

Urząd Zamówień Publicznych
Zamieszczanie ogłoszeń on-line w BZP:
<http://www.portal.uzp.gov.pl>

URZĄD MIEJSKI w ELBLĄGU
REFERAT ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

WRE 2016 -06- 01

EOD: 29136

podpis

OGŁOSZENIE O UDZIELENIU ZAMÓWIENIA

- Zamieszczanie obowiązkowe**
 Zamieszczanie nieobowiązkowe

OGŁOSZENIE DOTYCZY

Zamówienia publicznego Zamówień objętych dynamicznym systemem zakupów
Zawarcia umowy ramowej

Czy zamówienie było przedmiotem ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych?

tak Numer ogłoszenia w BZP: **40195 - 2016** nie

Czy w Biuletynie Zamówień Publicznych zostało zamieszczone ogłoszenie o zmianie ogłoszenia?

tak nie

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

I.1) NAZWA I ADRES

Nazwa:		
Gmina – Miasto Elbląg		
Adres pocztowy:		
ul. Łączności 1		
Miejscowość:	Kod pocztowy:	Województwo:
Elbląg	82-300	warmińsko-mazurskie
Tel.:	Faks:	
55 235 35 36, 55 239 31 25	55 239 33 34	

I.2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO

<input type="checkbox"/> Administracja rządowa centralna	<input type="checkbox"/> Uczelnia publiczna
<input type="checkbox"/> Administracja rządowa terenowa	<input type="checkbox"/> Instytucja ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego
<input checked="" type="checkbox"/> Administracja samorządowa	<input type="checkbox"/> Samodzielny publiczny zakład opieki zdrowotnej
<input type="checkbox"/> Podmiot prawa publicznego	<input type="checkbox"/> Inny (proszę określić): _____
<input type="checkbox"/> Organ kontroli państwowej lub ochrony prawa, sąd lub trybunał	

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego****Realizacja kampanii promocyjnych wydarzeń miejskich 2016 r.****II.2) Rodzaj zamówienia:** Roboty budowlane Dostawy Usługi **II.3) Określenie przedmiotu zamówienia****1. Przedmiot zamówienia:**

Realizacja kampanii promocyjnych wydarzeń miejskich 2016 r.

Przedmiot główny:

CPV: 79.34.14.00 - 0

Nazewnictwo wg CPV: Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii promocyjnych wydarzeń miejskich 2016 (Dni Elbląga, Elbląskie Święto Chleba, Akcja Elbląg za pół ceny, Świąteczne Spotkania Elblążan, Elbląska Noc Sylwestrowa) oraz kampanii informacyjnych, wg wytycznych wskazanych przez Zamawiającego w niniejszej SIWZ.

2. Zakres zamówienia obejmuje:**2.1. Realizację kampanii promocyjnej Dni Elbląga (24-26 czerwca 2016 r.), a w niej:**

- 1) przygotowanie kreacji graficznej kampanii promocyjnej Dni Elbląga, tj. opracowanie graficzne materiałów reklamowych, wskazanych przez Zamawiającego (plakat, bannery internetowe, billboard, identyfikatory).
- 2) dystrybucja 400 egz. plakatów (format: A1 - 300 szt., format A0 -100 szt. papier: kreda mat. 140-150 g/m2, kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg - kolportaż musi obejmować: wiaty przystanków autobusowych, tramwajowych, miejsca użyteczności publicznej. Druk plakatów leży po stronie Zamawiającego.
 - a) Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązuje się do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu musi nastąpić w terminie wskazanym przez Zamawiającego.
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu Dni Elbląga. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatkach przystankowych.
 - c) Wykonawca zobowiązuje się do odebrania wydrukowanych plakatów z miejsca wskazanego przez Zamawiającego na terenie Elbląga.
 - d) Zabrania się wieszania plakatów w miejscach do tego nieprzystosowanych, tj. murach budynków, skrzynkach elektrycznych itp.
- 3) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w radiu ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 50 emisji min. 30-sekundowych, w terminach określonych przez Zamawiającego, w godzinach od 7 do 17. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 4) emisja spotu reklamowego w telewizji, która swoim zasięgiem obejmuje Elbląg i Braniewo. Spot reklamowy minimum 30 sekundowy, emitowany min. 5 razy w ciągu dnia w 2 blokach przedpołudniowych i 3 popołudniowych, w terminie od 20-26.06.2016 r. Emisja po jednym spocie w jednym bloku.
- 5) opracowanie dwóch statycznych bannerów internetowych o wymiarach:
 - a) 790x490 px.;
 - b) 983-110 px.,
 wyświetlanych w serwisie internetowym www.elblag.eu, w terminie określonym przez Zamawiającego. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję banneru.
- 6) publikacja 6 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 2 artykuły), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy

Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami, oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.

- 7) Przygotowanie projektu, wydruk plansz i montaż na terenie Elbląga wystawy zewnętrznej, wg parametrów:
 - a) wydruk 3 plansz w rozmiarze 100 cm x 100 cm, wykonany w technologii lateksowej,
 - b) wydruk wysokiej jakości w pełnym kolorze naniesiony dwustronnie na płytę ze spienionego PCV o grubości 4 mm,
 - c) montaż plansz w stelaż należący do Zamawiającego.
 - d) wydruk odporny na zmiany atmosferyczne, wilgoć, nasłonecznienie.
- 8) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (projekty graficzne, spoty, bannery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.2. Realizację kampanii promocyjnej Elbląskiego Święta Chleba (02-04.09.2016 r.), a w niej:

- 1) przygotowanie kreacji graficznej kampanii promocyjnej Elbląskiego Święta Chleba, tj. opracowanie graficzne materiałów reklamowych, wskazanych przez Zamawiającego (plakat, bannery internetowe, billboard, identyfikatory).
- 2) dystrybucja 400 egz. plakatów (format: A1 - 300 szt., format A0 - 100 szt. papier: kreda mat. 140-150 g/m², kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg – kolportaż musi obejmować: wiaty przystanków autobusowych, tramwajowych, miejsca użyteczności publicznej. Druk plakatów leży po stronie Zamawiającego.
 - a) Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązuje się do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu musi nastąpić w terminie wskazanym przez Zamawiającego.
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu Dni Elbląga. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatkach przystankowych.
 - c) Wykonawca zobowiązuje się do odebrania wydrukowanych plakatów z miejsca wskazanego przez Zamawiającego na terenie Elbląga.
 - d) Zabrania się wieszania plakatów w miejscach do tego nieprzystosowanych, tj. murach budynków, skrzynkach elektrycznych itp.
- 3) Projekt i druk ulotek (1000 egz., format: 510 x 210 mm, papier kreda mat: 200-250 g/m², kolor 4+4, 4 x bigowanie - ulotka składana na 4 części w Z). W projekcie ulotki przygotowanie mapy sytuacyjnej z zaznaczonymi atrakcjami.
- 4) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w radiu ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 40 emisji min. 30-sekundowe, w terminach określonych przez Zamawiającego, w godzinach od 7 do 17. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Zamawiający wskaże terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 5) Opracowanie dwóch statycznych bannerów internetowych o wymiarach:
 - a) 790x490 px.;
 - b) 983-110 px.,
 wyświetlanych w serwisie internetowym www.elblag.eu, w terminie określonym przez Zamawiającego. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję banneru.
- 6) publikacja 6 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 2 artykuły), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników,

przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami, oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.

- 7) Przygotowanie projektu, wydruk plansz i montaż na terenie Elbląga wystawy zewnętrznej, wg parametrów:
 - a) wydruk 3 plansz w rozmiarze 100cm x 100cm, wykonany w technologii lateksowej,
 - b) wydruk wysokiej jakości w pełnym kolorze naniesiony dwustronnie na płytę ze spienionego PCV o grubości 4mm,
 - c) montaż plansz w stelaż należący do Zamawiającego,
 - d) wydruk odporny na zmiany atmosferyczne, wilgoć, nasłonecznienie.
- 8) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (projekty graficzne, spoty, bannery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.3. Realizację kampanii promocyjnej akcji Elbląg za pół ceny (10-11.09.2016 r.), a w niej:

- 1) projekt graficzny i druk plakatów reklamowych „Elbląg za pół ceny” - 150 egz.; format B1 (707 x 1000mm); papier: kreda mat. 140-150 g/m², lakier dyspersyjny, kolor 4+0). Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia plakatów do siedziby Zamawiającego, w terminie wskazanym przez Zamawiającego,
- 2) projekt graficzny, druk i dystrybucja plakatów reklamowych „Elbląg za pół ceny” - 100 egz.; format A1 papier: kreda mat. 140-150 g/m², lakier dyspersyjny, kolor 4+0. Dystrybucja musi obejmować: 33 słupy ogłoszeniowe, wiaty przystanków autobusowych i tramwajowych, w terminie wskazanym przez Zamawiającego. Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu akcji „Elbląg za pół ceny”. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatach przystankowych.
- 3) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9 000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami, oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 4) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 36 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego, w godzinach od 7 do 17. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 5) Opracowanie statycznego banera internetowego o wymiarach 790x490 px, wyświetlanego w serwisie internetowym www.elblag.eu, w terminie określonym przez Zamawiającego. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję baneru.
- 6) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (projekty graficzne, spoty, bannery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.4. Realizację kampanii promocyjnej Świątecznych Spotkań Elblążan (17-18.12.2016 r.), a w niej:

- 1) opracowanie statycznego banera internetowego o wymiarach 790x490 px, wyświetlanego w serwisie internetowym www.elblag.eu, w terminie określonym przez Zamawiającego. Serwis internetowy należy do Zamawiającego. Wykonawca nie odpowiada za emisję baneru.
- 2) projekt, druk i dystrybucja 150 egz. plakatów (wymiar: A1, papier: 140-150 g/m², kreda

matowa, kolor 4+0) na terenie Miasta Elbląg – kolportaż 150 egz. musi obejmować: 33 słupy ogłoszeniowe, wiaty przystanków autobusowych, centra handlowe, instytucje kultury, instytucje publiczne, szkoły. Wykonawca przed realizacją kolportażu zobowiązany będzie do przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu szczegółowego planu kolportażu plakatów. Zakończenie kolportażu nastąpi w terminie wskazanym przez Zamawiającego. Zamawiający zapewni zezwolenie na umieszczenie plakatów na wiatach przystankowych. Wykonawca zobowiąże się do usunięcia plakatów po zakończeniu imprezy.

- 3) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 4) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 36 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego, w godzinach od 7 do 17. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 5) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (projekty graficzne, spoty, bannery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.5. Promocję Elbląskiej Nocy Sylwestrowej 2016/2017, a w niej:

- 1) publikacja 3 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 1 artykule), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami, oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.
- 2) produkcja i emisja spotu reklamowego wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej ESKA ELBLĄG lub innej stacji radiowej o charakterze ogólnopolskim, emitującym codzienne audycje o Elblągu na terenie miasta Elbląg: 30 emisji min. 30 sekundowych, w terminie ustalonym przez Zamawiającego, w godzinach od 7 do 17. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy. Zamawiający wskaże Wykonawcy terminy emisji. Wykonawca jest zobowiązany do przedłożenia Zamawiającemu dwóch różnych scenariuszy spotów reklamowych do akceptacji.
- 3) Wykonawca przedłoży Zamawiającemu raport z wykonanej kampanii, zawierający opis działań wraz ze zdjęciami potwierdzającymi realizację przedmiotu umowy, który wraz z protokołem odbioru i płytą CD (spoty, bannery internetowe) będzie podstawą do zakończenia etapu realizacji zamówienia.

2.6. Realizacja kampanii informacyjnych i społecznych, a w niej:

- 1) produkcja i emisja 4 różnych spotów reklamowych wraz z lektorami i podkładem dźwiękowym w stacji radiowej o charakterze co najmniej regionalnym, emitującym codzienne audycje informacyjne o Elblągu: łącznie 100 emisji, min. 30-sekundowych, w terminach i godzinach określonych przez Zamawiającego. W jednym bloku reklamowym może być emitowany tylko jeden spot reklamowy Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania scenariusza spotów, zgodnie z wytycznymi Zamawiającego. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru 2 propozycje scenariusza każdego ze

spotów radiowych. Zamawiający, w terminie do 5 dni roboczych od otrzymania do akceptacji, przekaże Wykonawcy pocztą elektroniczną uwagi do wybranego scenariusza lub informację o ich braku. Zamawiający określi terminy emisji spotów, nie później niż 5 dni od planowanego dnia rozpoczęcia ich emisji.

- 2) publikacja 15 artykułów sponsorowanych na głównej stronie w dziale dotyczącym aktualności/nowości w 3 elbląskich serwisach internetowych (w każdym serwisie po 5 artykułów), w terminach określonych przez Zamawiającego. Przez elbląski serwis internetowy Zamawiający rozumie dziennik internetowy/gazetę internetową o charakterze informacyjnym publikujący codzienne artykuły/materiały informacyjne o Elblągu. Każdy z trzech serwisów powinien generować średnio dziennie min. 9000 unikalnych użytkowników, przy czym średnia dzienna liczona jest na podstawie danych za ostatnie 4 miesiące przed wszczęciem postępowania, w oparciu o statystyki. Artykuł będzie zawierał tekst o objętości do 3000 znaków ze spacjami, oraz min. 1 zdjęcie, opcjonalnie dołączony materiał video.
 - 3) projekt graficzny, druk i dystrybucja plakatów okolicznościowych. Dwie edycje kampanii, w każdej po 200 egz. plakatów; format A1, papier: kreda mat. 140-150 g/m², lakier dyspersyjny, kolor 4+0. Dystrybucja na terenie miasta Elbląg, w terminach wskazanych przez Zamawiającego. Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia plakatów po zakończeniu akcji.
 - 4) Opracowanie graficzne i wydruk plakatów wielkoformatowych i wyklejenie 4 billboardów dwustronnych wg różnych projektów Zamawiającego, zgodnie z poniższymi parametrami:
 - a) materiał: papier billboardowy blueback, gramatura: 120-140 g/m²
 - b) wydruk wodoodporny i odporny na zmiany temperatur,
 - c) wymiary billboardów: 2 x billboard 12 m² (504 x 238 cm); 2 x billboard 18 m² (600 x 300 cm),

Wyklejenie billboardów wskazanych przez Zamawiającego nastąpi w terminach ustalonych przez Zamawiającego. Billboardy usytuowane są w odległości max. 60 km od granic Elbląga. Zamawiający przewiduje czterokrotną, dwustronną zmianę wizualizacji na wszystkich trzech billboardach (obejmuje wydruk i wyklejenie), powierzchnię na billboardach zapewnia Zamawiającego.
 - 5) Wydruk 2 siatek reklamowych, wg projektów graficznych przedstawionych przez Zamawiającego o wymiarach dostosowanych do formatu ściany budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej (1 powierzchnia w kształcie prostokąta o wymiarach: szer. 970 x wys. 495 cm i 1 powierzchnia w kształcie trójkąta równoramiennego o wymiarach: podstawa 970 x wys. 385 cm), wskazanego przez Zamawiającego. Siatki wykonane w technologii UV w brytach zgrzanych ze sobą, wraz z wykończeniem na mocowanie, full color.
 - a) jednorazowy montaż i demontaż siatek na południowej ścianie budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej. Zamawiający zapewnia powierzchnię na ścianie budynku w Krynicy Morskiej przy ul. Portowej,
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzania bieżącej kontroli jakości wyeksponowanej reklamy,
 - c) w przypadku zniszczenia lub uszkodzenia reklamy Wykonawca dokona niezwłocznie jej wymiany na nową, jednak nie dłużej niż w przeciągu 3 dni roboczych,
 - d) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu raport z realizacji zadania wraz z dokumentacją fotograficzną w formie elektronicznej w ciągu 3 dni roboczych od momentu zawieszenia reklamy na ścianie budynku,
 - e) montaż i demontaż siatek reklamowych nastąpi w terminach wskazanych przez Zamawiającego.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nieograniczonej liczby korekt wszystkich przedstawionych przez Wykonawcę realizacji określonych w zakresie zamówienia, w tym plakatów, ulotek, bannerów internetowych, spotów reklamowych i dźwiękowych przed ich emisją, do momentu uzyskania akceptacji przez Zamawiającego.
 4. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy. Zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę kluczowych części zamówienia na usługi.
 5. Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie części zamówienia, której wykonanie

zamierza powierzyć podwykonawcy. Zamawiający żąda podania przez Wykonawcę w ofercie nazw (firm) podwykonawców, na których zasoby Wykonawca powołuje się na zasadach określonych w art. 26 ust. 2b, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1.

II.4) WSPÓLNY SŁOWNIK ZAMÓWIEŃ (CPV)

	Słownik główny
Główny przedmiot	79.34.14.00 - 0
Dodatkowe przedmioty	

SEKCJA III: PROCEDURA

III.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Przetarg nieograniczony	<input checked="" type="checkbox"/>	Negocjacje bez ogłoszenia	<input type="checkbox"/>
Przetarg ograniczony	<input type="checkbox"/>	Zamówienie z wolnej ręki	<input type="checkbox"/>
Negocjacje z ogłoszeniem	<input type="checkbox"/>	Zapytanie o cenę	<input type="checkbox"/>
Dialog konkurencyjny	<input type="checkbox"/>	Licytacja elektroniczna	<input type="checkbox"/>

III.2) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

Zamówienie dotyczy projektu/programu finansowanego ze środków Unii Europejskiej

tak wskazać projekt/program:

nie X

SEKCJA IV: UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

CZĘŚĆ NR (jeżeli dotyczy):¹⁾

NAZWA (jeżeli dotyczy):¹⁾ _____

IV.1) DATA UDZIELENIA ZAMÓWIENIA: 20 /05 /2016 (dd/mm/rrrr)		
IV.2) LICZBA OTRZYMANYCH OFERT: 7		
IV.3) LICZBA ODRZUCONYCH OFERT: 0		
IV.4) NAZWA I ADRES WYKONAWCY, KTÓREMU UDZIELONO ZAMÓWIENIA ²⁾		
Nazwa: ALTHERMEDIA SP. Z O.O. SP.K.		
Adres pocztowy: AL. NIEPODLEGŁOŚCI 210/25		
Miejscowość: WARSZAWA	Kod pocztowy: 00-608	Kraj/województwo: Polska/ mazowieckie
IV.5) Szacunkowa wartość zamówienia (bez VAT) ³⁾		
Wartość 67 187,71 PLN		
IV.6) INFORMACJA O CENIE WYBRANEJ OFERTY ORAZ O OFERTACH Z NAJNIŻSZĄ I NAJWYŻSZĄ CENĄ		

Cena wybranej oferty⁴⁾ **73 514,03**

Oferta z najniższą ceną⁵⁾ 73 514,03 / Oferta z najwyższą ceną⁵⁾ 111 315,00

Waluta: PLN

----- (Wykorzystać powyższą sekcję formularza tyle razy, ile jest to konieczne) -----

- 1) Nie wypełniać w przypadku zawarcia umowy ramowej.
- 2) W przypadku gdy wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, należy podać wszystkich wykonawców.
- 3) W przypadku składania ofert częściowych szacunkową wartość zamówienia podaje się dla danej części zamówienia.
- 4) W przypadku składania ofert częściowych należy brać pod uwagę cenę wybranej oferty dla danej części zamówienia, a w przypadku cen jednostkowych przemnożyć cenę jednostkową wybranej oferty przez zakładaną ilość lub zakres zamówienia.
- 5) Należy brać pod uwagę wszystkie oferty złożone w danej części zamówienia (w tym oferty odrzucone), a w przypadku cen jednostkowych przemnożyć cenę jednostkową oferty przez zakładaną ilość lub zakres zamówienia.

11 MAI 2016

PREZYDENT MIASTA
Witold Wróblewski

ZAŁĄCZNIK I

Uzasadnienie udzielenia zamówienia w trybie negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki albo zapytania o cenę

1. Podstawa prawna

Postępowanie prowadzono w trybie na podstawie art. ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.

2. Uzasadnienie wyboru trybu

Należy podać uzasadnienie faktyczne i prawne wyboru trybu oraz wyjaśnić, dlaczego udzielenie zamówienia jest zgodne z przepisami.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....