty i zawiadomienie o wyniku postępowania.....	26
31. Informacje ogólne dotyczące kwestii formalnych umowy w sprawie niniejszego zamówienia	26
32. Unieważnienie postępowania	27
33. Środki ochrony prawnej	27
34. Sposób porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami.....	28
35. Podwykonawstwo	29
36. Wykaz załączników do niniejszej SIWZ.....	29
CZĘŚĆ II – OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA	31
CZĘŚĆ III – WZÓR UMOWY W SPRAWIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO	52

CZĘŚĆ I – INSTRUKCJA DLA WYKONAWCÓW

1. Nazwa i adres Zamawiającego

Miasto Łódź - Urząd Miasta Łodzi
ul. Piotrkowska 104
90-926 Łódź
NIP: 725-002-89-02

Prowadzący postępowanie:

Wydział Zamówień Publicznych
w Departamencie Obsługi i Administracji
Urzędu Miasta Łodzi
ul. ks. Ignacego Skorupki 21
90-532 Łódź
tel.: +48 (42) 638-48-88,
fax: +48 (42) 638-48-77,
e-mail: zamowienia@uml.lodz.pl
<http://przetargi.bip.uml.lodz.pl/>

2. Tryb udzielenia zamówienia

Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone w trybie **przetargu nieograniczonego** na podstawie art. 39-46 w związku z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.) zwanej dalej u.p.z.p.

3. Wykonawcy

- 3.1 Na potrzeby niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (zwaną dalej SIWZ), za **Wykonawcę** - uważa się osobę fizyczną, osobę prawną albo jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, która ubiega się o udzielenie zamówienia publicznego, złożyła ofertę lub zawarła umowę w sprawie zamówienia publicznego.
- 3.2 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.
- 3.3 Ilekroć w SIWZ znajdują się zapisy dotyczące Wykonawcy, stosuje się je

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

odpowiednio do Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, (jeżeli w szczegółowych postanowieniach SIWZ nie określono inaczej).

- 3.4 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.
- 3.5 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.
- 3.6 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 u.p.z.p.).

4. Aukcja elektroniczna i umowa ramowa

- 4.1 Zamawiający nie przewiduje przeprowadzenia aukcji elektronicznej.
- 4.2 Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.

5. Zamówienia częściowe

Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych

6. Zamówienia uzupełniające.

Zamawiający nie przewiduje udzielania zamówień uzupełniających

7. Informacja o ofercie wariantowej

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

8. Termin wykonania zamówienia

Zamówienie należy zrealizować w terminie od dnia podpisania umowy do 7 listopada 2012 r., zgodnie z terminami pośrednimi wskazanymi w opisie przedmiotu zamówienia (cz II SIWZ) i wzorze umowy (cz III SIWZ).

9. Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków

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

9.1.1 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.

9.1.2 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 zł 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.

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

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

9.1.5 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 zł (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.
- 9.2 Ocena spełniania przedstawionych powyżej warunków zostanie dokonana wg formuły: „spełnia – nie spełnia”.
- 9.3 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.
- 9.4 W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia spełnienie warunków udziału w postępowaniu określonych w pkt. 9.1.1 - 9.1.5 SIWZ oceniane będzie łącznie.

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

- 10.1 Wykonawca jest zobowiązany wykazać nie później niż na dzień składania ofert, spełnienie warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 u.p.z.p., (opis sposobu dokonywania oceny spełniania warunków zawarty jest w pkt. 9 SIWZ) w niżej wskazanym zakresie:
 - 10.1.1 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,

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

10.1.2.1 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**;

10.1.2.2 dokumenty potwierdzające, że usługi zostały wykonane należycie;

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

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

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

10.1.5.1. 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,

10.1.6 W celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu określonych w pkt 9.1.1 – 9.1.5 SIWZ, Wykonawca zobowiązany jest złożyć oprócz w/w dokumentów, oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu - wzór oświadczenia stanowi **załącznik Nr 2 do SIWZ**.

10.2 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 u.p.z.p. poprzez złożenie n/w dokumentów:

10.2.1 oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia w zakresie art. 24 ust. 1 u.p.z.p. – Wykonawcy składają przedmiotowe oświadczenie zgodnie ze wzorem stanowiącym **załącznik Nr 3 do SIWZ**;

- 10.2.2 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 u.p.z.p., którego wzór stanowi **załącznik Nr 3 do SIWZ**.
- 10.2.3 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;
- 10.2.4 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;
- 10.2.5 aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4 - 8 u.p.z.p., wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
- 10.2.6 aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 9 u.p.z.p., wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
- 10.3 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.
- 10.4 Stosownie do treści rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 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:

10.4.1 jeżeli w przypadku Wykonawcy mającego siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej osoby, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 5-8 u.p.z.p. 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 u.p.z.p., 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 w/w terminu.

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

10.4.2.1 - w punkcie 10.2.2 – 10.2.4 i 10.2.6 SIWZ - 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 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,
- c) nie orzeczono wobec niego zakazu ubiegania się o zamówienie, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert,

10.4.2.2 - w punkcie 10.2.5 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 u.p.z.p. wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

10.4.3 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 10.4.2 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.

11. Wadium

- 11.1 Zamawiający, zgodnie z art. 45 u.p.z.p., żąda od Wykonawcy wniesienia wadium w kwocie 14.850,00 zł (czternaście tysięcy osiemset pięćdziesiąt złotych)
- 11.2 Wadium może być wnoszone według wyboru Wykonawcy w jednej lub kilku formach wymienionych w art. 45 ust. 6 u.p.z.p., tj.:
- 11.2.1 pieniądzu;
 - 11.2.2 poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym;
 - 11.2.3 gwarancjach bankowych;
 - 11.2.4 gwarancjach ubezpieczeniowych;
 - 11.2.5 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. Nr 109, poz. 1158, z późn. zm.).
- 11.3 Wadium wnoszone **w pieniądzu winno wpłynąć na konto Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert.**
- 11.4 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.**
- 11.5 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.
- 11.6 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.
- 11.7 W przypadku składania przez Wykonawcę wadium w formie poręczenia lub gwarancji, dokumenty te powinny być sporządzone zgodnie z obowiązującym prawem i zawierać co najmniej:
- 11.7.1 nazwę dającego zlecenie (Wykonawcy), beneficjenta poręczenia/gwarancji (Zamawiającego), poręczyciela/gwaranta, oraz wskazanie ich siedzib,
 - 11.7.2 określenie wierzytelności, która ma być zabezpieczona poręczeniem/gwarancją,

11.7.3 kwotę wadium,

11.7.4 termin ważności poręczenia/gwarancji – nie krótszy niż termin związania ofertą,

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

11.7.5.1 w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3 u.p.z.p. nie złożył dokumentów lub oświadczeń, o których mowa w art. 25 ust. 1 u.p.z.p., 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;**

11.7.5.2 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.

11.8 W przypadku składania przez Wykonawcę wadium w formie poręczenia lub gwarancji, Zamawiający nie uzna dokumentów które nie spełniają wymagań, o których mowa w pkt. 11.7 SIWZ

11.9 Wykonawca, który nie wnieśli wadium zostanie przez Zamawiającego wykluczony na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 2 u.p.z.p.

11.10 Zamawiający zatrzyma wadium, lub dokona jego zwrotu na zasadach określonych w art. 46 u.p.z.p.

12. Zabezpieczenie należytego wykonania umowy

Zamawiający nie żąda od Wykonawcy wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

13. Waluta, w jakiej będą prowadzone rozliczenia związane z realizacją niniejszego zamówienia publicznego

Wszelkie rozliczenia związane z realizacją zamówienia publicznego, którego dotyczy niniejsza SIWZ dokonywane będą w PLN.

14. Opis sposobu przygotowania oferty

14.1 Wymagania podstawowe.

14.1.1 Ofertę należy przygotować ściśle według wymagań określonych w niniejszej SIWZ.

14.1.2 Oferta musi być podpisana przez osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy (Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia). Oznacza to, że jeżeli z dokumentu(ów) określającego(ych) status prawny Wykonawcy(ów) lub pełnomocnictwa (pełnomocnictw) wynika, iż do reprezentowania Wykonawcy(ów) upoważnionych jest łącznie kilka osób dokumenty wchodzące w skład oferty muszą być podpisane przez wszystkie te osoby.

14.1.3 Zamawiający zaleca, aby Wykonawca załączył do oferty dokument lub dokumenty (np.: aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, aktualną umowę spółki itp.), z których będzie wynikało uprawnienie osoby(ów) do złożenia i podpisania oferty:

14.1.3.1 Jeżeli uprawnienie do reprezentacji osoby(ów) podpisującej ofertę nie wynika z załączonego(ych) dokumentu(ów), o którym(ych) mowa powyżej do oferty należy załączyć także pełnomocnictwo(a).

14.1.3.2 Zaleca się, aby pełnomocnictwo(a) zawierało co najmniej:

- c) wskazanie podmiotu (podmiotów, w przypadku Wykonawców występujących wspólnie);
- d) określenie celu gospodarczego oraz zakresu umocowania
- e) wskazanie pełnomocnika(ów) upoważnionego(ych) do reprezentowania Wykonawcy(ów) w postępowaniu (składania w jego(ich) imieniu oświadczeń woli i wiedzy) lub reprezentowania jego(ich) w postępowaniu i do zawarcia umowy.

14.1.3.3 W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Pełnomocnictwo(a) musi(muszą) być udzielone przez **wszystkich uprawnionych Wykonawców** występujących wspólnie.

14.1.3.4 Pełnomocnictwo(a) należy dołączyć do oferty w **oryginale** lub **notarialnie poświadczonej kopii.**

14.1.4 Podpis osoby upoważnionej musi pozwalać na identyfikację jej imienia i nazwiska (np. będzie uzupełniony pieczętą).

14.1.5 Wzory dokumentów dołączonych do niniejszej SIWZ powinny zostać wypełnione przez Wykonawcę, bądź też przygotowane przez Wykonawcę w treści zgodnej z niniejszą SIWZ i dołączone do oferty.

14.1.6 W przypadku złożenia przez Wykonawców dokumentów zawierających kwoty wyrażone w innych walutach niż PLN (np. dane finansowe), Zamawiający, jako kurs przeliczeniowy waluty przyjmie:

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

14.1.7 Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

14.2 Forma oferty.

14.2.1 Oferta musi być sporządzona w języku polskim, w oryginale mieć formę pisemną i format nie większy niż A4. Dokumenty sporządzone w języku obcym muszą być składane wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę.

14.2.2 Stosowne wypełnienia we wzorach dokumentów stanowiących załączniki do niniejszej SIWZ i wchodzących następnie w skład oferty mogą być dokonane komputerowo, maszynowo lub ręcznie.

14.2.3 Dokumenty przygotowywane samodzielnie przez Wykonawcę na podstawie wzorów stanowiących załączniki do niniejszej SIWZ powinny mieć formę wydruku komputerowego lub maszynopisu.

14.2.4 Całość oferty powinna być złożona w formie uniemożliwiającej jej przypadkowe zdekompletowanie.

14.2.5 Zaleca się, aby wszystkie zapisane strony oferty były kolejno ponumerowane.

14.2.6 Wszelkie miejsca w ofercie, w których Wykonawca naniósł poprawki lub zmiany wpisywanej przez siebie treści, (czyli wyłącznie w miejscach przeznaczonych do wypełnienia przez Wykonawcę) muszą być parafowane przez osobę (osoby) podpisującą (podpisujące) ofertę.

14.2.7 Dokumenty wchodzące w skład oferty mogą być przedstawiane tylko w formie oryginałów lub poświadczonych przez Wykonawcę za zgodność z oryginałem kopii – z zastrzeżeniem dokumentów, o których mowa w pkt. 14.1.3.4 SIWZ. Zgodność z oryginałem wszystkich zapisanych stron kopii dokumentów wchodzących w skład oferty musi być potwierdzona przez osobę (lub osoby, jeżeli do reprezentowania Wykonawcy upoważnionych jest kilka osób) podpisującą (podpisujące) ofertę zgodnie z treścią dokumentu(ów) określającego(ych) status prawny Wykonawcy lub treścią załączonych(ego) do oferty pełnomocnictw(a).

14.2.8 Oświadczenia sporządzane na podstawie wzorów stanowiących załączniki do niniejszej SIWZ powinny być złożone w formie **oryginału**.

14.2.9 Zamawiający może żądać przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentu wyłącznie wtedy, gdy złożona przez Wykonawcę kserokopia dokumentu jest nieczytelna lub budzi uzasadnione wątpliwości, co do jej prawdziwości.

14.2.10 W przypadku wątpliwości, co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę mającego siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania z wnioskiem o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących przedłożonego dokumentu.

14.3 Zawartość oferty.

14.3.1 Wypełniony Formularz oferty, sporządzony na podstawie wzoru stanowiącego **załącznik Nr 1** do niniejszej SIWZ.

14.3.2 Dokumenty wymienione w pkt. 10 niniejszej SIWZ potwierdzające spełnianie przez Wykonawcę(ów) warunków udziału w postępowaniu, oraz nie podleganie wykluczeniu z udziału w postępowaniu.

14.3.3 Dokument lub dokumenty, o których mowa w pkt. 14.1.3 SIWZ, z których będzie wynikało uprawnienie osoby(ób) do złożenia i podpisania oferty.

14.3.4 Zalecane przez Zamawiającego jest złożenie w ofercie spisu treści z wyszczególnieniem ilości stron wchodzących w skład oferty.

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

14.3.5.1. 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.

14.3.5.2. Opis kampanii promocyjnej na nośnikach reklamy zewnętrznej typu billboard – koncepcja kampanii (preferowana, nie obowiązkowa), 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.

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

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

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

15. Wyjaśnianie i zmiany w treści SIWZ

15.1 Wyjaśnianie treści SIWZ.

15.1.1 Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający niezwłocznie udzieli wyjaśnień Wykonawcy, jednak nie później niż na 6 dni przed upływem terminu składania ofert - pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

15.1.2 Zamawiający jednocześnie przekaże treść zapytań wraz z wyjaśnieniami wszystkim Wykonawcom, którym przekazał SIWZ i zamieści zmianę (y) na stronie internetowej, na której udostępniona jest niniejsza SIWZ. Udzielając wyjaśnień Zamawiający nie ujawni źródła zapytania.

15.2 Zmiany w treści SIWZ.

15.2.1 W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść niniejszej SIWZ. Dokonaną zmianę SIWZ Zamawiający przekaże niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którym Zamawiający przekazał niniejszą SIWZ i zamieści na stronie internetowej, na której udostępniona jest niniejsza SIWZ.

15.2.2 Zmiany SIWZ są każdorazowo wiążące dla Wykonawców.

16. Zebranie Wykonawców

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

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

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

17. Zwrot kosztów udziału w postępowaniu

Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu z zastrzeżeniem treści art. 93 ust. 4 u.p.z.p.

18. Miejsce, termin i sposób złożenia oferty

18.1 Ofertę należy umieścić w zamkniętym opakowaniu, uniemożliwiającym odczytanie zawartości bez uszkodzenia tego opakowania. Opakowanie winno być oznaczone nazwą (firmą) i adresem Wykonawcy, zaadresowane na Urząd Miasta Łodzi, Wydział Zamówień Publicznych w Departamencie Obsługi i Administracji, 90-532 Łódź, ul. ks. Ignacego Skorupki 21 oraz opisane:

***nazwa (firma) Wykonawcy
adres Wykonawcy***

**Urząd Miasta Łodzi
w Departamencie Obsługi
i Administracji
Wydział Zamówień Publicznych
ul. ks. Ignacego Skorupki 21
90-532 Łódź**

„Przygotowanie i realizacja kampanii promującej Miasto Łódź w ramach realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych” współfinansowanego ze środków EFRR RPOWŁ”

Nie otwierać przed dniem. 11.06.2012 godz 11.15

18.2 Ofertę należy złożyć w sekretariacie Wydziału Zamówień Publicznych w Departamencie Obsługi i Administracji Urzędu Miasta Łodzi, ul. ks. Ignacego Skorupki 21, 90-532 Łódź, pokój nr 8, III piętro, w nieprzekraczalnym terminie:

do dnia	11.06.2012	do godz.	11.00
---------	-------------------	----------	--------------

18.3 Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za:

18.3.1 złożenie przez Wykonawcę oferty po terminie składania ofert,

18.3.2 złożenie oferty w innym niż określonym w pkt. 18.2 miejscu.

18.3.3 złożenie oferty nieopisanej w sposób określony w pkt. 18.1 – uniemożliwiający identyfikację oferty, lub postępowania, którego dotyczy.

18.4 Zamawiający niezwłocznie zawiadomi Wykonawcę o złożeniu oferty po terminie oraz zwróci ofertę po upływie terminu do wniesienia odwołania.

19. Zmiany lub wycofanie złożonej oferty

19.1 Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać przez siebie ofertę. Zmiany lub wycofanie złożonej oferty są skuteczne tylko wówczas, gdy zostały dokonane przed upływem terminu składania ofert.

19.2 Zmiany, poprawki złożonej oferty muszą być złożone w miejscu i według zasad obowiązujących przy składaniu oferty. Odpowiednio opisane koperty (paczki) zawierające zmiany, poprawki należy dodatkowo opatrzyć dopiskiem „ZMIANA”. W przypadku złożenia kilku „ZMIAN” kopertę (paczkę) każdej „ZMIANY” należy dodatkowo opatrzyć napisem „ZMIANA Nr.....”

19.3 Wycofanie złożonej oferty.

19.4 Wycofanie złożonej oferty następuje poprzez złożenie pisemnego powiadomienia podpisanego przez umocowanego na piśmie przedstawiciela Wykonawcy. Wycofanie należy złożyć w miejscu i według zasad obowiązujących przy składaniu oferty. Odpowiednio opisaną kopertę (paczkę) zawierającą powiadomienie należy dodatkowo opatrzyć dopiskiem „WYCOFANE”.

20. Miejsce i termin otwarcia ofert

Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Wydziału Zamówień Publicznych w Departamencie Obsługi i Administracji Urzędu Miasta Łodzi przy ul. ks. Ignacego Skorupki 21 – III piętro, pok. nr 12,

w dniu	11.06.2012	o godz.	11.15
--------	-------------------	---------	--------------

21. Tryb otwarcia ofert

21.1 Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

- 21.2 W trakcie publicznej sesji otwarcia ofert nie będą otwierane koperty (paczki) zawierające oferty, których dotyczy "WYCOFANIE". Takie oferty zostaną odesłane Wykonawcom bez otwierania.
- 21.3 Koperty (paczki) oznakowane dopiskiem "ZMIANA" zostaną otwarte przed otwarciem kopert (paczek) zawierających oferty, których dotyczą te zmiany. Po stwierdzeniu poprawności procedury dokonania zmian, zmiany zostaną dołączone do oferty.
- 21.4 W trakcie otwierania kopert z ofertami Zamawiający każdorazowo ogłosi obecnym:
- stan i ilość ofert;
 - nazwy (firmy) oraz adresy Wykonawców, którzy złożyli oferty;
 - informacje dotyczące ceny zamówienia.
- 21.5 Na wniosek Wykonawców, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert, Zamawiający przekazuje im niezwłocznie informacje, o których mowa powyżej w pkt 21.1.i 21.4.a-c niniejszej SIWZ.

22. Termin związania ofertą

- 22.1 Wykonawca pozostaje związany złożoną ofertą przez **60 dni**. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 22.2 W uzasadnionych przypadkach, Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
- 22.3 Zgoda Wykonawcy na przedłużenie okresu związania oferta jest dopuszczalna tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo, jeżeli nie jest to możliwe, z wniesieniem nowego wadium na przedłużony okres związania ofertą.

23. Opis sposobu obliczenia ceny

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

- 23.1 Podana w ofercie cena brutto musi być wyrażona w **PLN**, zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach. Cena musi uwzględniać wszystkie wymagania niniejszej SIWZ oraz obejmować wszelkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu należytej oraz zgodnej z obowiązującymi przepisami realizacji przedmiotu zamówienia. Cena powinna obejmować należny podatek VAT (zgodnie z ustawą z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług. Ustalenie prawidłowej stawki podatku VAT, zgodnej z obowiązującymi przepisami ustawy o podatku od towarów i usług, należy do Wykonawcy.
- 23.2 Podana w ofercie cena musi uwzględniać wszystkie wymagania Zamawiającego określone w niniejszej SIWZ, obejmować wszystkie koszty, jakie poniesie Wykonawca z tytułu należytego oraz zgodnego z umową i obowiązującymi przepisami wykonania przedmiaru zamówienia.
- 23.3 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 marca 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.
- 23.4 Jeżeli złożono ofertę, której wybór prowadziłby do powstania obowiązku podatkowego Zamawiający zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług w zakresie dotyczącym wewnątrz wspólnotowego nabycia towarów, Zamawiający w celu oceny takiej oferty dolicza do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek wpłacić zgodnie z obowiązującymi przepisami.

24. Kryteria oceny ofert

24.1 Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które:

24.1.1 zostaną złożone przez Wykonawców nie wykluczonych przez Zamawiającego z niniejszego postępowania,

24.1.2 nie zostaną odrzucone przez Zamawiającego.

24.2 Oferty zostaną ocenione przez Zamawiającego w oparciu o następujące kryterium przypisując mu odpowiednią wagę punktową.

Lp.	Kryterium	Znaczenie procentowe kryterium	Maksymalna ilość punktów jakie może otrzymać oferta za dane kryterium
1.	Cena brutto	60 %	60 punktów
2.	Zasięg	40%	40 punktów

24.3 Zasady oceny ofert wg kryterium "Cena":

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

$$P_i(C) = \frac{C_{\min}}{C_i} \times 60(C)$$

gdzie:

P _i (C)	Ilość punktów jakie otrzyma oferta za kryterium "Cena"
C _{min}	Cena najniższej oferty
C _i	Cena oferty rozpatrywanej
C	Znaczenie kryterium "Cena"

24.4 Zasady oceny ofert wg kryterium „Zasięg”.

24.4.1 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.

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

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

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

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 7500. 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:

$$P_i(U) = \frac{U_o}{U_{max}} \times 40(U)$$

gdzie:

P _i (U)	Ilość punktów jakie otrzyma oferta za kryterium ZASIĘG
U _o	Ilość punktów przyznanych ocenianej ofercie za kryterium ZASIĘG
U _{max}	Maksymalna liczba punktów jaką można otrzymać za kryterium ZASIĘG (16 pkt)
U	Znaczenie kryterium ZASIĘG

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

25. Oferta z rażąco niską ceną

25.1 Zamawiający w celu ustalenia, czy oferta zawiera rażąco niską cenę **w stosunku do poszczególnych części przedmiotu zamówienia**, zwróci się do Wykonawcy o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny.

25.2 Zamawiający, oceniając wyjaśnienia, weźmie pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla Wykonawcy, oryginalność projektu Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów.

25.3 Zamawiający odrzuci ofertę:

25.3.1 Wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub

25.3.2 jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzi, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

26. Uzupełnienie oferty

26.1 Stosownie do treści art. 26 ust. 3 u.p.z.p., Zamawiający **wezwie** Wykonawców, którzy w określonym terminie nie złożyli wymaganych przez Zamawiającego oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w art. 25 ust. 1 u.p.z.p., lub którzy nie złożyli pełnomocnictw, albo którzy złożyli wymagane przez Zamawiającego oświadczenia i dokumenty, o których mowa w art. 25 ust. 1 u.p.z.p., zawierające błędy, lub którzy złożyli wadliwe pełnomocnictwa, do ich złożenia w wyznaczonym terminie, chyba że mimo ich złożenia oferta wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.

26.2 Złożone na wezwanie Zamawiającego oświadczenia i dokumenty powinny potwierdzać spełnianie przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu oraz spełnianie przez oferowane dostawy wymagań określonych przez Zamawiającego, nie później niż w dniu, w którym upłynął termin składania ofert **oraz winny być złożone w formie przewidzianej w § 6 Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2009 r. w sprawie rodzaju dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy, oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane** (Dz. U. Nr 226, poz. 1817).

27. Sposób oceny ofert

27.1 Wyjaśnienia treści ofert i poprawianie omyłek.

27.1.1 W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert. Niedopuszczalne jest prowadzenie między Zamawiającym a Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz, z zastrzeżeniem treści następnego punktu, dokonywanie jakiegokolwiek zmiany w jej treści.

27.1.2 Zamawiający poprawi w ofercie:

27.1.2.1 oczywiste omyłki pisarskie,

27.1.2.2 oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek. W szczególności Zamawiający za podstawę poprawy przyjmie ceny jednostkowe wskazane przez wykonawcę w złożonej ofercie, a w przypadku ceny ryczałtowej, za prawidłową Zamawiający uzna cenę całkowitą zapisaną cyfrowo, bez względu na sposób jej obliczenia.

27.1.2.3 inne omyłki polegające na niezgodności oferty z SIWZ, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty.

- niezwłocznie zawiadamiając o tym Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.

27.2 Sposób oceny zgodności oferty z treścią niniejszej SIWZ - Ocena zgodności ofert z treścią SIWZ przeprowadzona zostanie wyłącznie na podstawie analizy jej zawartości z zastrzeżeniem treści art. 26 ust. 3 u.p.z.p.

27.3 Sprawdzanie wiarygodności ofert.

27.3.1 Zamawiający zastrzega sobie prawo sprawdzania w toku oceny oferty wiarygodności przedstawionych przez Wykonawców dokumentów, oświadczeń, wykazów, danych i informacji.

27.3.2 W przypadku stwierdzenia przez Zamawiającego w trakcie sprawdzania ofert, że złożenie oferty stanowi czyn nieuczciwej konkurencji – oferta zostanie przez Zamawiającego odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 3 u.p.z.p.

27.3.3 Przedstawienie przez Wykonawcę informacji nieprawdziwych mających wpływ lub mogących mieć wpływ na wynik postępowania o udzielenie niniejszego zamówienia skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z prowadzonego postępowania, zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 u.p.z.p., niezależnie od innych skutków przewidzianych prawem.

28. Wykluczenie Wykonawcy

28.1 Zamawiający wykluczy Wykonawców z postępowania o udzielenie niniejszego zamówienia stosownie do treści art. 24 ust. 1 i 2 u.p.z.p.

28.2 Ofertę Wykonawcy wykluczonego uznaje się za odrzuconą.

29. Odrzucenie oferty

Zamawiający odrzuci ofertę w przypadkach określonych w art. 89 ust. 1 u.p.z.p.

30. Wybór oferty i zawiadomienie o wyniku postępowania

30.1 Przy dokonywaniu wyboru oferty najkorzystniejszej Zamawiający stosował będzie wyłącznie zasady i kryteria określone w u.p.z.p. i niniejszej SIWZ.

30.2 Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą.

30.3 Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający jednocześnie zawiadomi Wykonawców, którzy złożyli oferty, o:

30.3.1 wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę), albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres wykonawcy, którego ofertę wybrano, uzasadnienie jej wyboru oraz nazwy (firmy), albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,

30.3.2 Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, podając uzasadnienie faktyczne i prawne,

30.3.3 Wykonawcach, którzy zostali wykluczeni z postępowania o udzielenie zamówienia, podając uzasadnienie faktyczne i prawne,

30.3.4 terminie, określonym zgodnie z art. 94 ust. 1 lub 2 u.p.z.p., po którego upływie umowa w sprawie zamówienia publicznego może być zawarta.

30.4 Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zamieści informacje, o których mowa w pkt 30.3.1., również na stronie internetowej oraz w miejscu publicznie dostępnym w swojej siedzibie.

31. Informacje ogólne dotyczące kwestii formalnych umowy w sprawie niniejszego zamówienia

31.1 Umowa zostanie zawarta w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie i miejscu (preferuje się zawarcie umowy w siedzibie Zamawiającego).

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

31.2 Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny, chyba że zachodzą przesłanki unieważnienia postępowania, o których mowa w art. 93 ust. 1 u.p.z.p.

31.3 Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy.

31.4 Dokumenty jakie Wykonawca jest zobowiązany dostarczyć Zamawiającemu przed zawarciem umowy:

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

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

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

31.4.4 Umowę lub projekty umów z podwykonawcami, jeśli dotyczy.

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

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

32. Unieważnienie postępowania

32.1 Zamawiający unieważni postępowanie o udzielenie niniejszego zamówienia w sytuacjach określonych w art. 93 ust. 1 u.p.z.p.

32.2 O unieważnieniu postępowania o udzielenie zamówienia Zamawiający zawiadomi równocześnie wszystkich Wykonawców, podając uzasadnienie faktycznej i prawnej, którzy:

32.2.1 ubiegali się o udzielenie zamówienia – w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,

32.2.2 złożyli oferty – w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert.

33. Środki ochrony prawnej

- 33.1 Środki ochrony prawnej przysługują Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu niniejszego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów u.p.z.p.
- 33.2 Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 u.p.z.p.
- 33.3 **Odwołanie** – przysługuje wyłącznie od niezgodnej z przepisami u.p.z.p. czynności Zamawiającego podjętej w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub zaniechania czynności, do której Zamawiający jest zobowiązany na podstawie u.p.z.p.
- 33.3.1 Odwołanie wnosi się w terminie 10 dni od dnia przesłania informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia – jeżeli zostały przesłane w sposób określony w art. 27 ust. 2 u.p.z.p., albo w terminie 15 dni – jeżeli zostały przesłane w inny sposób;
- 33.3.2 Odwołanie wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, a także wobec postanowień specyfikacji istotnych warunków zamówienia, wnosi się w terminie 10 dni od dnia publikacji ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej lub zamieszczenia specyfikacji istotnych warunków zamówienia na stronie internetowej;
- 33.3.3 Odwołanie wobec czynności innych niż określone w pkt. 33.3.1. i 33.3.2. wnosi się w terminie 10 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia;
- 33.3.4 Szczegółowo zasady wnoszenia odwołań uregulowane zostały w art. 180-186 u.p.z.p.
- 33.4 **Skarga do sądu** - przysługuje stronom, oraz uczestnikom postępowania odwoławczego na orzeczenie Izby. Szczegółowo zasady i terminy wnoszenia skargi do sądu uregulowane zostały w art. 198a-198g u.p.z.p.

34. Sposób porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami

- 34.1 W niniejszym postępowaniu oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje (zwanymi dalej ogólnie „korespondencją”) Zamawiający i Wykonawcy przekazują pisemnie, faksem lub drogą elektroniczną.
- 34.2 Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca prześlą oświadczenia, wnioski zawiadomienia oraz informacje faksem lub drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

- 34.3 W przypadku korespondencji przesyłanej pisemnie, (jeżeli przepisy prawa nie stanowią inaczej) domniemywa się, że dniem w którym Wykonawca mógł zapoznać się z treścią korespondencji, jest dzień, w którym upływa termin odbioru przesyłki złożonej w placówce oddawczej (po bezskutecznej próbie doręczenia na wskazany adres) określony w zawiadomieniu (awizo) lub zawiadomieniu powtórnym, (jeżeli przepisy operatora pocztowego przewidują powtórne zawiadomienie).
- 34.4 W przypadku korespondencji przesyłanej faksem lub drogą elektroniczną, (jeżeli przepisy prawa nie stanowią inaczej) domniemywa się, że dzień przesłania korespondencji faksem na numer wskazany przez Wykonawcę lub drogą elektroniczną na adres e-mail wskazany przez Wykonawcę, jest dniem w którym Wykonawca mógł zapoznać się z treścią korespondencji, jeżeli korespondencja została przesłana niezwłocznie również w formie pisemnej i/lub fakt jej otrzymania został niezwłocznie potwierdzony przez drugą stronę.
- 34.5 Osobami(a) upoważnionymi(a) przez Zamawiającego do kontaktowania się z Wykonawcami jest: Marta Jędrzejczyk tel. nr (42) 638-57-18,
- 34.6 Korespondencję do Zamawiającego (powołując się w tytule na nr referencyjny postępowania **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**) należy kierować:

- **pisemnie** na adres:

**Wydział Zamówień Publicznych
w Departamencie Obsługi i Administracji
Urzędu Miasta Łodzi
ul. ks. Ignacego Skorupki 21, 90-532 Łódź**

- **drogą elektroniczną** na adres: zamowienia@uml.lodz.pl

UWAGA! Załączniki do poczty elektronicznej mogą być w formatach obsługiwanych przez programy Word 2007, Excel 2007, Adobe Reader

- **faksem** na nr +48 (42) 638-48-77

35. Podwykonawstwo

Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie części zamówienia, której wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom. Wskazanie niniejszego ma nastąpić w formularzu oferty stanowiącym **załącznik Nr 1 do niniejszej SIWZ**.

36. Wykaz załączników do niniejszej SIWZ

Załącznikami do niniejszej SIWZ są:

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

Lp.	Oznaczenie Załącznika	Nazwa Załącznika
1.	Załącznik Nr 1	Wzór formularza oferty
2.	Załącznik Nr 2	Wzór oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu
3.	Załącznik Nr 3	Wzór oświadczenia o braku podstaw do wykluczenia
4.	Załącznik Nr 4	Wykaz usług
5.	Załącznik Nr 5	System Identyfikacji Wizualnej Miasta Łodzi – Księga znaku podstawowa
6.	Załącznik Nr 6	Schemat strony www.lodz.pl – portalu miejskiego

Wskazane powyżej załączniki Wykonawca wypełnia stosownie do treści pkt 14 niniejszej SIWZ. Zamawiający dopuszcza zmiany wielkości pól załączników oraz odmiany wyrazów wynikające ze złożenia oferty wspólnej. Wprowadzone zmiany nie mogą zmieniać treści załączników.

CZĘŚĆ II – OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Oznaczenia kodu CPV – Wspólnego Słownika Zamówień (kod i opis):

Główny kod CPV:

79341400-0 – usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowe kody CPV*:

79342200-5 – usługi w zakresie promocji

79340000-9 – usługi reklamowe i marketingowe

2. Kategoria usług: 13 (1-27)*

3. Przedmiotem niniejszego postępowania jest:

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, Działanie III.2 Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw, Oś priorytetowa III: Gospodarka, Innowacyjność, Przedsiębiorczość; Marketing i Promocja Produktów i „Marek” Regionalnych i Lokalnych, obejmującego okres do 30 listopada 2012r., zgodnie z niżej określonymi założeniami i potrzebami.

Główne cele:

Nowoczesne gospodarki rozwijają się dzięki wiedzy i kreatywności ludzi. Koncentracja ludzi wykształconych, o wysokich kwalifikacjach i umiejętnościach oraz charakteryzujących się kreatywnością w myśleniu i działaniu prowadzi do powstania kapitału kreatywnego. Kapitał kreatywny jest kluczowym elementem potencjału rozwojowego miast, stymulatorem zmian i czynnikiem wpływającym na ich atrakcyjność osiedleńczą i inwestycyjną.

Głównym celem strategicznym przewidzianych w ramach projektu działań jest wykreowanie wizji Łodzi, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych wraz z hasłem „Łódź kreuje”.

Do celów pośrednich projektu można zaliczyć:

1. Zmiana wizerunku Łodzi, jako miasta bez wyrazu, nieatrakcyjnego, poprzez budowanie jego obrazu, jako miejsca przyjaznego dla tworzenia, kreatywności, innowacyjności, wyjątkowego, niepowtarzalnego, z ogromnym potencjałem;

2. Propagowanie przemysłów kreatywnych;
3. Promocja przedsiębiorczości w kulturze;
4. Prezentacja szerokiej oferty inwestycyjnej, edukacyjnej, kulturalnej, turystycznej i rekreacyjnej;
5. Podniesienie atrakcyjności miasta wśród inwestorów, turystów;
6. Aktywizacja życia gospodarczego, akademickiego, kulturalnego;
7. Promocja lokalnych twórców, środowiska biznesowego, naukowego, akademickiego;
8. Stworzenie spójnej i czytelnej koncepcji marki dla Łodzi;
9. Poprawa wizerunku Łodzi na zewnątrz;
10. Wzrost atrakcyjności Łodzi w opinii łodzian i innych mieszkańców Polski;
11. Kreacja nowych produktów Łodzi;
12. Wzmocnienie public relations miasta – komunikacja z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym;

Cele pośrednie:

1. Budowanie świadomości Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych
2. Ujednolicenie przekazu graficznego wysyłanego przez Miasto.
3. Rozpoznawalność komunikatu wysyłanego przez Miasto.
4. Zachowanie standardów oraz zgodności z obowiązującą Księgą Znaków dla logo Miasta Łodzi.
5. Budowanie estetycznej kreacji poprzez użycie nowoczesnych środków wyrazu artystycznego.
6. Lepsza i bardziej efektywna promocja walorów gospodarczych miasta i aglomeracji łódzkiej;
7. Lepsza i bardziej efektywna promocja Łodzi, jako miejsca przyjaznego przemysłom kreatywnym;
8. Lepsza promocja oferty kulturalnej;
9. Lepsza promocja oferty edukacyjnej;
10. Lepsza promocja oferty turystycznej i rekreacyjnej;
11. Stworzenie pozytywnej komunikacji na temat Łodzi.

Cele komunikacyjne:

Miasto Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych to miejsce, które przedsiębiorczy uczy kreatywności a kreatywnych przedsiębiorczości. To miasto, które pobudza wyobraźnię zmuszając do działania. Przemysły kreatywne to dziedziny, w których wykorzystuje się talent, pomysłowość i przedsiębiorczość.

Główne problemy:

Obecnie wiele polskich miast jest świadomych roli, jaką marka może odegrać w budowaniu przewagi konkurencyjnej nad rywalami (innymi miastami czy regionami). Dzisiaj bez mocnej i wyraźnej (unikalnej) marki trudno przyciągnąć inwestorów, zachęcić do przyjazdu turystów czy potencjalnych studentów do danego miasta. Budowanie marki Miasta nie może mieć charakteru pojedynczych czy przypadkowych działań, gdyż przyniosą one stosunkowo słabe i nietrwałe efekty.

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

Muszą być realizowane zgodnie z wcześniej przyjętą strategią marki i odpowiednio zaplanowanymi działaniami komunikacyjnymi. Dotychczasowe działania promocyjne Miasta Łodzi nie były realizowane zgodnie z powyższym założeniem. Brakowało w nich spójności i jasnego kierunku, w jakim ma podążać miasto z punktu widzenia kreowania swojego wizerunku. Owe braki były oczywiste, gdyż Łódź nie miała strategii marki (również w sensie formalnym – posiadania dokumentu). Przyjęty uchwałą Nr VIII/81/11 Rady Miejskiej w Łodzi dnia 23 lutego 2011r. dokument wypełnia tę lukę, dając m.in. wytyczne, co do celów i koncepcji marki oraz sposobów realizacji przyjętych założeń, tak by w przyszłości miasto zajęło unikalną pozycję na percepcyjnej mapie Polski i Europy. Markę Miasta tworzy się w oparciu o różne działania (prace) i na wielu poziomach: począwszy od stworzenia jej koncepcji, celów, definiowania grup docelowych, opracowania logo, spójnego systemu identyfikacji wizualnej i wyboru odpowiednich narzędzi komunikacji, itd

Grupa docelowa:

1. klienci urzędu (zarówno krajowi jak i zagraniczni)
2. pracownicy urzędu
3. mieszkańcy Łodzi
4. mieszkańcy Województwa Łódzkiego;
5. mieszkańcy Polski
6. turyści wewnętrzni i zewnętrzni
7. duzi, mali i średni przedsiębiorcy zainteresowani działaniem w regionie i w mieście (oraz potencjalni przedsiębiorcy), zainteresowani kongresami i konferencjami, ofertą targową;
8. osoby zainteresowane szeroko rozumianą kulturą, sztuką, rozrywką, wydarzeniami sportowymi,
9. media: prasa, radio, telewizja o zasięgu lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim.

Opis projektu:

Projekt obejmuje realizację przedsięwzięcia z zakresu marketingu i promocji „marek” lokalnych (regionalnych) oraz tworzenia produktów regionalnych.

Projekt polega na marketingu i promocji marki lokalnej pn. Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych. Realizacja projektu ma pozytywny wpływ na budowanie tożsamości nie tylko Łodzi, ale także całego regionu. Łódź, jako stolica województwa poprzez szeroką ofertę, jaką może zaproponować potencjalnym inwestorom oraz innym podmiotom, instytucjom, przyczynia się do rozkwitu i promocji całego regionu. Właśnie w Łodzi dochodzi do nawiązywania pierwszych kontaktów handlowych, tutaj jest główne centrum życia akademickiego, kulturalnego oraz biznesowego. Jak pokazuje praktyka, rozwój największego miasta w regionie przekłada się również na wzrost innych miast, części województwa poprzez np. tworzenie lokalizacji pod nowe inwestycje (podstrefy Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej). Łódź, jako miasto wielokulturowe, o bogatej tożsamości jest miejscem, które swoim potencjałem oddziałuje na cały region. Budowa marki Łodzi jest procesem długotrwałym, którego

nr ref.: DOA-ZP.III.271.2.3.2012

efekty będą widoczne dopiero za pewien czas. Działania zaplanowane w ramach projektu przyczyniają się do tworzenia jedności kulturowej całego regionu z uwzględnieniem jego kultur lokalnych i regionalnych. Wypromowanie Łodzi, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych będzie się odbywało z poszanowaniem różnorodności lokalnego Środowiska. Należy wykorzystać tutaj potencjał: Łodzi artystycznej – Akademia Sztuk Pięknych, Szkoła Filmowa, Akademia Muzyczna, Łodzi Akademickiej – uczelnie wyższe, osiągnięcia naukowe, studenci, Łodzi festiwalowej – wydarzenia artystyczne, kulturalne, rozrywkowe, sportowe,

Projekt ma sprawić pozytywne asocjacje, ma zmienić negatywny przekaz na temat Łodzi. Łódź w oczach Polaków i obcokrajowców ma się stać miejscem nowoczesnych technologii, kreatywnego myślenia i twórczego działania.

Promocja w internecie:

Mając gotowy System Identyfikacji Wizualnej dla marki Łódź chcemy zakomunikować jak najszerszej grupie odbiorców Markę Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych. Taką rolę ma spełniać m.in. strona internetowa - www.lodz.pl – portal miejski stanowiący „bramę” do Łodzi, łączący dotychczasowe strony miejskie w jednym portalu, prezentującym nową Markę Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych. Następnie zostanie on spozycjonowany (słowa kluczowe, wyniki naturalne, kampania w formie linków sponsorowanych w obrębie wyników wyszukiwarki i w ramach sieci partnerskiej) a także wzmocniony działaniami na serwisach społecznościowych poprzez reklamę graficzno-tekstową.

Kolejnym elementem będzie przeprowadzenie kampanii wykorzystującej reklamę w formie bannerów w internecie – reklamy typu Double Billboard. Każde z działań będzie konkretnie określało i odpowiadało potrzebom każdej z grup docelowych, odpowiadających czterem subproduktom wskazanym w dokumencie strategii: kultura, gospodarka, edukacja, turystyka i sport, w terminie październik 2012r.

Kampania na nośnikach wielkoformatowych:

Kampania przewidziana jest na nośnikach wielkoformatowych outdoor typu billboard i stanowić będzie element kampanii wizerunkowej promującej Markę Łódź – Centrum Przemysłów kreatywnych i prezentującej nowe logo i hasło obok promocji w internecie. Lokalizacja nosników przewidziana jest w największych miastach (m.in. Warszawa, Poznań, Katowice, Gdańsk), przeprowadzona w terminie: październik 2012r. tak jak promocja w internecie)

Film i spoty promujące Markę Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych:

Film i spoty będą opracowane w wyniku konkursu ogłoszonego przez Miasto a następnie przekazane Wykonawcy w celu nagrania na płyty i pendrivy.

Przedmiot zamówienia obejmuje w szczególności:

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. strona internetowa – portal www.lodz.pl
- 1.2. banery reklamowe do Internetu
- 1.3. reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych
- 1.4. reklamy na portalach społecznościowych
- 1.5. reklamy zewnętrzne – billboardy
- 1.6. projekt nadruku płyty wraz z opakowaniem i projekt nadruku nośnika typu Pen Drive wraz z opakowaniem.

Po podpisaniu umowy pomiędzy Miastem i Wykonawcą, Wykonawca przedstawi Miastu trzy różne propozycje kreacji, do wyboru. Dopuszczane jest kontynuowanie koncepcji promocji Miasta poprzez pokazanie potencjału mieszkańców Łodzi, na przykładzie kampanii „Czy wiesz, że w Łodzi...” zrealizowanej przez Miasto Łódź w sierpniu 2011r.

Informacje na temat przemysłów kreatywnych w Łodzi dostępne są na stronie www.kreatywna.lodz.pl

Wszystkie projekty graficzne muszą stanowić wizerunkowo spójną całość i powinny być zgodne z System Identyfikacji Wizualnej Miasta, zawierać logotypy oraz informacje świadczące o dofinansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, zgodnie z „Zasadami promocji projektów dla beneficjentów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013” dostępnymi na stronie www.cop.lodzkie.pl

2. Wykonanie strony internetowej w ramach realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”, zawierającej następujące elementy:

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), nie będący standardowym intro. Wstęp powinien być częścią składową portalu bez możliwości wyboru opcji „Pomiń intro”, prezentujący miasto, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych, opracowany zgodnie z całą kampanią.

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. Jego konstrukcja i grafika musi być prosta i uniwersalna, z możliwością prostego dostosowania do priorytetowo traktowanego projektu (np. możliwość zmiany tła, dodania elementów dekoracyjnych, dodatkowych

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

bannerów etc.). Portal ma spełniać funkcję przekazywania wybranych wiadomości z miasta (aktualności) oraz miejsca wymiany informacji między miastem i mieszkańcami (kalendarium). Informacje zawarte na portalu muszą w sposób dynamiczny dopasowywać się do 4 grup odbiorców (mieszkaniec, turysta, student, przedsiębiorca). Odbiorca powinien w sposób intuicyjnych móc odnaleźć interesujące go informacje, powinien być on także angażowany (np. za pomocą newslettera, odnośników do portali społecznościowych przy każdej wiadomości). Na stronie w sposób przejrzysty i logiczny muszą znaleźć się odnośniki do najważniejszych stron miejskich a także do projektów realizowanych w mieście, z przypisaniem ich do kategorii:

- ogólne: www.uml.lodz.pl, www.kreatywna.lodz.pl, www.dworzec.lodz.pl,
www.czystemiasto.uml.lodz.pl, www.przyroda.uml.lodz.pl,
www.energiazodpadow.pl,
- gospodarka: www.bpo.lodz.pl, www.miastoinnowacji.lodz.pl,
www.lop.uml.lodz.pl,
- kultura: www.lodzfilmcommission.pl, www.rewitalizacja.zabytki.lodz.pl,
www.ochrona.zabytki.lodz.pl,
- turystyka i sport: www.turystyczna.lodz.pl, www.sportowa.lodz.pl,
www.ulicapiotrkowska.pl,
- edukacja: www.mlodziwlodz.pl,

Wymagane jest zachowanie podstawowych zasad zapewniających wysoki poziom ergonomii portalu w zakresie rozmieszczenia elementów strony, tj.:

- ma być tylko jedna strona główna, rozpoczynająca nawigację po portalu, do strony głównej mają kierować się wszystkie linki powrotu,
- strona główna musi odróżniać się od reszty stron układem graficznym i musi zawierać ogólny wstęp do nawigacji po portalu,
- elementy nawigacyjne muszą być spójne i ich przeznaczenie musi być oczywiste dla użytkownika,
- elementy interfejsu pełniące te same funkcje muszą znajdować się w stałym, określonym miejscu, muszą być prezentowane w jednolity sposób, pozwalając użytkownikowi na szybkie ich odnalezienie i zastosowanie (np. przyciski, lista rozwijana, itp.), jak również intuicyjną obsługę aplikacji,
- przycisk „Wstecz” musi umożliwiać powrót do poprzedniej strony portalu,
- grafika musi posiadać opisy, które umożliwią korzystanie z portalu również przy pomocy przeglądarki tekstowych oraz ułatwią korzystanie osobom niedowidzącym,
- na każdej stronie z plikami do pobrania w formacie pdf musi występować link pozwalający pobrać program Adobe Reader.
- musi umożliwić szybkie przełączenie się w panelu administratora na żółtą (czarno-białą) wersję.

Portal musi być skonstruowany w prosty sposób z możliwością późniejszego go rozbudowywania na podstawie istniejących modułów. Musi zbierać informacje o najczęściej szukanych tematach oraz odwiedzanych sekcjach, które pozwolą na udoskonalanie portalu. Musi być dostępny zarówno dla urządzeń tradycyjnych jak i mobilnych (telefony, tablety, niezależnie od używanego systemu

operacyjnego i rozdzielczości wyświetlacza etc.) dostępny w wersji polskiej i angielskiej, z możliwością uzupełnienia dodatkowych wersji językowych na podstawie ogólnego układu strony.

Cechy portalu:

- dynamiczne menu (możliwość zmiany struktury menu)
- w celu prawidłowego utrzymania portalu musi on mieć możliwość dodawania, modyfikacji, usuwania użytkowników i ich uprawnień do poszczególnych działów.
- w celu prawidłowego utrzymania portalu musi on mieć możliwość przenoszenia części elementów struktury do archiwum.
- zmiana elementów graficznych i multimedialnych musi mieć bardzo prosty interfejs
- portal musi także śledzić zmiany i mieć możliwość przywracania wersji z określonego dnia.

2.3. Do najważniejszych elementów portalu muszą należeć:

- 2.3.1. elementy nagłówka i stopki (umieszczone czytelnie, w stałych miejscach strony). Wyszukiwarka – umieszczona w widocznym miejscu
- 2.3.2. odnośniki do najważniejszych stron miejskich – (od 4 do 6 kategorii) umieszczone w widocznym miejscu
- 2.3.3. odnośniki do najczęściej odwiedzanych miejsc – (od 4 do 6 kategorii) umieszczone w widocznym miejscu
- 2.3.4. przejście do innych wersji językowych (j.angielski)
- 2.3.5. ścieżkę dostępu do danej zakładki
- 2.3.6. Moduł RSS
- 2.3.7. Moduł Newsletter
- 2.3.8. kontakt

2.4. strona główna – o układzie innym od podstron:

- 2.4.1. Moduł kalendarium wydarzeń (z podziałem na kategorie i podkategorie oraz formularzem do dodawania wydarzeń z zewnątrz).
- 2.4.2. Moduł aktualności z miasta (dodawane przez panel administracyjny przez wiele osób).
- 2.4.3. Moduły: tekstowy, filmu, prezentacji, galerii zdjęć, – wstawiane opcjonalnie
- 2.4.4. Moduł bannerów – wstawiane opcjonalnie
- 2.4.5. Moduł archiwum wiadomości i kalendarium

2.5. podstrony – będące odnośnikami do funkcjonujących stron Urzędu Miasta Łodzi, miejskich jednostek organizacyjnych oraz spółek miejskich o układzie innym niż strona główna np. w zakresie turystyki i sportu, w zakresie edukacji, w zakresie gospodarki, w zakresie przemysłów kreatywnych.

W zakresie kultury będąca szablonem do tworzenia dowolnej ilości podstron, z

możliwością wybrania modułów dostępnych na podstronie z pośród następujących opcji:

2.5.1. Moduły: tekstowy, video i galerii video, prezentacji, pojedynczych zdjęć i galerii zdjęć, prezentacji, kamery internetowej; sondy/ankiety

2.5.2. Moduł bannerów

2.5.3. Moduł kalendarium wydarzeń (z podziałem na kategorie i podkategorie oraz formularzem do dodawania wydarzeń z zewnątrz) filtrowane wg. rodzaju podstrony.

2.5.4. Moduł aktualności z miasta (dodawane przez panel administracyjny przez wiele osób) filtrowane wg. rodzaju podstrony.

2.5.5. Moduł bazy plików

Przy każdym z modułów / wiadomości musi być dostępna możliwość linkowania do najpopularniejszych portali społecznościowych, opcja „wydrukuj” i „zapisz jako pdf.”

Szczegółowy opis modułów:

Moduł tekstowy

Umożliwia tworzenie i prezentowanie informacji dla użytkowników. Moduł jest wykorzystywany w

celu publikacji treści informacji, wstawiania tabel i linków, tworzenia wypunktowania. Musi posiadać edytor z funkcjonalnością WYSIWYG, funkcję podglądu tekstu przed publikacją oraz umożliwiać określenie okresu publikacji informacji (od kiedy do kiedy informacja ma być prezentowana).

Edytor musi umożliwiać podstawowe formatowanie tekstu:

- wytłuszczenie tekstu, kursywa, podkreślenie, przekreślenie, indeks górny, indeks dolny, kolor tekstu, kolor tła tekstu,
- wyrównanie do lewej, wyśrodkowanie, wyrównanie do prawej, wyjustowanie,
- tworzenie list: numerowana, nienumerowana, element listy,
- wstawianie linków, obrazów, załączników,
- wstawianie tabel, edycja wierszy i kolumn, edycja komórek.

Redaktor musi mieć możliwość zmiany treści, czasu dostępności, pozycji oraz usuwania wiadomości z listy już istniejących wiadomości. W przypadku zmiany treści wiadomości, musi wersjonować wiadomości opatrując je każdorazowo metadanymi oraz odnotować zdarzenie w historii zmian.

Moduł galeria zdjęć i galeria video

Musi posiadać możliwość prezentowania plików graficznych (zdjęć) i multimedialnych (filmów, prezentacji) w postaci galerii. Musi być możliwość umieszczania opisów plików, jak i całych galerii. Umożliwiać prezentację galerii, jako wydzielonych stron serwisu oraz w ramach poszczególnych modułów. Pliki graficzne zamieszczane w galerii muszą podlegać normalizacji zgodnie z konfiguracją w zakresie rozmiaru miniaturki (od 80x60 pikseli do 320x240 pikseli) oraz rozmiaru zdjęcia (od 448x336 pikseli do minimum 1024x768 pikseli), tj. zmiana rozdzielczości pliku graficznego do określonego rozmiaru zarówno dla miniaturki, jak i samego zdjęcia.

Moduł zarządzania banerami

Musi posiadać panel zarządzania banerami (pliki graficzne, animacja flash) oraz umożliwiać administratorowi ich zamieszczanie w dowolnych miejscach portalu oraz w określonym czasie. Musi mieć możliwość dołączania dwóch rodzajów banerów: informacyjne oraz podlinkowane do innej strony WWW. Musi zapewniać możliwość ustalenia czasu, kolejności oraz trybu wyświetlania (według wprowadzenia, losowo).

Moduł kalendarium wydarzeń

Musi dawać możliwość umieszczania informacji przez redaktorów jak i osoby z zewnątrz za pomocą np. formularza, z podziałem na kategorie i podkategorie. Każda z kategorii powinna posiadać przypisany symbol graficzny nawiązujący do danej kategorii.

Moduł aktualności z miasta

Wiadomości są prezentowane na liście zawierającej temat, datę udostępnienia, autora wiadomości, wprowadzenie. Po kliknięciu tematu wiadomości musi prezentować pełną treść wiadomości.

Publikacja aktualnych wiadomości musi być możliwa w dwóch odsłonach:

- skrót informacji wraz z fotografią,
- pełna treść informacji wraz ze zdjęciami, plikami, tabelami itp.

Na bazie tego modułu mają również funkcjonować informacje dla prasy.

Moduł archiwum wiadomości i kalendarium

Musi umożliwiać przenoszenie starych aktualności do archiwum, dzięki czemu moduł Aktualności będzie przejrzysty i aktualny dla użytkownika.

Moduł newsletter

Administrator musi mieć możliwość tworzenia wiadomości z pomocą wcześniej zdefiniowanych szablonów, wysłanie przez administratora mailingu o jednakowej treści do zdefiniowanej grupy odbiorców znajdującej się w bazie adresowej, w terminie zdefiniowanym przez administratora.

Wpisywanie do bazy ma odbywać się poprzez podanie adresu e-mail przez użytkownika na stronie WWW, przy czym formularz musi mieć możliwość definiowania pól do wypełnienia oraz ich wymagalności. Moduł musi zapewniać możliwość tworzenia grup, wskazywania konkretnej grupy odbiorców oraz pojedynczego odbiorcy, musi dawać możliwość ustawiania opcji potwierdzenia dostarczenia wiadomości do odbiorców.

Moduł wyszukiwarka

Moduł musi umożliwiać wyszukanie, sortowanie (np. po nazwie, typie, dacie utworzenia) informacji dostępnych w portalu przy pomocy wyszukiwarki według kryteriów podanych przez użytkownika oraz po nazwie dokumentu zamieszczonego na portalu i po słowach kluczowych. Musi zawierać mechanizm podpowiedzi

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

po wpisaniu 3-4 liter słowa. Wyszukiwanie musi obejmować wszystkie treści zamieszczone w portalu, jak i w plikach tekstowych. Dane muszą być wyszukiwane również w lokalnej bazie danych zawierającej informacje o podmiotach (dane ze słownika TERYT, REGON oraz innych). Wyniki wyszukiwania dla użytkownika muszą być prezentowane w formie listy z linkami do podstron z pełnymi informacjami.

Musi posiadać możliwość optymalizacji każdej strony portalu pod kątem wyszukiwania (SEO) poprzez przypisywanie indywidualnych słów kluczowych i opisu stron. Moduł musi udostępniać wyszukiwanie podstawowe, zaawansowane oraz graficzne. Wyszukiwanie podstawowe - użytkownik musi mieć możliwość wpisania poszukiwanego ciągu znaków. System wykorzystując słowniki musi podpowiadać użytkownikowi wyszukiwaną frazę. Wyniki wyszukiwania muszą być przedstawione w formie listy rekordów zawierających krótki opis wraz z linkiem do pełnej treści wyszukanej frazy z podświetlonymi słowami, które zostały wprowadzone przez użytkownika do wyszukania. Wyszukiwanie zaawansowane - użytkownik musi mieć możliwość wyboru z dostępnych rozwijanych list wpisania poszukiwanego ciągu znaków. Wyszukiwanie ma się odbywać poprzez wybór z list rozwijalnych - województw, powiatów, gmin, rodzajów podmiotów, zakres dat, typów dokumentów, i inne (możliwość podpinania nowych słowników). Administrator ma mieć możliwość tworzenia słowników, podpinania do pól wyszukiwarki oraz edytowania istniejących słowników. System wykorzystując słowniki ma podpowiadać użytkownikowi wyszukiwaną frazę. Wyniki wyszukiwania mają być przedstawione w formie listy rekordów zawierających krótki opis wraz z linkiem do pełnej treści wyszukanej frazy z podświetlonymi słowami, które zostały wprowadzone przez użytkownika do wyszukania.

Moduł ankiet

Musi umożliwić tworzenie złożonych ankiet, automatyczne zliczanie rekordów z eksportem do plików pdf, doc, xls, txt oraz prezentowanie wyników ankiet w sposób liczbowy, procentowy, na wykresie słupkowym i kołowym.

Moduł kanał RSS

Musi umożliwiać tworzenie kanałów informacyjnych w formacie RSS dla dowolnie zdefiniowanych obszarów serwisu z możliwością nadania nazwy kanału, określenia ilości treści oraz sposobu ich udostępnienia (cała treść lub tytuł z nagłówkiem). Musi być możliwe wyświetlenie statystyk wywołać dla poszczególnych kanałów umieszczonych w serwisie.

Moduł wydrukuj

Wszystkie treści umieszczone na stronie muszą mieć wersję tzw. do druku zawierającą treść przeglądanej strony bez elementów graficznych, sformatowaną na domyślną drukarkę.

Moduł historia logowania i zmian

System ma śledzić wszelkie działania redaktorów i administratorów. System musi gromadzić i zachowywać informację o wszystkich zdarzeniach wywoływanych przez użytkowników (redaktorów, administratorów). W oparciu o zgromadzone informacje system ma umożliwiać tworzenie i generowanie raportów o aktywności użytkowników.

Moduł metadane informacji publicznej

Każda publikowana informacja publiczna musi być opatrzona następującymi metadanymi:

- imię i nazwisko osoby (osób), która wytworzyła informację lub odpowiada za jej treść (z możliwością braku wypełnienia tego pola),
- czas wytworzenia informacji,
- imię i nazwisko osoby, która udostępniła informację (domyślnie imię i nazwisko zalogowanego redaktora),
- czas udostępnienia informacji (domyślnie czas publikacji).

Musi umożliwiać dodawanie pól, opisów pól oraz określania ich wymagalności. Funkcjonalność musi być dostępna z poziomu panelu administratora, bez konieczności modyfikacji systemu przez Wykonawcę. Ponadto musi umożliwiać publikację historii zmian każdej informacji publicznej wraz z powyższymi danymi.

Moduł Mapa serwisu

System musi umożliwiać automatyczną modyfikację elementów struktury strony po każdej aktualizacji jej elementu. Mapa serwisu ma być wyświetlana w postaci graficznej i odzwierciedlać aktualną strukturę serwisu.

Moduł Statystyki

System musi udostępniać statystyki dotyczące parametrów wykorzystania portalu, jak i zawartych w nim danych. Minimalne informacje, które muszą zawierać statystyki to:

- liczba wizyt,
- liczba odsłon,
- średnia liczba odsłon,
- żądania,
- transfer danych,
- średni czas spędzony na portalu,
- słowa kluczowe,
- przegląd źródeł odwiedzin (wyszukiwarki, witryny odsyłające, odwiedziny bezpośrednie).

Dostęp do statystyk musi być możliwy tylko dla administratora z funkcją udostępniania ich na stronach WWW. Musi być możliwy eksport do plików pdf, doc, xls, txt.

Wymagania w zakresie administrowania CMS

System CMS musi zapewnić możliwość zarządzania za pomocą panelu administracyjnego posiadającym następujące funkcjonalności:

- dodawanie i usuwanie redaktorów oraz modyfikacja ich danych,
- zarządzanie wersjami językowymi portalu, zarządzanie parametrami,
- statystyki.

Moduł zarządzanie uprawnieniami

System ma umożliwiać administratorowi dodawanie i usuwanie redaktora, wprowadzanie jego danych teleadresowych (imię, nazwisko, stanowisko służbowe, wydział/departament, podmiot, służbowy adres e-mail, telefon, zdjęcie), nadawanie uprawnień oraz ustawienia hasła.

Administrator systemu musi zarządzać uprawnieniami i rolami, w jakich użytkownicy mogą występować, nadaje prawa dostępu do całego systemu, co pozwala na hierarchiczny dostęp do systemu, który polega na nadawaniu różnych uprawnień do modyfikacji serwisu (administratorzy, redaktorzy, użytkownicy).

System CMS musi być wyposażony w funkcjonalność nadawania i kontroli uprawnień zgodnie z następującymi wymaganiami:

- nadawanie uprawnień dostępu do dowolnej gałęzi struktury dla poszczególnych użytkowników (nadawanie różnych poziomów uprawnień dla poszczególnych użytkowników, możliwość dziedziczenia uprawnień dla części serwisu leżących poniżej punktu, do którego uprawnienia nadano oraz możliwością odebrania uprawnień do części struktury leżącej powyżej punktu, do którego przyznano uprawnienia),
- możliwość przydzielania różnych praw dostępu dla różnych grup użytkowników w zależności od ich funkcji i zakresu obowiązków (np. administratorów, redaktorów, użytkowników portalu) możliwość zarządzania rolami (np. redaktor, moderator itp),
- wymuszanie zmiany hasła o określonej złożoności, okresowe blokowanie konta w przypadku podania niewłaściwego hasła żądaną ilość razy (trzykrotnie).

Dodanie podmiotu musi następować automatycznie po nadaniu uprawnień redaktorowi danego podmiotu.

2.6. Portal musi spełniać wymogi prawne, co do systemów informatycznych zamawianych przez instytucje publiczne. Dotyczy to takich elementów jak:

2.6.1 Dostępność - moduły systemu udostępniane publicznie będą spełniać wytyczne W3C względem eDostępności (www.w3.org/TR/WCAG20), co oznacza, że system musi spełniać wszystkie punkty kontrolne WCAG o priorytecie 1, co najmniej na poziomie zgodności A. Zapewnienia, że moduły systemu udostępniane publicznie będą spełniać właściwości i cechy w zakresie funkcjonalności, niezawodności, używalności, wydajności, przenoszalności i pielęgnowalności, określone w normach ISO zatwierdzonych przez krajową jednostkę normalizacyjną, na etapie projektowania, wdrażania i modyfikowania tych systemów. Zapewnienia, że moduły systemu udostępniane publicznie będą zgodne z przepisami prawa, które dotyczą systemów informatycznych działających w jednostkach publicznych.

2.6.2. Bezpieczeństwo - Wykonawca musi zagwarantować bezpieczeństwo informacji znajdujących się w portalu. W ofercie przedstawionej przez Wykonawcę musi znajdować się dokładny opis proponowanych rozwiązań w zakresie bezpieczeństwa oraz projekt konfiguracji infrastruktury i sposób zabezpieczenia.

System CMS dostarczony przez Wykonawcę musi zapewniać:

- poufność - ochrona przed ujawnieniem nieuprawnionemu odbiorcy,
- integralność - ochrona przed nieuprawnioną modyfikacją lub zniekształceniem,
- dostępność - dostęp do zasobów informacyjnych,
- rozliczalność - określenie i weryfikowanie odpowiedzialności za wykorzystanie portalu,
- autentyczność - weryfikacja tożsamości podmiotów i prawdziwości zasobów,
- niezawodność - gwarancja oczekiwanego zachowania portalu i otrzymywanych wyników.

Wykonawca musi dokonać audytu bezpieczeństwa technicznego przed jego odbiorem końcowym według wcześniej przygotowanych scenariuszy testowych.

Wykonawca musi uwzględnić zabezpieczenie portalu szczególnie pod względem odporności na następujące ataki:

- ataki semantyczne na adres URL,
- ataki związane z ładowaniem plików,
- ataki typu cross-site scripting,
- ataki typu CSRF,
- podrabianie zatwierdzania formularza,
- sfalszowanie żądania HTTP,
- ujawnienie uwierzytelnień dostępu,
- wstrzykiwanie kodu SQL,
- ujawnienie danych przechowywanych w bazie,
- kradzież COOKIES,
- przechwytywanie sesji,
- wstrzykiwanie sesji,
- zafiksowanie sesji,
- trawersowanie katalogów,
- wstrzykiwanie poleceń systemowych.

2.6.3. Aspekty prawne

- moduły udostępniane publicznie powinny być zgodne z przepisami prawa, które dotyczą systemów informatycznych działających w jednostkach publicznych.

2.6.4. Panel administracyjny

– intuicyjny i prosty w obsłudze, oparty na technologiach typu Open Source[a1]. System CMS (system zarządzania treścią) musi zapewnić możliwość zarządzania portalem za pomocą panelu administracyjnego posiadającym następujące funkcjonalności: dodawanie i usuwanie redaktorów oraz pełnej modyfikacji ich

danych, zarządzania wersjami językowymi portalu, pełne zarządzanie parametrami. Zapewnienia szkolenia z obsługi panelu administracyjnego dla wybranych pracowników miasta.

Portal powinien być przejrzysty i łatwy w obsłudze zarówno dla odbiorcy jak i dla administratora platformy. Struktura powinna umożliwiać ewentualne dodawanie i uruchamianie następnym modułów, działów i aplikacji. Wszystkie informacje pojawiające się w portalu powinny zostać zapisane w bazie danych umożliwiając ich szybką aktualizację poprzez panel administracyjny z wbudowanym edytorem kodu html. Dostęp do niego będą miały tylko osoby uprawnione do dokonywania zmian (logowanie przy pomocy identyfikatora i hasła dostępu).

Materiały i zakres strony dostarczony będzie przez Miasto (schemat stanowi załącznik).

Opracowanie szczegółowej mapy strony i funkcjonalności będzie należało do zadań Wykonawcy.

2.6.5. Gwarancja oraz wsparcie techniczne

2.6.5.1. Na wykonany portal www.lodz.pl Wykonawca udzieli, na rzecz Miasta Łodzi, gwarancji obejmującej czas użytkowania 12 miesięcy, liczony od dnia odbioru końcowego wdrożonego portalu, na warunkach serwisu w miejscu pracy portalu.

2.6.5.2. Wykonawca gwarantuje, że portal spełnia wymagania określone w Specyfikacji.

2.6.5.3. Wykonawca zapewni Zamawiającemu każdą możliwą pomoc w celu uzyskania usług gwarancyjnych lub działań naprawczych do dostarczonego portalu.

2.6.5.4. W ramach gwarancji i serwisu gwarancyjnego Wykonawca będzie zobowiązany do:

- 1) przekazania i instalacji w siedzibie Urzędu Miasta Łodzi nowej wersji oprogramowania, po każdym usunięciu błędów i usterek,
- 2) aktualizacji oprogramowania wraz z adaptacją do przepisów obowiązującego prawa, a także związaną ze zmianami procedur i procesów w siedzibie Urzędu Miasta Łodzi. Wykonawca zobowiązany będzie do aktualizacji portalu związanej ze zmianą obowiązujących przepisów prawa lokalnego oraz wewnętrznego na wniosek Zamawiającego o takie dostosowanie, najpóźniej w terminie 15 dni roboczych od daty otrzymania wniosku. Aktualizacje mogą być dokonywane nie częściej niż raz na kwartał,
- 3) wprowadzenia zmian w dokumentacji oprogramowania wynikających z usuwania błędów i usterek,
- 4) zapewnienia pełnej funkcjonalności portalu poprzez nieodpłatne usuwanie ewentualnych nieprawidłowości w oprogramowaniu, usuwanie błędów i usterek oraz dokonywanie zmian w oprogramowaniu w związku z wykrytymi błędami, a także w związku z nieprawidłowymi założeniami projektu technicznego Wykonawcy, powodującymi brak stabilności pracy portalu, a w szczególności wydłużenie czasu przetwarzania danych,

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

- 5) przeniesienia danych do nowej wersji oprogramowania, która powstanie w przypadku usunięcia wymienionych powyżej błędów i usterek, o ile zajdzie taka konieczność,
- 6) świadczenia wsparcia przy bieżącej eksploatacji, przyjmowania zgłoszeń oraz skutecznego rozwiązania pojawiających się zgłoszeń od użytkowników Zamawiającego,
- 7) wspierania użytkowników zarządzających oraz wprowadzających treści do Portalu w przypadku pojawienia się problemów z używaniem narzędzia lub technicznych związanych z działaniem Portalu.

2.6.5.5. Wykonawca zobowiązuje się do dotrzymania następujących terminów:

1) dokonywanie zmian określonych w ust. 2.6.5.4 pkt. od 1 do 5:

- 24 godziny, w związku z wykrytymi błędami uniemożliwiającymi pracę, od momentu otrzymania zgłoszenia w godzinach pracy urzędu, w dniach od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy

- 4 dni roboczych, w związku z wykrytymi błędami utrudniającymi pracę, od momentu otrzymania zgłoszenia w godzinach pracy urzędu, w dniach od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy

2) dla pkt. 6 ust. 2.6.5.4 czas reakcji na zgłoszenie użytkownika nie może przekroczyć 2 dni roboczych od momentu otrzymania zgłoszenia w godzinach pracy urzędu, w dniach od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy. Natomiast czas rozwiązania problemu zgłoszonego przez użytkownika nie może przekroczyć 4 dni roboczych, od momentu otrzymania zgłoszenia w godzinach pracy urzędu, w dniach od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy; dla pkt. 7 ust.2.6.5.4. czas reakcji na zgłoszenie użytkownika nie może przekroczyć 3 godzin.

2.6.5.6. Zgłoszenia błędów będą przyjmowane przez Wykonawcę pod ustalonym numerem faks oraz email, natomiast przyjmowanie zgłoszeń użytkowników będzie za pośrednictwem ustalonego numeru telefonu, faksu i e-mail'a. Zgłoszenia przyjęte po godzinach pracy urzędów traktowane będą, jako przyjęte do realizacji następnego dnia roboczego.

2.6.5.7. Wykonawca będzie wprowadzał zmiany w portalu polegające na dostosowaniu portalu do nowej wersji przeglądarki internetowej. Dostosowanie portalu nastąpi w czasie nie dłuższym niż 3 miesiące od wydania nowej wersji przeglądarki internetowej.

2.6.5.8. Wykonawca zobowiązany jest każdorazowo po usunięciu błędów/wad przeprowadzić testy, sprawdzające poprawność działania portalu. Raport z testów przedstawiany jest Zamawiającemu najpóźniej w dniu instalacji poprawek.

2.6.5.9. Istnienie wady i jej usunięcie powinno być stwierdzone protokolarnie.

2.6.6. Prawa autorskie

- Wykonawca przenosi na Zamawiającego, w ramach wynagrodzenia autorskie prawa majątkowe do utworów w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity Dz. U. z 2006, Nr 90, poz. 631 z późn. zm.) powstałych w wyniku wykonywania Umowy zawartej pomiędzy Miastem Łódź a Wykonawcą, na wszystkich polach eksploatacji znanych w czasie odbioru. Wykonawca wyraża zgodę na dokonywanie przez Zamawiającego opracowań, w tym modyfikacji projektów/opracowań/opinii oraz na wykonywanie przez Zamawiającego zależnego prawa autorskiego w zakresie, o którym mowa wyżej.

3. Kampania promocyjna w internecie

Opracowanie merytoryczne i graficzne oraz emisja reklamy internetowej w formie czterech banerów internetowych. Banery internetowe mają na celu promocję „Łodzi – Centrum Przemysłów Kreatywnych” w zakresie czterech 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”

Zaprojektowanie czterech bannerów w technologii flash w wymiarach 750x200

Projekt reklamy banerowej musi być interaktywny.

W zakres działań wchodzi:

3.1. Przygotowanie, produkcja i emisja 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 2012r.

3.2. Przygotowanie i emisja minimum 6 000 kliknięć w kampanii - reklamy w wyszukiwarce w formie linków sponsorowanych o zasięgu ogólnopolskim. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012r.

3.3. Przygotowanie, produkcja i emisja 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

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

- 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 7500. Emisja zostanie przeprowadzona przez okres 30 dni, w terminie październik 2012r.

4. Kampania promocyjna na Outdoor

Opracowanie merytoryczne i graficzne oraz emisja reklamy na nośnikach reklamy zewnętrznej w formie czterech billboardów, które mają na celu promocję „Łodzi – Centrum Przemysłów Kreatywnych” w zakresie czterech 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”

Druk, montaż, ekspozycja i demontaż reklamy typu billboard o powierzchni min. 12m² każdy przez okres 30 dni, w terminie październik 2012r. w następujących miastach:

Warszawa 150 sztuk
Łódź 70 sztuk
Zgierz 5 sztuk
Pabianice 5 sztuki
Sieradz 5 sztuki
Poznań 60 sztuk
Górnośląski Okręg Przemysłowy 110 sztuk
Kraków 70 sztuk
Trójmiasto 75 sztuk
Wrocław 50 sztuk

Łącznie 600 billboardów. Nośniki z własnym oświetleniem muszą stanowić minimum 75% łącznej liczby billboardów.

Usługa w szczególności obejmuje: druk plakatów w pełnym kolorze, z zapasem w ilości wymaganej do zrealizowania kampanii, wynajem powierzchni reklamowej, wyklejenie billboardów na nośnikach reklamowych, zapewnienie bieżącej kontroli nad ekspozycją, dostarczenie raportu z ekspozycji. W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia plakatu, Wykonawca będzie zobowiązany do niezwłocznej wymiany plakatu na własny koszt. Usługa obejmuje również demontaż. Minimalny czas ekspozycji 30 dni.

Zamawiający wymaga przedstawienia na min. 45 dni przed rozpoczęciem emisji/ekspozycji billboardów, listy lokalizacji billboardów w centrum ww. miast, w ilości 120% ostatecznej ilości billboardów wykorzystywanych w kampanii, z których Zamawiający wybierze ostateczną listę lokalizacji (nośniki oświetlone w min. 75%). Nie dopuszcza się wykorzystywania reklamy na mobilach.

5. Nagranie płyty z filmem i czterema spotami dostarczonymi przez Zamawiającego w ramach realizacji projektu unijnego „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”, w tym zakup płyt, nagranie, opracowanie graficzne płyty i opakowania płyty, wykonanie opakowania i dostarczenie nagranych płyt w opakowaniu.

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. Płyta musi zawierać interaktywne menu, które po uruchomieniu płyty pozwoli na wybór spotu lub filmu.

Płyta będzie opatrzona nadrukiem przedstawiającym logo Łodzi i logotypami świadczącymi o dofinansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, wskazane przez Miasto.

Nakład: 3 000 szt.

Oprawa: tekturowa okładka digipack z nadrukiem przedstawiającym logo Łodzi i logotypy świadczące o dofinansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, wskazane przez Miasto.

Konfekcjonowanie

Czas trwania: film od 4 do 8 minut, 4 spoty 20 sekund każdy.

Wykonawca prześle Miastu projekt płyty do akceptacji.

6. Nagranie Pendriva z filmem i czterema spotami dostarczonymi przez Zamawiającego w ramach realizacji projektu unijnego „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych” w tym zakup pendrivów, nagranie, opracowanie graficzne pendrivów i opakowania pendrivów, wykonanie opakowania i dostarczenie nagranych pendrivów w opakowaniu.

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.

Pendrive będzie opatrzony nadrukiem przedstawiającym logo Łodzi i logotypami świadczącymi o dofinansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, wskazane przez Miasto.

Nakład: 600 szt.

Oprawa: opakowanie tekturowe z nadrukiem przedstawiającym logo Łodzi i logotypy świadczące o dofinansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, wskazane przez Miasto.

Konfekcjonowanie

Pojemność: nie mniej niż 4 GB

Czas trwania: film od 4 do 8 minut, 4 spoty 20 sekund każdy.

Forma pendriva powinna być niestandardowa, np.: w kształcie nawiązująca do logo Łodzi. Wykonawca prześle Miastu projekt pendriva do akceptacji.

7. Przygotowanie raportu pokampanijnego:

Wykonawca przedstawi raport pokampanijny zawierający:

- 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,

4. Miejsce wykonania

- 1. Kreacja – projekty graficzne**, należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 2. Projekty strony internetowej** należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ. ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 3. Projekty bannerów i reklamy graficzno-tekstowej** należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ. ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 4. Projekty billboardów** należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ. ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 5. Płyty** należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ. ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 6. Pendriwy** należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ. ul. Piotrkowska 87, Łódź.
- 7. Raport** pokampanijny z przeprowadzonych działań należy dostarczyć do Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą UMŁ, ul. Piotrkowska 87, Łódź.

5. **Czas trwania zamówienia** lub termin wykonania: Terminy wykonania poszczególnych części umowy zgodnie z poniżej przedstawionym harmonogramem. Czas trwania umowy: rozpoczęcie realizacji od daty podpisania umowy; zakończenie realizacji 7 listopada 2012 r.

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”:

- koncepcja całej kampanii - **należy dostarczyć w terminie do 14 dni od daty zawarcia umowy.**
- kreacja, layout, projekty graficzne **należy dostarczyć w terminie do 7 dni od daty zaakceptowania przez Miasto koncepcji.**

2. Wykonanie strony internetowej – portalu www.lodz.pl w ramach realizacji projektu „Promocja Marki Łódź – Centrum Przemysłów Kreatywnych”:

- koncepcja strony, layout, mapa strony, propozycje techniczne, **należy dostarczyć w terminie do 28 dni od daty zawarcia umowy.**
- model strony, układ z przykładową treścią, strona w wersji testowej **należy dostarczyć w terminie do 21 dni od daty zaakceptowania przez Miasto koncepcji strony – layoutu.**
- gotowa strona z uwzględnionymi uwagami Miasta - **należy dostarczyć w terminie do 14 dni od daty zaakceptowania przez Miasto modelu strony – wersji testowej.**
- Korekty zgłoszone będą przez Miasto **w terminie 2 tygodni i 6 tygodni od uruchomienia serwisu.**

3. Kampania promocyjna w internecie:

- koncepcja reklamy typu Double Billboard i reklamy graficzno-tekstowej i tekstowej - **należy dostarczyć w terminie do 21 dni od daty zawarcia umowy.**
- projekty graficzne reklam po akceptacji koncepcji reklamy przez Miasto - **należy dostarczyć w terminie do 7 dni od daty zaakceptowania koncepcji.**

4. Kampania promocyjna na Outdoor, druk, montaż, ekspozycja i demontaż nośników reklamy zewnętrznej typu billboard (frontlight):

- koncepcja reklamy typu Billboard - **należy dostarczyć w terminie do 21 dni od daty zawarcia umowy.**
- projekty graficzne reklam po akceptacji koncepcji reklamy przez Miasto - **należy dostarczyć w terminie do 7 dni od daty zaakceptowania koncepcji.**

5. Nagranie płyty z filmem i czterema spotami – zakup, nagranie i dostarczenie płyt z filmem i spotami przekazanymi przez Zamawiającego:

- projekty graficzne nadruku płyty i opakowania płyty **należy dostarczyć w terminie do 28 dni od daty zawarcia umowy.**
- nagrane płyty w opakowaniach **należy dostarczyć w terminie do 14 dni od daty otrzymania od Miasta materiałów - filmu i spotów**

6. Nagranie pendrivów z filmem i czterema spotami – zakup, nagranie i dostarczenie pendrivów z filmem i spotami przekazanymi przez Zamawiającego:

- projekty graficzne nadruku pendriva i opakowania pendriva **należy dostarczyć w terminie do 28 dni od daty zawarcia umowy.**
- nagrane pendrivy w opakowaniach **należy dostarczyć w terminie do 14 dni od daty otrzymania od Miasta materiałów - filmu i spotów**

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

nr ref.: **DOA-ZP.III.271.2.3.2012**

7. przygotowanie raportu pokampanijnego:
raport pokampanijny w wersji drukowanej i w wersji elektronicznej na płycie CD
należy dostarczyć w terminie do 7 dni od daty zakończenia działań realizowanych w ramach umowy.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

nr ref.: DOA-ZP.III.271.2.3.2012

CZĘŚĆ III – WZÓR UMOWY W SPRAWIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO

**Wzór umowy w sprawie zamówienia publicznego stanowi odrębny plik
w formacie pdf.**