

Toruń, dnia 15.02.2018 r.

Zamawiający:
Województwo Kujawsko-Pomorskie
Plac Teatralny 2
87-100 Toruń

ROZEZNANIE RYNKU

Rozeznanie rynku ws. „Określenia szacunkowej wartości zamówienia (zgodnie z art. 32 ust.1 do 3 ustawy Prawo zamówień publicznych z dnia 29 stycznia 2004 roku, Dz.U. z 2016 roku, poz. 1020) Usługa realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” w ramach projektu: „Edukacja społeczności zamieszkujących obszary chronione województwa kujawsko-pomorskiego: Lubię tu być... na zielonym!” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego działając w imieniu Województwa Kujawsko-Pomorskiego, z siedzibą: Plac Teatralny 2, 87-100 Toruń, zaprasza Państwa do określenia wartości zamówienia w postępowaniu o wartości poniżej 30 000 EUR, do którego, zgodnie z art. 4 pkt. 8 ustawy Prawo zamówień publicznych z 29 stycznia 2004 roku (Dz.U. z 2016 roku, poz.1020) nie stosuje się przepisów tej ustawy na: „Określenie szacunkowej wartości zamówienia (zgodnie z art. 32 ust.1 do 3 ustawy Prawo zamówień publicznych z dnia 29 stycznia 2004 roku, Dz.U. z 2016 roku, poz. 1020) Usługa realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” w ramach projektu: „Edukacja społeczności zamieszkujących obszary chronione województwa kujawsko-pomorskiego: Lubię tu być... na zielonym!” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

I. Przedmiot zamówienia objęty szacowaniem wartości (zgodnie z art. 32 ust.1-3 ustawy Pzp):

1. Kampania paszport turystyczny – zakres prac:

1.1. Opracowanie koncepcji kampanii zgodnej z założonymi celami oraz wytycznymi komunikacyjnymi Zamawiającego. Celem kampanii jest zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa, promocja wskazanego przez Zamawiającego serwisu www oraz aplikacji mobilnej zawierającej organizowaną przez Zamawiającego grę terenową o nazwie „Paszport turystyczny” i zachęcenie do uczestnictwa w grze.

1.2. Realizacja kampanii promocyjnej działania BTL:

1.2.1. Opracowanie graficzne i druk 100 szt. naklejek (format A5, podklejone z jednej strony, nie zostawiające zanieczyszczeń, kolor (4+0). Dystrybucja po stronie Zamawiającego. Dostawa do siedziby Zamawiającego - do 27 kwietnia 2018 r.

1.2.2. Opracowanie graficzne i druk ulotek (dwustronne, format DL- A4 składane na 3, kredo min.180g, lakier dyspersyjny, pełny kolor 4+4, zakres prac: praca na gotowym tekście (redakcja, korekta, prace edytorskie), oprawa graficzna: dobór zdjęć, wyróżników, grafik spośród gotowych materiałów graficznych; przygotowanie projektu, przekazanie pliku otwartego, utworzonego i zapisanego w formacie aplikacji będącej częścią oprogramowania graficznego Adobe Creative Suite oraz pliku PDF (PDF „zwykły” + PDF przygotowany w wersji do druku) – 10 000 szt., Zamawiający dostarczy teksty i zdjęcia. Dystrybucja ulotek po stronie Zamawiającego. Dostawa do siedziby Zamawiającego - do 27 kwietnia 2018 r.

1.3. Realizacja kampanii promocyjnej działania ATL:

1.3.1. Realizacja kampanii media relations – polegającej na:

- przygotowaniu i aktualizacjach bazy mediów i dziennikarzy pod kątem grup docelowych (zasięg - media lokalne i regionalne; dotyczy prasy, radia, telewizji, internetu)
- redagowaniu, przygotowaniu i dystrybucji materiałów prasowych: informacji prasowych, artykułów eksperckich, komentarzy eksperckich, profili, stopek i innych form prezentacji prasowej (zasięg: media lokalne i regionalne).

Wykonawca będzie zobowiązany do sporządzenia sprawozdania z realizacji kampanii media relations, polegającej na przeprowadzeniu monitoringu mediów i przedstawieniu kopii dowodów przeprowadzonej kampanii tj.: dokumentacji zdjęciowej, skanów, wydruków artykułów prasowych itp.

1.3.2 Przeprowadzenie kampanii na Facebook.com i Instagram.com z wykorzystaniem profili (fanpages) wskazanych przez Zamawiającego. Kampania musi być prowadzona z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników. Wszystkie reklamy muszą odsyłać do serwisów internetowych wskazanych przez Zamawiającego.

1.3.2.1 Kampania będzie prowadzona z użyciem reklam kierowanych zarówno do wszystkich użytkowników w grupie docelowej (25-59 i więcej lat), jak i do konkretnych grup (osoby korzystające ze wskazanego przez Zamawiającego serwisu/ów www, bazy email Zamawiającego, zainteresowanych turystyką i aktywnym wypoczynkiem oraz innych grup zaproponowanych przez Wykonawcę) z użyciem dostosowanych dla danej grupy grafik oraz przy wykorzystaniu możliwości targetowania w serwisie Facebook.com. Kampania ma być skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. Zasięg 50 000 osób.

1.3.2.2. Zamawiający przekaze grafiki i treści do wykorzystania przez Wykonawcę w trakcie kampanii.

1.3.2.3. Kampania będzie prowadzona w okresie od czerwca do lipca łącznie przez 40 dni.

1.3.2.4. Wykonawca dostarczy zamawiającemu comiesięczne raporty oraz umożliwi wgląd do statystyk w trakcie jej trwania.

1.4. Wykonawca zapewni nagrody dla uczestników gry „Paszport turystyczny” w postaci voucherów pobytowych w różnych miejscach na terenie województwa kujawsko-pomorskiego (poza miastami powyżej 90 tys. oraz ze szczególnym uwzględnieniem terenów parków krajobrazowych) z terminem realizacji do września 2019 r. tj.: 3 vouchery „*All inclusive*”(jeden nocleg w standardzie zbliżonym do min. hotelu ***) ze śniadaniem dla 4 osób, obiadokolacja (dwa dania i napoje) dla 4 osób, oraz 7 voucherów „noclegowych” (nocleg w standardzie zbliżonym do min. hotelu *** ze śniadaniem dla 2 osób). Vouchery powinny obejmować pobyty w różnych miejscowościach. Zamawiający dopuszcza tylko powtarzanie się miejscowości dla voucherów „*All inclusive*” i „noclegowych”.

1.5. Jednostkowa wartość voucherów, o których mowa w ust. 1.4. nie może przekroczyć kwoty 760,00 zł.

2. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” – zakres prac

- 2.1. Celem kampanii jest zwrócenie uwagi mieszkańców na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych. Kampania adresowana do mieszkańców województwa w wieku 25-59 i więcej lat.
- 2.2. Wykonanie na potrzeby wszystkich edycji kampanii 46 projektów graficznych (26 projektów w 2018 r., 10 projektów w 2019 r. i 10 projektów w 2020 r.). Projekty będą wykorzystane do promocji w Internecie i w mediach społecznościowych (powinny uwzględniać wytyczne techniczne określone przez administratora portalu Facebook.com i Instagram.com).
- 2.3. Na potrzeby wszystkich edycji kampanii zakup licencji do 28 zdjęć zawierających wizerunki osób w różnym wieku (14 zdjęć do wykorzystania w 2018 roku, 7 zdjęć w 2019 roku i 7 zdjęć w 2020 roku). Licencja na 2 lata na Polskę.
- 2.4. Wykonanie projektów i druk 4 rodzajów plakatów - zakres prac: projekt graficzny plakatu format B3 (4+0) (cztery projekty), opracowanie dostarczonych tekstów (redakcja, korekta, prace edytorskie), oprawa graficzna: dobór zdjęć, wyróżników, grafik; przygotowanie projektu, przekazanie pliku otwartego, utworzonego i zapisanego w formacie aplikacji będącej częścią oprogramowania graficznego Adobe Creative Suite oraz pliku PDF (PDF „zwykły” + PDF przygotowany w wersji do druku) i wydruk plakatów (format B3, kolor jednostronnie 4+0, lakier dyspersyjny, kreda min. 250g - łącznie 400 sztuk i dostarczenie do Zamawiającego 200 szt. w 2018 roku do 20 kwietnia 2018 r., 100 szt. w 2019 roku i 100 szt. w 2020 roku (dostawa do siedziby Zamawiającego)
- 2.5. Wykonanie jednego serwisu www z ofertami i formularzem rejestracyjnym dla potrzeb każdej edycji kampanii. Serwis powinien zostać wykonany w oparciu o moduł CMS w istniejącym serwisie wskazanym przez Zamawiającego. Zamawiający przekaze Wykonawcy dostęp do serwisu oraz dostarczy treści, które Wykonawca wprowadzi do serwisu, dokona korekty tekstu i zapewni nadzór techniczny. Prace w ramach serwisu w każdym roku powinny zostać zakończone do 20 kwietnia. Po tym terminie Zamawiający zastrzega możliwość przekazania dodatkowych treści. Łącznie przekazane do wprowadzenia treści będą dotyczyły informacji o maksymalnie 150 wydarzeniach (150 rekordów).
- 2.6. Przeprowadzenie kampanii na Facebook.com i Instagram.com z wykorzystaniem profili (fanpages) wskazanych przez Zamawiającego. Kampania musi być prowadzona z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników. Wszystkie reklamy muszą odsyłać do serwisów internetowych wskazanych przez Zamawiającego.
- 2.6.1 Kampania będzie prowadzona z użyciem reklam kierowanych zarówno do wszystkich użytkowników w grupie docelowej (25-59 i więcej lat), jak i do konkretnych grup (osoby korzystające ze wskazanego przez Zamawiającego serwisu/ów www, bazy email Zamawiającego, zainteresowanych turystyką i aktywnym wypoczynkiem oraz innych grup zaproponowanych przez Wykonawcę) z użyciem dedykowanych dla danej grupy grafik oraz przy wykorzystaniu możliwości targetowania w serwisie Facebook.com. Kampania ma być skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. Zasięg 25 tys. osób w każdym roku.
- 2.6.2 Zamawiający przekaze grafiki i treści do wykorzystania przez Wykonawcę w trakcie kampanii.

2.6.3 Kampania będzie trwała dwa tygodnie (14 dni) i będzie prowadzona w każdym roku na przełomie kwietnia i maja. Szczegółowy termin kampanii zostanie uzgodniony z Zamawiającym.

2.6.4 Wykonawca dostarczy Zamawiającemu tygodniowe raporty oraz umożliwi wgląd do statystyk w trakcie jej trwania.

2.7. Przeprowadzenie w każdym roku w ostatnim tygodniu kwietnia i podczas weekendu majowego (ostateczne terminy ustalone z Zamawiającym) działań media relations polegających na:

- przygotowaniu i aktualizacjach bazy mediów i dziennikarzy pod kątem grup docelowych (zasięg - media lokalne i regionalne; dotyczy prasy, radia, telewizji, internetu)
- redagowaniu, przygotowaniu i dystrybucji materiałów prasowych: informacji prasowych, artykułów eksperckich, komentarzy eksperckich, profili, stopek i innych form prezentacji prasowej (zasięg: media lokalne i regionalne).

Wykonawca będzie zobowiązany do sporządzenia sprawozdania z realizacji kampanii media relations, polegającej na przeprowadzeniu monitoringu mediów i przedstawieniu kopii dowodów przeprowadzonej kampanii tj.: dokumentacji zdjęciowej, skanów, wydruków artykułów prasowych itp.

3. Prawa autorskie i majątkowe

3.1. W ramach wynagrodzenia Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe wraz z wyłącznym prawem do zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do wszelkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego utworów powstałych w związku z wykonaniem umowy oraz wyłącznego prawa do zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego.

3.2. Przeniesienie praw, o których mowa w ust. 1, następuje:

- 1) z chwilą przekazania Zamawiającemu utworów określonych w ust. 1,
- 2) bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy, w zakresie następujących pól eksploatacji:

- a) utrwalenie na jakimkolwiek nośniku, a w szczególności utrwalenie audiowizualne (w tym analogowe i cyfrowe), utrwalenie na nośnikach video, taśmie światłoczułej, magnetycznej, dyskach komputerowych oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego, w sieci multimedialnej (w tym Internet);
- b) zwielokrotnienie jakąkolwiek techniką, w tym zwielokrotnienie analogowe i cyfrowe, zwielokrotnienie techniką magnetyczną na kasetach video, dyskach audiowizualnych, techniką światłoczułą i cyfrową, techniką zapisu komputerowego na wszystkich rodzajach nośników dostosowanych do tej formy zapisu, w sieci multimedialnej (w tym Internet);
- c) wprowadzenie w całości lub części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika;
- d) nadawanie (w tym emisja telewizyjna oraz tzw. *simulcasting* lub *webcasting*) w całości lub we fragmentach dowolnie wybranych – za pomocą wizji albo fonii przewodowej i bezprzewodowej przez stację naziemną i nadawanie kablowe;

- e) wprowadzenie do obrotu przy użyciu Internetu i innych technik przekazu danych, wykorzystujących sieci telekomunikacyjne, informatyczne i bezprzewodowe;
- f) wyświetlanie, publiczne odtwarzanie, reemitowanie;
- g) wykorzystanie na stronach internetowych;
- h) nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy.

3.3. Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że na chwilę przekazywania Zamawiającemu nośnika danego utworu określonego w ust. 1 będzie osobą wyłącznie uprawnioną z tytułu autorskich praw majątkowych do tego utworu. Ponadto Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że jest osobą upoważnioną do wyrażenia w imieniu ewentualnych osób trzecich zgody, o której mowa w ustępie powyżej.

3.4. Wykonawca jest odpowiedzialny za wszelkie wady prawne przedmiotu Umowy, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2006 r. Nr 90 poz. 631, z późn. zm.), w związku z wykonywaniem przedmiotu Umowy.

3.5. W przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie jakichkolwiek roszczeń z tytułu korzystania przez Zamawiającego z dostarczonych przez Wykonawcę materiałów, Wykonawca zobowiązuje się do podjęcia na swój koszt i na własne ryzyko wszelkich kroków prawnych zapewniających należyłą ochronę Zamawiającemu oraz innym podmiotom, przed roszczeniami osób trzecich.

4. Opis Kampanii reklamowej

Sporządzany na potrzeby postępowania w celu udzielenia zamówienia publicznego, do którego stosuje się przepisy ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych dotyczące przetargu nieograniczonego pod nazwą: Usługa realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” w ramach projektu: „Edukacja społeczności zamieszkujących obszary chronione województwa kujawsko-pomorskiego: Lubię tu być... na zielonym!” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

1. Założenia kampanii:

Celem kampanii będzie zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa oraz zwrócenie uwagi mieszkańców na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych. Kampania adresowana jest do mieszkańców województwa.

2. Cele komunikacyjne:

- a. Kampania „Paszport turystyczny” - celem kampanii jest zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa, a w szczególności promocja wskazanego przez Zamawiającego serwisu www oraz aplikacji mobilnej zawierającej organizowaną przez Zamawiającego grę terenową o nazwie „Paszport turystyczny” i zachęcenie do uczestnictwa w grze.

- b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” - celem kampanii jest zwrócenie uwagi mieszkańców województwa na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych, zachęcenie do wejścia na stronę www i skorzystanie z bezpłatnej oferty (zwiedzanie, udział w festynach, koncertach), z której mogą skorzystać od 28 kwietnia do 6 maja 2018 r. oraz w analogicznych terminach w kolejnych latach.
3. Grupy docelowe – Target group: kobieta-mężczyzna w wieku 25-59 lat i więcej, mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, którzy aktywnie wypoczywają.
4. Czas trwania kampanii:
- a. Kampania „Paszport turystyczny” – kampania w mediach społecznościowych - 40 dni (czerwiec-lipiec)
 - b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” – kampania w mediach społecznościowych - 14 dni w każdym roku (na przełomie kwietnia i maja)
5. Opis oferty skierowanej do grupy docelowej:
- a. Kampania „Paszport turystyczny” – strona internetowa opisująca zasady gry terenowej i zachęcająca do pobrania aplikacji na telefon komórkowy rejestrującej aktywność uczestników (rodzaj gry terenowej zachęcającej do odwiedzania różnych miejsc na terenie województwa). Dla najaktywniejszych uczestników nagrody.
 - b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” - strona www zawierająca oferty (zwiedzanie, udział w festynach, koncertach), z których mogą skorzystać mieszkańcy województwa od 28 kwietnia do 6 maja 2018 r. oraz w analogicznych terminach w kolejnych latach.

II. Termin realizacji zamówienia objętego rozeznaniami - realizacja kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

Zamówienie powinno zostać zrealizowane:

Sukcesywnie od kwietnia 2018 r. do 15 maja 2020r.

III. Warunki udziału w postępowaniu.

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy:

- 1. nie podlegają wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 oraz art. 24 ust. 5 pkt. 1 ustawy.
- 2. spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące:

2.1. kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów - Zamawiający nie stawia szczegółowego warunku w tym zakresie.

2.2. sytuacji ekonomicznej lub finansowej - Zamawiający nie stawia szczegółowego warunku w tym zakresie.

2.3. zdolności technicznej lub zawodowej. Wykonawca spełni warunek jeżeli wykaże, że:

2.3.1. wykonał, co najmniej 2 (dwie) kampanie reklamowe/promocyjne o zasięgu lokalnym (wojewódzkim/ regionalnym tj. na terenie min. 2 województw jednocześnie) lub ogólnopolskim w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, przy czym:

a) zakres prac wykonanych w ramach realizacji każdej z kampanii obejmował wykonanie przez Wykonawcę: koncepcji kreatywnej i strategii marketingowej kampanii, projektów graficznych materiałów ATL i BTL.

b) wartość prac zrealizowanych przez Wykonawcę w ramach kampanii reklamowej/promocyjnej obejmującej wykonanie przez Wykonawcę: koncepcji kreatywnej i strategii marketingowej kampanii, projektów graficznych materiałów ATL i BTL, wyniosła co najmniej 40.000,00 zł brutto – z zastrzeżeniem, że wartość ta nie może obejmować kosztów związanych z zakupem mediów;

c) wartość prac zrealizowanych przez Wykonawcę w ramach kampanii reklamowej obejmującej wykonanie przez Wykonawcę: koncepcji kreatywnej i strategii marketingowej kampanii, projektów graficznych materiałów ATL i BTL, kampanii media relations wyniosła co najmniej 40.000,00 zł brutto – z zastrzeżeniem, że wartość ta nie może obejmować kosztów związanych „z zakupem mediów”

wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy.

2.3.2. Dysponuje osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, w tym co najmniej:

a) Menager projektu (Project Menager): co najmniej 1 osoba spełniająca następujące warunki:

- posiada wykształcenie wyższe, minimum 2 lata doświadczenia na stanowiskach kierowniczych związanych z zarządzaniem projektami o charakterze promocyjno-reklamowym;

- kierował organizacją, co najmniej 2 kampanii reklamowych, przy czym w skład każdej z nich wchodziły, co najmniej dwa media i dwa z pośród nich to: radio i Internet, a wartości każdej z realizacji wyniosła co najmniej 40 000,00 złotych brutto (bez uwzględnienia kosztów zakupu czasu antenowego);

b) Dyrektor kreatywny - co najmniej 1 osoba spełniająca następujące warunki:

- posiada wykształcenie wyższe, minimum 2 lata doświadczenia na stanowiskach związanych z tworzeniem kreacji reklamowej;

- przygotowała i zrealizowała koncepcję kreatywną dla co najmniej 2 kampanii reklamowych o wartości, co najmniej 40 000,00 złotych brutto każda, obejmujących opracowanie projektów graficznych materiałów reklamowych;

c) co najmniej 2 osoby posiadające minimum trzyletnie udokumentowane doświadczenie zawodowe – staż pracy - w zakresie obsługi programów graficznych i projektowania w nich grafik reklamowych na potrzeby kampanii w obszarach ATL

(outdoor, radio), BTL (projekty graficzne, materiały reklamowe) oraz e-line (komunikacja internetowa, social media),

Wykonawca przedstawi wykaz osób wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania niniejszego zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami.

3. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia winni ustanowić pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego (do oferty należy załączyć odpowiednie pełnomocnictwo) chyba, że w przypadku spółki cywilnej, z umowy tej spółki wynika sposób jej reprezentowania (do stwierdzenia czego niezbędne będzie załączenie do oferty umowy spółki cywilnej). Wszelka korespondencja oraz rozliczenia dokonywane będą wyłącznie z podmiotem występującym jako pełnomocnik pozostałych. Oferta musi być podpisana w taki sposób, by prawnie zobowiązywała wszystkie podmioty występujące wspólnie. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o zamówienie ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy.
4. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu, w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych lub sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych.
5. Wykonawca, który polega na zdolnościach lub sytuacji innych podmiotów, musi udowodnić zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów, w szczególności przedstawiając zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.
6. Zamawiający oceni, czy udostępnione Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe lub ich sytuacji finansowa lub ekonomiczna, pozwalają na wykazanie przez Wykonawcę spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz zbada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 13 – 22 i ust. 5 pkt 1 Ustawy Pzp.
7. W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, Wykonawcy mogą polegać na zdolnościach innych podmiotów, jeżeli podmioty te zrealizują usługi do realizacji których te zdolności są wymagane.
8. Wykonawca, który polega na sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów, odpowiada solidarnie z podmiotem, który zobowiązał się do udostępnienia zasobów, za szkodę poniesioną przez Zamawiającego powstała na skutek nieudostępnienia tych zasobów chyba, że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy.
9. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe lub sytuacja ekonomiczna lub finansowa podmiotu, o którym mowa w pkt 8, nie potwierdzają spełnienia przez wykonawcę warunków udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, Zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez Zamawiającego:
 - a) zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami lub

- b) zobowiązał się do osobistego wykonania odpowiedniej części zamówienia, jeżeli wykaże zdolności techniczne lub zawodowe lub sytuację finansową lub ekonomiczną, o których mowa w pkt 8.
10. W celu oceny, czy Wykonawca polegając na zdolnościach lub sytuacji innych podmiotów na zasadach określonych w art. 22a Ustawy Pzp, będzie dysponował niezbędnymi zasobami w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz oceny, czy stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów, Zamawiający żąda dokumentów, które określają w szczególności:
- a) zakres dostępnych Wykonawcy zasobów podmiotu;
 - b) sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez Wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego;
 - c) zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego;
 - d) czy podmiot, na zdolnościach którego Wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

Należy to uwzględnić w szacowaniu wartości zamówienia.

III. Zamawiający w umowie na usługę realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.” przewiduje etapowanie odbioru prac i dokonywanie płatności częściowych .

IV. Zamawiający wymaga, aby oszacowanie przedmiotu zamówienia, stanowiące przedmiot niniejszego zapytania ofertowego było dokonane zgodnie z wymogami ustawy Prawo zamówień publicznych z dnia 29 stycznia 2004 roku (Dz.U. z 2016, poz.1020) w szczególności z przepisami art.32 ust.1-3.

V. Prosimy o podanie informacji szacowanej wartości zamówienia oraz nazwie Wykonawcy, prosimy przesłać do dnia 23 lutego 2018 roku godz. 10:00 na adres e-mail: l.lucinski@kujawsko-pomorskie.pl.

VI. Osobą wyznaczoną do kontaktu z Wykonawcami w sprawach merytorycznych i formalnych jest Pan Łukasz Luciński, tel: (0-56) 621-84-23, mail: l.lucinski@kujawsko-pomorskie.pl

IX.1. W przypadku jakichkolwiek pytań uprzejmie prosimy o przesyłanie ich drogą e-mailową na adres: l.lucinski@kujawsko-pomorskie.pl

Dyrektor
Departamentu Środowiska
(4)
Małgorzata Walter

