



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Zamawiający:

MUZEUM II WOJNY ŚWIATOWEJ  
pl. W. Bartoszewskiego 1  
80-862 Gdańsk

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

(zwana dalej „SIWZ”)

w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego pn.

**„Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku”**

**ZATWIERDZAM:**

DYREKTOR  
Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku  
.....  
dr Karol Nawrocki

Rodzaj zamówienia:

usługa

.....  
Adam Soszyński  
radca prawny

Główny Specjalista ds. zamówień publicznych  
Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku

Anna Długosz

K. Bujali



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

### **Rozdział 1**

#### **Informacje ogólne**

1. Zamawiającym jest Muzeum II Wojny Światowej z siedzibą w Gdańsku, pl. Władysława Bartoszewskiego 1, 80-862 Gdańsk, Państwowa Instytucja Kultury wpisana do państwowego rejestru instytucji kultury prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod numerem 101/2017, posiadającą osobowość prawną, działającą w szczególności, na podstawie aktu o utworzeniu i statutu nadanego przez organizatora Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, NIP 58332441894, REGON 367011290, zwane dalej „Zamawiającym”.
2. Dane teleadresowe Zamawiającego:
  - 1) adres do korespondencji: pl. Władysława Bartoszewskiego 1, 80-862 Gdańsk;
  - 2) adres poczty e-mail: przetargi@muzeum1939.pl
  - 3) strona internetowa: www.muzeum1939.pl
  - 4) osobą uprawnioną do porozumiewania się z wykonawcami Pan Marek Krzeziński, Pani Anna Długosz, Pani Aleksandra Bujak.
3. Godziny pracy Zamawiającego: od poniedziałku do piątku (z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy) w godzinach od 8:15 do 16:15.
4. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych – zwana dalej „Ustawą”, na podstawie aktów wykonawczych do ustawy oraz w oparciu o postanowienia niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, zwanej dalej „SIWZ” oraz przepisy Kodeksu cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 r. z późniejszymi zmianami.
5. Wartość zamówienia nie przekracza równowartości kwoty określonej w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy PZP.
6. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
7. Zamawiający wskazuje, że komunikacja między Zamawiającym a wykonawcami odbywa się przy użyciu środków komunikacji elektronicznej z zastrzeżeniem postanowień rozdziału 7 SIWZ.

### **Rozdział 2**

#### **Opis przedmiotu zamówienia**

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe zorganizowanie najmu outdoorowej powierzchni reklamowej dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku w okresie czerwiec – grudzień 2019 roku:

Kampania promocyjna Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku, na którą składa się:

*Wybpał*  
*[Signature]*



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

### **Rozdział 1**

#### **Informacje ogólne**

1. Zamawiającym jest Muzeum II Wojny Światowej z siedzibą w Gdańsku, pl. Władysława Bartoszewskiego 1, 80-862 Gdańsk, Państwowa Instytucja Kultury wpisana do państwowego rejestru instytucji kultury prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod numerem 101/2017, posiadającą osobowość prawną, działającą w szczególności, na podstawie aktu o utworzeniu i statutu nadanego przez organizatora Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, NIP 58332441894, REGON 367011290, zwane dalej „Zamawiającym”.
2. Dane teleadresowe Zamawiającego:
  - 1) adres do korespondencji: pl. Władysława Bartoszewskiego 1, 80-862 Gdańsk;
  - 2) adres poczty e-mail: przetargi@muzeum1939.pl
  - 3) strona internetowa: www.muzeum1939.pl
  - 4) osobą uprawnioną do porozumiewania się z wykonawcami Pan Marek Krzemiński, Pani Anna Długosz, Pani Aleksandra Bujak.
3. Godziny pracy Zamawiającego: od poniedziałku do piątku (z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy) w godzinach od 8:15 do 16:15.
4. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych – zwana dalej „Ustawą”, na podstawie aktów wykonawczych do ustawy oraz w oparciu o postanowienia niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, zwanej dalej „SIWZ” oraz przepisy Kodeksu cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 r. z późniejszymi zmianami.
5. Wartość zamówienia nie przekracza równowartości kwoty określonej w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy PZP.
6. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
7. Zamawiający wskazuje, że komunikacja między Zamawiającym a wykonawcami odbywa się przy użyciu środków komunikacji elektronicznej z zastrzeżeniem postanowień rozdziału 7 SIWZ.

### **Rozdział 2**

#### **Opis przedmiotu zamówienia**

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe zorganizowanie najmu outdoorowej powierzchni reklamowej dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku w okresie czerwiec – listopad 2019 roku:

Kampania promocyjna Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku, na którą składa się:





## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

- a. najem powierzchni reklamowych typu billboard nie mniejszej niż 50 m<sup>2</sup> na terenie Gdańska, nie dalej jak w promieniu 500 metrów od dworca Głównego PKP oraz 500 m od Dworca PKP Wrzeszcz
- b. najem powierzchni reklamowych na terenie Gdańska na nośnikach typu Citylight na przystankach komunikacji miejskiej znajdujących się w promieniu 5 km od dworca Głównego PKP
- c. najem powierzchni reklamowych na słupach reklamowych w postaci opaski/ring plakatów wokół słupa/ w strefie I na terenie Gdańska, Gdyni, Sopotu wraz z usługą oklejenia słupów miejskich
- d. najem powierzchni reklamowej typu ekrany LED na terenie Trójmiasta o powierzchni nie mniejszej niż 20m<sup>2</sup> z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec – nie rzadziej niż co 10 minut
- e. najem powierzchni reklamowej na siatkach-banerach w hali odlotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku
- f. najem powierzchni reklamowej na ekranach LED w minimum 15 pociągach dalekobieżnych jadących w stronę Gdańska z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec
- g. kampania promocyjna w postaci emitowania filmu promocyjnego w kinie przed seansami filmowymi
- h. najem powierzchni reklamowej na środkach komunikacji miejskiej – tramwaj. Obrandowanie całego pojazdu
- i. usługa graficzna w postaci zaprojektowania oraz przygotowania materiałów graficznych na potrzeby przeprowadzenia „Kampanii promocyjnej Muzeum II Wojny Światowej”

2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawarty jest załączniku numer 1 do SIWZ.

3. Opis przedmiotu zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

79342200-5 Usługi w zakresie promocji

79342200-9 usługi reklamowe i marketingowe

22460000-6 materiały reklamowe

### **Rozdział 3**

#### **Informacje dodatkowe**

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.



### **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

3. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.
4. Zamawiający przewiduje udzielenie zamówień uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 Ustawy. do 50 % wartości szacunkowej zamówienia podstawowego. Zamówienia będzie można udzielić w przypadku: przedłużenia świadczenia usług w zakresie użycia tych samych środków przekazu co w zamówieniu podstawowym na kolejny okres, lub zamówienia nowych (w szczególności ustalanych w zakresie innych lokalizacji, użytych materiałów podawanego przez Zamawiającego przy nowych zamówieniach) do w/w wartości, polegającego na powtórzeniu podobnych usług zgodnych z przedmiotem umowy podstawowej tj. świadczenia usług w zakresie kompleksowej organizacji najmu outdoorowych powierzchni reklamowych. Zamówienia mogą zostać udzielone w okresie 3 lat od dnia podpisania umowy podstawowej. Warunki będą ustalane pomiędzy stronami na podstawie negocjacji z dotychczasowym wykonawcą. Przy czym podstawowym warunkiem będzie fakt, że dotychczasowy wykonawca realizował usługi w terminie i z najwyższą starannością, kolejnym – że zapewni nie gorszy standard wykonywania nowego zamówienia niż podstawowego, a także że wykonawca zaakceptuje istotne warunki dotychczasowej umowy, jak również strony w wyniku negocjacji uzgodnią wynagrodzenie oraz termin wykonania takiego zamówienia. Zgodnie z obowiązującym prawem Zamawiający może, ale nie musi skorzystać z zamówienia uzupełniającego .
5. Zamawiający nie przewiduje przeprowadzenia aukcji elektronicznej.
6. Zamawiający nie przewiduje udzielania zaliczek na poczet wykonania zamówienia.
7. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału wykonawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia, z zastrzeżeniem postanowień art. 93 ust. 4 Ustawy.
8. Zamawiający nie zastrzega obowiązku wykonania osobistego wykonania zamówienia przez wykonawcę. Na podstawie art. 36b Ustawy Zamawiający żąda wskazania przez wykonawcę części zamówienia, której wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcy oraz podania przez wykonawcę nazw (firm) podwykonawców.
9. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 22a ustawy Pzp, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, Wykonawca jest zobowiązany wykazać



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Zamawiającemu, iż proponowany inny podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż wymagany w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.

### **Rozdział 4**

#### **Termin wykonania zamówienia**

Termin wykonania zamówienia: czerwiec- listopad 2019 roku.

### **Rozdział 5**

#### **Warunki udziału w postępowaniu**

1 O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

1)nie podlegają wykluczeniu;

2)spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące:

a) kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów.

*Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.*

b) sytuacji ekonomicznej lub finansowej.

*Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.*

c) zdolności technicznej lub zawodowej.

*Zamawiający wymaga, aby wykonawca, wykazał, że w okresie ostatnich trzech lat, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał należycie: co najmniej 3 usługi polegające na świadczeniu usług organizacji najmu outdoorowych powierzchni reklamowych .*

W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających o udzielenie zamówienia, warunek zostanie uznany przez zamawiającego, za spełniony jeżeli spełnią go co najmniej łącznie.

Zamawiający dokona oceny spełniania warunku posiadania zdolności technicznej lub zawodowej, oceni, czy wykaz i załączone dowody potwierdzają spełnianie warunku. Zamawiający dokona oceny spełniania warunku udziału w postępowaniu, zgodnie z formułą spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenia i dowody złożone przez wykonawcę w ofercie na wezwanie zamawiającego

2. Zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.

3. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunków, o których mowa w rozdz. 5. 1. 2) lit. c niniejszej SIWZ 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.
4. 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.
5. Zamawiający oceni, czy udostępniane wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe lub ich sytuacja 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 ustawy Pzp.
6. W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, wykonawcy mogą polegać na zdolnościach innych podmiotów, jeśli podmioty te zrealizują roboty budowlane lub usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.
7. 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 powstałą wskutek nieudostępnienia tych zasobów, chyba że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy.
8. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe lub sytuacja ekonomiczna lub finansowa, podmiotu, o którym mowa w pkt 3 powyżej, nie potwierdzają spełniania przez wykonawcę warunków udziału w postępowaniu, lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, zamawiający żąda, aby wykonawca w terminie określonym przez zamawiającego:
  - 1) zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami lub
  - 2) zobowiązał się do osobistego wykonania odpowiedniej części zamówienia, jeżeli wykaże zdolności techniczne lub zawodowe lub sytuację finansową lub ekonomiczną, o której mowa w pkt 3 niniejszej S.I.W.Z.
9. Zamawiający nie przewiduje wykluczenia Wykonawcy w trybie art. 24 ust. 5 PZP

### **Rozdział 6**

#### **Wykaz dokumentów i oświadczeń, jakie mają dostarczyć wykonawcy w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw do wykluczenia**

1. Do oferty każdy wykonawca musi dołączyć aktualne na dzień składania ofert oświadczenie w zakresie wskazanym w załączniku nr 3 do SIWZ. Informacje zawarte w oświadczeniu





## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

będą stanowić wstępne potwierdzenie, że wykonawca nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

2. W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez wykonawców oświadczenie o którym mowa w rozdz. 6 pkt. 1 niniejszej SIWZ składa każdy z wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie. Oświadczenie to ma potwierdzać spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia w zakresie, w którym każdy z wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia.
3. Zamawiający żąda aby wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcom, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia z udziału w postępowaniu zamieszcza informacje o podwykonawcach w oświadczeniu, o którym mowa w rozdz. 6. 1 niniejszej SIWZ.
4. Wykonawca, który powołuje się na zasoby innych podmiotów, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia oraz spełnienia - w zakresie, w jakim powołuje się na ich zasoby - warunków udziału w postępowaniu zamieszcza informacje o tych podmiotach w oświadczeniu, o którym mowa w rozdz. 6. 1 niniejszej SIWZ.
5. Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, może wezwać wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym, nie krótszym niż 5 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia następujących oświadczeń lub dokumentów:

### *5.1. W celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału wykonawca przedłoży:*

wykaz usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu.

6. Wykonawca w terminie 3 dni od dnia zamieszczenia na stronie internetowej informacji, o której mowa w art. 86 ust. 5 ustawy PZP, przekaże zamawiającemu oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy PZP. Wraz ze złożeniem oświadczenia, wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

7. W przypadku wskazania przez wykonawcę dostępności oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w pkt 5, w formie elektronicznej pod określonymi adresami internetowymi ogólnodostępnych i bezpłatnych baz danych, zamawiający pobierze samodzielnie z tych baz danych wskazane przez wykonawcę oświadczenia lub dokumenty.
8. W przypadku wskazania przez wykonawcę oświadczeń lub dokumentów, o których mowa pkt. 5, które znajdują się w posiadaniu zamawiającego, w szczególności oświadczeń lub dokumentów przechowywanych przez zamawiającego zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy, zamawiający w celu potwierdzenia okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy, korzysta z posiadanych oświadczeń lub dokumentów, o ile są one aktualne.
9. Brak jakiegokolwiek z dokumentów wymaganych w SIWZ lub złożenie dokumentu w niewłaściwej formie (np. niepoświadczony za zgodność z oryginałem kopie, sprzecznie z treścią SIWZ) spowoduje wykluczenie Wykonawcy z postępowania oraz uznanie jego oferty za odrzuconą, z zastrzeżeniem pkt 10 i 11 niniejszego rozdziału.
10. Jeżeli wykonawca nie złożył oświadczenia, o którym mowa w art. 25a ust. 1, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez zamawiającego wątpliwości, zamawiający wzywa do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielenia wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
11. Jeżeli wykonawca nie złożył wymaganych pełnomocnictw albo złożył wadliwe pełnomocnictwa, zamawiający wzywa do ich złożenia w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia oferta wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania

### **Rozdział 7**

#### **Informacja o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów**

1. Wszelkie zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje Zamawiający oraz Wykonawcy mogą przekazywać pisemnie lub drogą elektroniczną, -za wyjątkiem oferty, umowy oraz oświadczeń i dokumentów wymienionych w rozdziale VI niniejszej SIWZ (również w przypadku ich złożenia w wyniku wezwania, o którym mowa w art. 26 ust. 3) pod rygorem nieważności. (Komunikacja między zamawiającym a wykonawcami odbywa się za pośrednictwem operatora pocztowego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe, osobiście, za pośrednictwem posłańca, lub przy użyciu środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną).
2. W korespondencji kierowanej do Zamawiającego Wykonawca winien posługiwać się numerem sprawy określonym w SIWZ.



### **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

3. Zawiadomienia, oświadczenia, wnioski oraz informacje przekazywane przez Wykonawcę pisemnie winny być składane na adres:

Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku  
Plac Władysława Bartoszewskiego 1  
80-862 Gdańsk  
lub za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres e-mail:  
[przetargi@muzeum1939.pl](mailto:przetargi@muzeum1939.pl)  
godz. pracy 8.15 – 16.15

Zamawiający deklaruje, że ww środki komunikacji będą czynne, aktualne, sprawnie działające przez cały okres postępowania.

4. Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca przekazują oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje przy użyciu środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z dnia 12 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.
5. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający jest obowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 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.
6. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynie po upływie terminu składania wniosku, o którym mowa w ust. 5, lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
7. Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku, o którym mowa w ust. 5.
8. Zamawiający jednocześnie przekazuje treść zapytań wraz z wyjaśnieniami wszystkim Wykonawcom, którym przekazano Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia, bez ujawniania źródła zapytania oraz zamieści na stronie internetowej Zamawiającego.
9. W uzasadnionych przypadkach Zamawiający może przed upływem terminu składania ofert zmienić treść SIWZ. Dokonaną zmianę SIWZ Zamawiający udostępnia na stronie internetowej.
10. Zamawiający może przedłużyć termin składania ofert, w przypadkach zaistnienia przesłanek określonych w art. 12a lub art. 38 ust. 6 ustawy Pzp.
11. Osobami uprawnionymi do porozumiewania się z Wykonawcą w zakresie dotyczącym procedury przetargowej, ogłoszenia oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia są:
- a) Pani Anna Długosz, Pani Aleksandra Bujak w sprawie procedury lub
  - b) Pan Marek Krzemiński w sprawie przedmiotu zamówienia;
- Adres e-mail, podano w pkt 3.
12. Postępowanie, którego dotyczy niniejszy dokument oznaczone jest znakiem: ZP.280.5.2019
13. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
14. Zamawiający nie przewiduje zwołania zebrania Wykonawców w rozumieniu ustawy Pzp.
15. Jednocześnie Zamawiający informuje, że przepisy ustawy PZP nie pozwalają na jakikolwiek



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

inny kontakt — zarówno z Zamawiającym jak i osobami uprawnionymi do porozumiewania się z Wykonawcami - niż wskazany w niniejszym rozdziale SIWZ. Oznacza to, że Zamawiający nie będzie reagował na inne formy kontaktowania się z nim, w szczególności na kontakt telefoniczny lub/i osobisty w swojej siedzibie.

### **Rozdział 8**

#### **Wymagania dotyczące wadium**

Zamawiający nie wymaga wniesienia wadium.

### **Rozdział 9**

#### **Termin związania ofertą**

1. Termin związania Wykonawcy złożoną ofertą wynosi 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert ( art.85 ust.5 ustawy PZP)
2. 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.
3. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

### **Rozdział 10**

#### **Opis sposobu przygotowywania ofert**

1. Ofertę należy złożyć wg formularza ofertowego stanowiącego załącznik nr 2 do niniejszej SIWZ.
2. Treść złożonej oferty musi odpowiadać treści SIWZ.
3. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę.
4. Oferta powinna być napisana w języku polskim, na maszynie do pisania, komputerze lub inną trwałą i czytelną techniką oraz podpisana przez osobę(y) upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy na zewnątrz i zaciągania zobowiązań w wysokości odpowiadającej cenie oferty.
5. Oferta i załączniki do oferty (oświadczenia i dokumenty) muszą być podpisane przez upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy.
  - 5.1 W przypadku składania dokumentów w formie kopii, muszą one być poświadczone za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę lub upoważnionego przedstawiciela Wykonawcy;



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

- 5.2 W przypadku podpisywania oferty lub poświadczania za zgodność z oryginałem kopii dokumentów przez osobę upoważnioną, należy do oferty dołączyć stosowne pełnomocnictwo. Pełnomocnictwo powinno być przedstawione w formie oryginału lub poświadczony notarialnie za zgodność z oryginałem kopii.
6. Podpisy, złożone przez Wykonawcę w Formularzu oferty oraz innych formularzach zawartych w SIWZ, powinny być opatrzone czytelnym imieniem i nazwiskiem lub pieczęcią imienną.
  7. Wszystkie formularze zawarte w niniejszej SIWZ, a w szczególności formularz oferty, Wykonawca wypełni ściśle według wskazań zawartych w SIWZ.
  8. Wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie dostaw podwykonawcy (podwykonawcom), winien jest wskazać w ofercie część zamówienia, której Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcom.
  9. Każda zapisana strona oferty powinna być ponumerowana kolejnymi numerami.
  10. Zamawiający zaleca, aby oferta wraz z załącznikami była zestawiona w sposób trwały, np. całą ofertę Wykonawca może zszyć, skleić itp.
  11. Wszelkie poprawki lub zmiany w tekście oferty (w tym załącznikach do oferty) muszą być podpisane własnoręcznie przez osobę podpisującą ofertę.
  12. Wykonawca umieści ofertę w zamkniętej kopercie, która będzie zaadresowana:  
Muzeum II Wojny Światowej  
Plac Władysława Bartoszewskiego 1  
80-862 Gdańsk  
sekretariat
- oraz będzie posiadać następujące oznaczenie:
- „Oferta na przetarg: zorganizowanie kompleksowego najmu powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku. ZP.280.5.2019”*
- Nie otwierać przed datą 08.05.2019 r. godz. 11:00.*
13. Wykonawca umieści na kopercie także swoją nazwę (firmę) oraz adres.
  14. Koperta winna być szczelnie zamknięta w sposób uniemożliwiający zapoznanie się z treścią oferty, przed jej otwarciem.
  15. Zamawiający informuje, iż zgodnie z art. 8 w zw. z art. 96 ust. 3 ustawy PZP oferty składane w postępowaniu o zamówienie publiczne są jawne i podlegają udostępnieniu od chwili ich otwarcia, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jeśli Wykonawca w terminie składania ofert zastrzegł, że nie mogą one być udostępniane i jednocześnie wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

16. Zamawiający zaleca, aby informacje zastrzeżone, jako tajemnica przedsiębiorstwa były przez Wykonawcę złożone w oddzielnej wewnętrznej kopercie z oznakowaniem „tajemnica przedsiębiorstwa”, lub spięte (zszyte) oddzielnie od pozostałych, jawnych elementów oferty. Brak jednoznacznego wskazania, które informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa oznaczać będzie, że wszelkie oświadczenia i zaświadczenia składane w trakcie niniejszego postępowania są jawne bez zastrzeżeń.
17. Wykonawcy ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, z zastrzeżeniem art. 93 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych,
18. Wykonawca może wprowadzić zmiany, poprawki, modyfikacje i uzupełnienia do złożonej oferty pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne powiadomienie o wprowadzeniu zmian, poprawek itp. przed terminem składania ofert.
19. Powiadomienie o wprowadzeniu zmian musi być złożone wg takich samych zasad jak składana oferta, w zamkniętej kopercie, odpowiednio oznakowanej dopiskiem „ZMIANA”.
20. Koperty oznakowane dopiskiem „ZMIANA” zostaną otwarte przy otwieraniu oferty Wykonawcy, który wprowadził zmiany i po stwierdzeniu poprawności procedury dokonania zmian, zostaną dołączone do oferty.
21. Wykonawca ma prawo przed upływem terminu składania ofert wycofać się z postępowania poprzez złożenie pisemnego powiadomienia (wg takich samych zasad jak wprowadzanie zmian) z napisem na kopercie „WYCOFANIE”.
22. Koperty oznakowane w ten sposób będą otwierane w pierwszej kolejności i po stwierdzeniu poprawności postępowania Wykonawca, koperty ofert wycofywanych nie będą otwierane.
23. Oferta winna zawierać: oświadczenia Wykonawcy (wzór oświadczeń stanowi załącznik nr 3 do SIWZ), formularz ofertowy (wzór formularza ofertowego stanowi załącznik nr 2 do SIWZ), dokumenty wskazane w rozdziale 6 SIWZ.
24. Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia. W takim przypadku ich oferta musi spełniać następujące wymagania:
  - 24.1 warunki dotyczące Wykonawcy stosuje się odpowiednio do wykonawców, o których mowa w pkt 24,
  - 24.2 oferta musi być podpisana w taki sposób, by prawnie zobowiązywała wszystkich Wykonawców występujących wspólnie,
  - 24.3 Wykonawcy występujący wspólnie muszą ustanowić pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie niniejszego zamówienia lub do reprezentowania ich w postępowaniu oraz zawarcia umowy o udzielenie przedmiotowego zamówienia publicznego. Umocowanie może wynikać z treści umowy konsorcjum, umowy spółki cywilnej – w takim przypadku umowę należy dołączyć do oferty – lub zostać przedłożone oddzielnie wraz z ofertą.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

**Uwaga:** treść pełnomocnictwa powinna dokładnie określać zakres umocowania.

24.4 wszelka korespondencja oraz uzgodnienia dokonywane będą wyłącznie z pełnomocnikiem,

24.5 wypełniając formularz ofertowy, jak również inne dokumenty powołujące się na „Wykonawcę”, w miejscu „np. nazwa i adres Wykonawcy” należy wpisać dane dotyczące konsorcjum, a nie pełnomocnika konsorcjum.

UWAGA: Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za otwarcie oferty przed terminem w przypadku nieprawidłowego oznaczenia koperty.

### **Rozdział 11**

#### **Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert**

1. Ofertę należy złożyć w zamkniętej kopercie w siedzibie zamawiającego - sekretariat, w terminie najpóźniej do dnia **08.05.2019** r., do godz. **10:45**.

1.1. Kopertę należy zaadresować:

Muzeum II Wojny Światowej  
Plac Władysława Bartoszewskiego 1  
80-862 Gdańsk

**oraz opatrzyć napisem:**

**„Oferta na zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku przy Pl. W. Bartoszewskiego 1  
ZP.280.5.2019**

**Nie otwierać przed, data **08.05.2019** r., godz. 11:00”,**

1.2. Koperta powinna być opatrzona także nazwą i adresem Wykonawcy.

1.3. Oferta złożona po terminie zostanie zwrócona zgodnie z dyspozycjami art. 84 ust.2 ustawy Pzp.

2. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **08.05.2019** r., w siedzibie Zamawiającego przy pl. W. Bartoszewskiego 1 w Gdańsku o godzinie **11.00**. Wykonawcy mogą uczestniczyć w publicznym otwarciu ofert.

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

4. Podczas otwarcia ofert Zamawiający poda nazwy (firmy) oraz adresy Wykonawców, a także informacje dotyczące ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofertach.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

5. Niezwłocznie po otwarciu ofert zamawiający zamieści na stronie [www.muzeum1939.pl](http://www.muzeum1939.pl) informacje dotyczące:
  - a) kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia;
  - b) firm oraz adresów wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie;
  - c) ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofertach.

### **Rozdział 12**

#### **Opis sposobu obliczania ceny**

Zamawiający informuje, że oferowane przez wykonawcę ceny za poszczególne oceniane elementy oferty są cenami ryczałtowymi.

1. Wykonawca określi cenę realizacji zamówienia poprzez wskazanie w Formularzu ofertowym sporządzonym wg wzoru stanowiącego odpowiednie załączniki do SIWZ cen jednostkowych, jeśli są wymagane oraz łącznej ceny ofertowej brutto za realizację przedmiotu zamówienia dla danej części zamówienia.
2. Łączna cena ofertowa brutto powinna uwzględniać wszystkie elementy związane z prawidłową realizacją niniejszego zamówienia z uwzględnieniem wszystkich kosztów, w tym: oferowane upusty itp., zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia.
3. Całkowita cena oferty musi być podana i wyliczona w zaokrągleniu do nie więcej, niż dwóch miejsc po przecinku (zasada zaokrąglenia – poniżej 5 należy końcówkę pominać, powyżej i równe 5 należy zaokrąglić w górę).
4. Cena jednostkowa może być określona z dokładnością nie większą niż dwa miejsca po przecinku.
5. Cena musi być wyrażona w złotych polskich.
6. Niedopuszczalne są żadne negocjacje cenowe.
7. Cena oferty winna zawierać: cenę netto, podatek VAT i cenę brutto.
8. Jeżeli w postępowaniu złożona będzie oferta, której wybór prowadziłyby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług, zamawiający w celu oceny takiej oferty doliczy do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. W takim przypadku Wykonawca, składając ofertę, jest zobligowany poinformować zamawiającego, że wybór jego oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego, wskazując nazwę (rodzaj) towaru / usługi, których dostawa / świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku.
9. Cena podana w ofercie powinna być ceną kompletną, jednoznaczną i ostateczną.





## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

10. Rozliczenie między Zamawiającym a Wykonawcą prowadzone będą w złotych polskich [PLN].

### **Rozdział 13**

#### **Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty**

1. Zamawiający dokona oceny ofert i wyboru oferty najkorzystniejszej na podstawie poniższych kryteriów:

- 1) cena – 60%;
- 2) termin płatności – 40%

2. Sposób oceny ofert dla pierwszego kryterium „cena”:

Dla potrzeb porównania i oceny ofert przyjmuje się, że cenę stanowi:

- 1) Kryterium „Cena” zostanie ocenione na podstawie podanej przez wykonawcę w ofercie łącznej ceny brutto wykonania zamówienia. Ocena punktowa w ramach kryterium ceny zostanie dokonana zgodnie ze wzorem:

$$C = (C_{min}/C_{bad}) * 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

$C_{min}$  – oznacza najniższą zaproponowaną cenę,

$C_{bad}$  – oznacza cenę zaproponowaną w badanej ofercie,

$C$  – oznacza liczbę punktów przyznanych badanej ofercie.

- 2) Kryterium „Termin płatności” pozwala uzyskać maksymalnie 40 punktów. Kryterium „Termin płatności” zostanie ocenione na podstawie podanego przez wykonawcę w ofercie terminu płatności. Termin płatności nie może być krótszy niż 14 dni i nie może być dłuższy niż 30 dni. Ocena punktowa w ramach kryterium „Terminu płatności” zostanie dokonana zgodnie ze wzorem:

$$T = (T_{bad}/T_{max}) * 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

$T_{max}$  – oznacza najdłuższy Termin płatności,

$T_{bad}$  – Termin płatności w badanej ofercie,

$T$  – oznacza liczbę punktów przyznanych badanej ofercie.

Łączna ilość punktów badanej oferty będzie liczona według poniższego wzoru:



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

$$P = C + T$$

P – łączna ilość punktów badanej oferty.

C – ilość punktów badanej oferty w kryterium oceny „Cena”;

T – ilość punktów badanej oferty w kryterium oceny „Termin płatności”;

Za ofertę najkorzystniejszą zostanie uznana ta oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów.

1. Punktacja przyznawana ofertom w poszczególnych kryteriach będzie liczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Najwyższa liczba punktów wyznaczy najkorzystniejszą ofertę.

2. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiadać będzie wszystkim wymaganiom przedstawionym w ustawie PZP, oraz w SIWZ i zostanie oceniona jako najkorzystniejsza w oparciu o podane kryteria wyboru.

3. Jeżeli nie będzie można dokonać wyboru oferty najkorzystniejszej ze względu na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i pozostałych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert dokona wyboru oferty z niższą ceną (art.91 ust. 4 ustawy PZP)

4. Zamawiający **nie przewiduje** przeprowadzenia dogrywki w formie aukcji elektronicznej.

7. 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 pkt 8 dokonywanie jakiegokolwiek zmiany jej w treści.

8. Zamawiający zgodnie z ustawą Pzp poprawia w ofercie:

- oczywiste omyłki pisarskie,
- oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek,
- inne omyłki polegające na niezgodności oferty ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty  
– niezwłocznie zawiadamiając o tym wykonawcę, którego oferta została poprawiona.

9. Zamawiający informuje, że w przypadku poprawienia innej omyłki, o której mowa w art. 87 ust. 2 pkt 3, brak reakcji wykonawcy w terminie 3 dni od dnia doręczenia zawiadomienia o jej poprawieniu, traktowany będzie jako wyrażenie zgody na poprawienie takiej omyłki.

10. Przy poprawianiu oczywistej omyłki rachunkowej Zamawiający będzie stosował się w szczególności do następujących zasad:

a) w przypadku mnożenia cen jednostkowych i liczby jednostek miar: jeżeli obliczona cena nie odpowiada iloczynowi ceny jednostkowej oraz liczby jednostek miar, przyjmuje się że prawidłowo podano liczbę jednostek miar oraz cenę jednostkową;



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

b) w przypadku sumowania cen za poszczególne pozycje zamówienia: jeżeli obliczona cena nie odpowiada sumie cen za pozycje zamówienia, przyjmuje się, że prawidłowo podano ceny za poszczególne pozycje zamówienia.

c) w przypadku obliczania wartości brutto sumowania cen za poszczególne części zamówienia: jeżeli obliczona cena nie odpowiada sumie cen za pozycje zamówienia, przyjmuje się, że prawidłowo podano ceny za poszczególne pozycje zamówienia przy obowiązujących Wykonawcę stawkach VAT.

W przypadku pojawienia się kilku rodzajów błędów w ofercie Zamawiający poprawi błędy w kolejności wskazanej powyżej ze wszystkimi konsekwencjami dla poszczególnych elementów oferty.

### **Rozdział 14**

#### **Informacje o formalnościach, jakie powinny zostać dopełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego**

1. Zamawiający po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty powiadomi o wynikach postępowania wszystkich Wykonawców, którzy ubiegali się o udzielenie zamówienia.
2. Zamawiający powiadomi wybranego Wykonawcę o miejscu i terminie podpisania umowy (dopuszcza się możliwość podpisania umowy drogą korespondencyjną, ale wyłącznie przy zachowaniu terminów wyznaczonych przez Zamawiającego co do dostarczenia przez Wykonawcę podpisanych egzemplarzy umowy do siedziby Zamawiającego).
3. Osoby reprezentujące Wykonawcę przy podpisywaniu umowy powinny posiadać ze sobą dokumenty potwierdzające ich umocowanie do podpisania umowy, o ile umocowanie to nie będzie wynikać z dokumentów załączonych do oferty.
4. W przypadku wyboru oferty Wykonawców ubiegających się o udzielenie zamówienia wspólnie należy dostarczyć przed podpisaniem umowy o udzielenie zamówienia umowę spółki cywilnej lub umowę konsorcjum określającą co najmniej stronę umowy, cel ich wspólnego działania, okres ważności umowy, zakres prac przewidzianych do wykonania przez każdego z członków konsorcjum, sposób odpowiedzialności (za wykonanie umowy wymaga się solidarnej odpowiedzialności wykonawców występujących wspólnie).
5. W przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, uchyla się od zawarcia umowy lub nie wnosi zabezpieczenia należytego wykonania umowy (jeśli jest wymagane), Zamawiający będzie mógł wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzenia ich ponownego badania i oceny chyba, że zachodzą przesłanki, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy PZP.

### **Rozdział 15**

#### **Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy**



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Zamawiający nie wymaga od wykonawcy wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

### **Rozdział 16**

#### **Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego**

Istotne postanowienia w tym dopuszczalne zmiany umowy zostały określone we wzorze umowy, który stanowi załącznik nr 4 do SIWZ

Zgodnie z przepisami ustawy Pzp:

1. Umowa zostanie zawarta w formie pisemnej.
2. Do umowy mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego, jeżeli przepisy ustawy Pzp nie stanowią inaczej.
3. Umowa jest jawna i podlega udostępnieniu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej.
4. Zakres świadczenia Wykonawcy wynikający z umowy jest tożsamy z opisem przedmiotu zamówienia zawartym w SIWZ i ze zobowiązaniem Wykonawcy zawartym w ofercie.

### **Rozdział 17**

#### **Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących wykonawcy w toku postępowania o udzielenie zamówienia**

1. Środki ochrony prawnej przysługują wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych.
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 ustawy Prawo zamówień publicznych.
3. Odwołanie przysługuje wyłącznie od niezgodnej z przepisami ustawy czynności zamawiającego podjętej w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub zaniechania czynności, do której zamawiający jest zobowiązany na podstawie ustawy. W związku z tym, że wartość zamówienia jest mniejsza niż kwoty określonej w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8, odwołanie przysługuje wyłącznie wobec czynności:
  - a. wyboru trybu negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki lub zapytania o cenę;
  - b. określenia warunków udziału w postępowaniu;
  - c. wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia;



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

- d. odrzucenia oferty odwołującego;
  - e. opisu przedmiotu zamówienia;
  - f. wyboru najkorzystniejszej oferty.
4. Odwołanie powinno wskazywać czynność lub zaniechanie czynności zamawiającego, której zarzuca się niezgodność z przepisami ustawy, zawierać zwięzłe przedstawienie zarzutów, określać żądanie oraz wskazywać okoliczności faktyczne i prawne uzasadniające wniesienie odwołania.
  5. Odwołanie wnosi się do Prezesa Izby w formie pisemnej lub w postaci elektronicznej, podpisane bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu lub równoważnego środka, spełniającego wymagania dla tego rodzaju podpisu.
  6. Odwołujący przesyła kopię odwołania zamawiającemu przed upływem terminu do wniesienia odwołania w taki sposób, aby mógł on zapoznać się z jego treścią przed upływem tego terminu. Domniemywa się, iż zamawiający mógł zapoznać się z treścią odwołania przed upływem terminu do jego wniesienia, jeżeli przesłanie jego kopii nastąpiło przed upływem terminu do jego wniesienia przy użyciu środków komunikacji elektronicznej.
  7. Wykonawca może w terminie przewidzianym do wniesienia odwołania poinformować zamawiającego o niezgodnej z przepisami ustawy czynności podjętej przez niego lub zaniechaniu czynności, do której jest on zobowiązany na podstawie ustawy, na które nie przysługuje odwołanie na podstawie art. 180 ust. 2.
  8. W przypadku uznania zasadności przekazanej informacji zamawiający powtarza czynność albo dokonuje czynności zaniechanej, informując o tym wykonawców w sposób przewidziany w ustawie dla tej czynności.
  9. Na czynności, o których mowa w art. 181 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (tj. powtórzenia czynności lub dokonania czynności zaniechanej w przypadku uznania zasadności przekazanej informacji) nie przysługuje odwołanie, z zastrzeżeniem art. 180 ust. 2 ww. ustawy.
  10. Odwołanie wnosi się w terminie 5 dni od dnia przesłania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia.
  11. Odwołanie wobec treści ogłoszenia o zamówieniu, a jeżeli postępowanie jest prowadzone w trybie przetargu nieograniczonego, także wobec postanowień Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, wnosi się w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych lub Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia na stronie internetowej.
  12. Odwołanie wobec czynności innych niż określone w punkcie 10 i 11 wnosi się w terminie 5 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć, wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

13. Szczegółowe zasady wnoszenia środków ochrony prawnej oraz postępowania toczzonego wskutek ich wniesienia określa Dział VI ustawy Prawo zamówień publicznych.

### **XVIII. Klauzula RODO**

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku jako administrator informuje, że:

- administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku z siedzibą w Gdańsku przy pl. Władysława Bartoszewskiego 1;
- inspektorem ochrony danych osobowych w Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku jest Pan Leszek Gieruła, mail: iod@muzeum1939.pl;
- Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego pod nazwą **zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku** prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego;
- odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 8 oraz art. 96 ust. 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 i 2018), dalej „ustawa Pzp” a także przepisów o dostępie do informacji publicznej;
- Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy;
- obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy Pzp, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;
- w odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
- posiada Pani/Pan:
  - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
  - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych \*\*;
  - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO \*\*\*;
  - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;
- nie przysługuje Pani/Panu:
  - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
  - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
  - **na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.**



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

*\*\* Wyjaśnienie: skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników.*

*\*\*\* Wyjaśnienie: prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego.*

### **Wykaz załączników do SIWZ:**

Załącznik 1 do SIWZ Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Załącznik 2 do SIWZ Wzór formularza ofertowego

Załącznik 3 do SIWZ oświadczenie

Załącznik 4 do SIWZ Istotne Postanowienia Umowy

Załącznik 5 do SIWZ Wzór zobowiązania innego podmiotu



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Załącznik numer 1 SIWZ

### **OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

- Najem powierzchni reklamowych typu billboard nie mniejszej niż 50 m<sup>2</sup> na terenie Gdańska, nie dalej jak w promieniu 500 metrów od Dworca Głównego PKP oraz 500 metrów od Dworca Gdańsk Wrzeszcz. Wykonawca zobowiązany jest wykonać projekt graficzny, druk materiałów wraz z montażem i demontażem. Projekt dostarczony przez wykonawcę.
  - Łączna liczba nośników: 6
  - Zasięg: ścisłe centrum Gdańska w promieniu 500 m od dworca Głównego PKP oraz 500 metrów od Dworca Gdańsk Wrzeszcz
  - Czas trwania: 2 miesiące
  - Data pierwszej emisji ( 3 billboardy) : od 7 lipca – 7 sierpnia
  - Data drugiej emisji(3 billboardy): 7 sierpnia – 7 września
  
- Najem powierzchni reklamowych na terenie Gdańska na nośnikach typu Citylight na przystankach komunikacji miejskiej znajdujących się w promieniu 5 km od dworca Głównego PKP. Wykonawca zobowiązany jest wykonać projekt graficzny, druk materiałów wraz z montażem i demontażem. Projekt dostarczony przez wykonawcę.
  - Łączna liczba nośników: 10
  - Zasięg: Na przykład przystanki tramwajowe: Dworzec Główny, Brama Wyżynna, Łostowice Świętokrzyska, Galeria Bałtycka, Śródmieście SKM, Warneńska; Przystanki Autobusowe: Wrzeszcz PKP, Dworzec Główny, Piekarnicza, Jaśkowa Dolina
  - Czas trwania: 2x2 tygodnie
  - Data emisji: pierwsza połowa sierpnia 2019 roku i druga połowa sierpnia 2019 r.
  
- Najem powierzchni reklamowych na słupach reklamowych w postaci opaski/ring plakatów wokół słupa/ w strefie I na terenie Gdańska, Gdyni, Sopotu wraz z usługą oklejenia słupów miejskich
  - Łączna liczba nośników: 40 nośników w tym 20 miejskich słupów na terenie Gdańska, 10 prywatnych słupów w Gdańsku, 5 prywatnych słupów w Sopocie, 5 prywatnych słupów w Gdyni
  - Zasięg: w promieniu 5 km od Dworców Głównych PKP w Gdańsku, Sopocie i Gdyni
  - Czas trwania: 2 tygodnie
  - Data emisji: Ostatni tydzień sierpnia – pierwszy tydzień września 2019





## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

- Najem powierzchni reklamowej typu ekrany LED na terenie Trójmiasta o powierzchni nie mniejszej niż 20m<sup>2</sup> z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec – nie rzadziej niż co 5 minut
  - łączna liczba nośników: 4
  - Zasięg: Dworzec PKP Gdańsk, Centrum Handlowe Oliwa, Centrum Handlowe Manhattan, ul. Władysława IV w Gdyni
  - Czas trwania: 2x2 tygodnie
  - Data emisji: pierwsza połowa sierpnia 2019 roku i druga połowa sierpnia 2019 r.
  
- Najem powierzchni reklamowej na siatce reklamowej – odwrócony trójkąt równoramienny podwieszany pod sufitem w hali odlotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku
  - łączna liczba nośników: 1
  - Zasięg: hala odlotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku
  - Czas trwania: 4 miesiące
  - Data emisji: czerwiec - wrzesień 2019 roku
  
- Najem powierzchni reklamowej na ekranach LED w minimum w 15 pociągach dalekobieżnych jadących w stronę Gdańska z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec
  - łączna liczba nośników: nośniki w 15 pociągach
  - Zasięg: pociągi dalekobieżne jadące w stronę Gdańska
  - Czas trwania: 1 miesiąc
  - Data emisji: sierpień 2019 roku
  
- Kampania promocyjna w postaci emitowania filmu promocyjnego minimum 30 sec w kinie przed seansami przed seansami filmowymi
  - łączna liczba nośników: 2
  - Zasięg: Gdańsk i Gdynia
  - Czas trwania: 14 dni
  - Data emisji: sierpień 2019 roku
  
- Najem powierzchni reklamowej na środkach komunikacji miejskiej – tramwaj. Obrandowanie całego pojazdu
  - łączna liczba nośników: 1
  - Zasięg: pojazd poruszający się po linii prowadzącej przez centrum Gdańska, mijający na swojej trasie Dworzec Główny PKP w Gdańsku
  - Czas trwania: do listopada 2019
  - Data emisji: sierpień 2019 roku



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

- Usługa graficzna w postaci zaprojektowania oraz przygotowania materiałów graficznych na potrzeby przeprowadzenia „Kampanii promocyjnej Muzeum II Wojny Światowej” w tym:
  - przygotowanie projektów graficznych na potrzeby najmu powierzchni reklamowych typu billboard oraz na nośniki typu Citylight;
  - projekt plakatu A3 na słupy reklamowe;
  - projekt graficzny reklamy na ekrany LED na terenie Trójmiasta oraz w pociągach PKP;
  - projekt graficzny reklamy na potrzeby umieszczenia jej na siatce reklamowej – odwrócony trójkąt równoramienny podwieszany pod sufitem;
  - projekt graficzny obrandowania tramwaju;



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Załącznik numer 2 do SIWZ

(pieczęć wykonawcy)

**OFERTA**

Pełna nazwa wykonawcy: \_\_\_\_\_

Siedziba i adres wykonawcy: \_\_\_\_\_

REGON: \_\_\_\_\_ NIP: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Adres e-mail: \_\_\_\_\_

Czy Wykonawca jest małym/średnim przedsiębiorcą **TAK/NIE\***

\*niepotrzebne skreślić

W odpowiedzi na ogłoszenie o wszczęciu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest „zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku”, oferujemy wykonanie ww. przedmiotu zamówienia zgodnie z wymogami Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia („SIWZ”) za cenę:

Pozycja	Cena netto	Cena brutto
Najem powierzchni reklamowych typu billboard nie mniejszej niż 50 m2 na terenie Gdańska, nie dalej jak w promieniu 500 metrów od dworca Głównego PKP oraz 500 m od Dworca PKP Wrzeszcz		
1.Lokalizacja Gdzie:		
2.Lokalizacja Gdzie:		
3.Lokalizacja Gdzie:		
4.Lokalizacja Gdzie:		
5.Lokalizacja Gdzie:		
6.Lokalizacja Gdzie:		



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Najem powierzchni reklamowych na terenie Gdańska na nośnikach typu Citylight na przystankach komunikacji miejskiej znajdujących się w promieniu 5 km od dworca Głównego PKP		
Najem powierzchni reklamowych na słupach reklamowych w postaci opaski/ring plakatów wokół słupa/ w strefie I na terenie Gdańska, Gdyni, Sopotu wraz z usługą oklejenia słupów miejskich		
Najem powierzchni reklamowej typu ekrany LED na terenie Trójmiasta o powierzchni nie mniejszej niż 20m <sup>2</sup> z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec – nie rzadziej niż co 10 minut		
1.Lokalizacja Gdzie:		
2.Lokalizacja Gdzie:		
3.Lokalizacja Gdzie:		
4.Lokalizacja Gdzie:		
Najem powierzchni reklamowej na siatkach-banerach w hali odlotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku		
Najem powierzchni reklamowej na ekranach LED w minimum 15 pociągach dalekobieżnych jadących w stronę Gdańska z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec		



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Kampania promocyjna w postaci emitowania filmu promocyjnego w kinie przed seansami filmowymi		
Najem powierzchni reklamowej na środkach komunikacji miejskiej – tramwaj. Obrandowanie całego pojazdu		
Usługa graficzna w postaci zaprojektowania oraz przygotowania materiałów graficznych na potrzeby przeprowadzenia „Kampanii promocyjnej Muzeum II Wojny Światowej”		
<b>SUMA ŁĄCZNIE</b>		

**łącznie za wszystkie pozycje:**

\_\_\_\_\_ złotych brutto (słownie .....złotych brutto), w tym podatek VAT (.....%).

**Termin płatności:.....dni (minimalny 14/ maksymalny do 30 dni)**

W przypadku nie określenia terminu płatności w sposób jednoznaczny, Zamawiający przyjemnie minimalny termin płatności tj. 14 dni kalendarzowych

**Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia wykazu adresów, wraz z podaniem odległości lokalizacji poszczególnych outdoorów, w celu oceny zgodności treści oferty z treścią SIWZ. W przypadku nie dołączenia wykazu, bądź niezgodności z treścią SIWZ oferta Wykonawcy podlegać będzie odrzuceniu na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy – Pzp. Uwaga. Treści oferty nie można uzupełniać po terminie składania ofert. Wykaz nie jest dokumentem z art. 25, w związku z tym nie podlega uzupełnieniu . Zamiast oddzielnego wykazu Wykonawca żądane dane może wpisać bezpośrednio w powyżej znajdującej się tabeli z wyceną.**



## Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku

### Uwaga:

Jeżeli złożono ofertę, której wybór prowadziłby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług, zamawiający w celu oceny takiej oferty dolicza do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. Wykonawca, składając ofertę, informuje zamawiającego, czy wybór oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego tj. że to Zamawiający a nie Wykonawca będzie zobligowany do rozliczenia podatku VAT w swoim Urzędzie Skarbowym,, wskazując nazwę (rodzaj) towaru lub usługi, których dostawa lub świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku

Ponadto oświadczamy, że:

1. Oświadczam/my, że cena ryczałtowa wskazana dla oferowanej części zamówienia obejmuje cały zakres przedmiotu zamówienia wskazanego przez Zamawiającego w załączniku nr 1 do SIWZ, uwzględnia wszystkie wymagane opłaty i koszty niezbędne do zrealizowania całości przedmiotu zamówienia, bez względu na okoliczności i źródła ich powstania, w tym również koszty usunięcia wad.
2. Oświadczam/y, że zapoznaliśmy się ze SIWZ i nie wnosimy do niej zastrzeżeń oraz zdobyliśmy konieczne informacje do przygotowania oferty.
3. Oświadczam/y, że jesteśmy związani złożoną ofertą przez okres 30 dni - bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
4. Akceptuję/emy przedstawiony w SIWZ wzór umowy i we wskazanym przez Zamawiającego terminie zobowiązujemy się do jej podpisania, na określonych w niej warunkach, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
5. Oświadczam/my, że zapoznaliśmy się ze wszystkimi warunkami zamówienia oraz dokumentami dotyczącymi przedmiotu zamówienia i akceptujemy je bez zastrzeżeń.
6. Oświadczam/my, że w cenie oferty zostały uwzględnione wszystkie koszty wykonania zamówienia i realizacji przyszłego świadczenia umownego. Ponadto w ofercie nie została zastosowana cena dumpingowa i oferta nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji, zgodnie z art. 5-17 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
7. Zostaliśmy poinformowani, że możemy wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i zastrzec w odniesieniu do tych informacji, aby nie były one udostępnione innym uczestnikom postępowania.
8. Oświadczam, że niżej wymienione części niniejszego zamówienia powierzę podwykonawcom:

NIE DOTYCZY/ DOTYCZY*	O ile dotyczy podać zakres - opis części zamówienia, której wykonanie Wykonawca powierzy podwykonawcy/nazwy

\* niepotrzebne skreślić.



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Nie wypełnienie powyższej tabeli spowoduje przyjęcie, iż Wykonawca samodzielnie bez udziału podwykonawców wykona niniejsze zamówienie.

9. Załączniki do oferty, stanowiące jej integralną część:

.....  
.....

Pouczony o odpowiedzialności karnej art. 297 ustawy z dnia 6 czerwca 1997r.- Kodeks karny tj. „**Art. 297. § 1.** Kto, w celu uzyskania dla siebie lub kogo innego, od banku lub jednostki organizacyjnej prowadzącej podobną działalność gospodarczą na podstawie ustawy albo od organu lub instytucji dysponujących środkami publicznymi - kredytu, pożyczki pieniężnej, poręczenia, gwarancji, akredytywy, dotacji, subwencji, potwierdzenia przez bank zobowiązania wynikającego z poręczenia lub z gwarancji lub podobnego świadczenia pieniężnego na określony cel gospodarczy, instrumentu płatniczego **lub zamówienia publicznego**, przedkłada podrobiony, przerobiony, poświadczający nieprawdę albo nierzetelny dokument albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wymienionego wsparcia finansowego, instrumentu płatniczego **lub zamówienia**, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5”, oświadczam, że oferta oraz załączone do niej dokumenty opisują stan prawny i faktyczny aktualny na dzień złożenia oferty.

.....

czytelny podpis (imię i nazwisko)

lub podpis wraz z pieczętką wykonawcy

lub osoby właściwie do tego upoważnionej

.....

miejsowość, data



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Załącznik 3 do SIWZ Wzór oświadczenia

**Oświadczenie wykonawcy**

składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień publicznych (dalej jako: ustawa Pzp),

**DOTYCZĄCE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I**

**PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA**

**MY NIŻEJ PODPISANI**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**działając w imieniu i na rzecz**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*(nazwa (firma) i dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców)*

w postępowaniu o zamówienie publiczne prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego na zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku ZP.280.5.2019 oświadczam, co następuje:

**INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY:**

1. Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez zamawiającego w rozdz. V pkt 1 SIWZ .
2. Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust 1 pkt 12-23 ustawy Pzp.
- 3.

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)





**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. .... ustawy Pzp (podać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 24 ust. 1 pkt 13-14, 16-20 ustawy Pzp). Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 24 ust. 8 ustawy Pzp podjąłem następujące środki naprawcze: .....

.....  
.....

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)

**INFORMACJA W ZWIĄZKU Z POLEGANIEM NA ZASOBACH INNYCH PODMIOTÓW:**

Oświadczam, że w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, określonych przez zamawiającego w rozdz. V pkt 1 ppkt 2 SIWZ, polegam na zasobach następującego/ych podmiotu/ów: ....., w następującym zakresie: .....

.....  
..... (wskazać podmiot i określić odpowiedni zakres dla wskazanego podmiotu).

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODMIOTU, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA:**



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Oświadczam, że w stosunku do następującego/ych podmiotu/tów, na którego/ych zasoby powołuję się w niniejszym postępowaniu, tj.: .....  
(podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG) nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia.

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODWYKONAWCY:**

Oświadczam, że w stosunku do następującego/ych podmiotu/tów, będącego/ych podwykonawcą/ami: .....  
(podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG), nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia.

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)

**OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

..... (miejsowość), dnia ..... r.

.....  
(podpis)



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Załącznik numer 4 do SIWZ

**ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY**

§ 1.

1. Przedmiotem Umowy jest zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowej powierzchni reklamowej dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku w roku 2019 na którą składa się:
  - a. najem powierzchni reklamowych typu billboard nie mniejszej niż 50 m<sup>2</sup> na terenie Gdańska, nie dalej jak w promieniu 500 metrów od dworca Głównego PKP oraz 500 m od Dworca PKP Wrzeszcz
  - b. najem powierzchni reklamowych na terenie Gdańska na nośnikach typu Citylight na przystankach komunikacji miejskiej znajdujących się w promieniu 5 km od dworca Głównego PKP
  - c. najem powierzchni reklamowych na słupach reklamowych w postaci opaski/ring plakatów wokół słupa/ w strefie I na terenie Gdańska, Gdyni, Sopotu wraz z usługą oklejania słupów miejskich
  - d. najem powierzchni reklamowej typu ekrany LED na terenie Trójmiasta o powierzchni nie mniejszej niż 20m<sup>2</sup> z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec – nie rzadziej niż co 10 minut
  - e. najem powierzchni reklamowej na siatkach-banerach w hali odlotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku
  - f. najem powierzchni reklamowej na ekranach LED w minimum 15 pociągach dalekobieżnych jadących w stronę Gdańska z możliwością emitowania spotu reklamowego nie krótszego niż 15 sec
  - g. kampania promocyjna w postaci emitowania filmu promocyjnego w kinie przed seansami przed seansami filmowymi
  - h. najem powierzchni reklamowej na środkach komunikacji miejskiej – tramwaj. Obrandowanie całego pojazdu
  - i. usługa graficzna w postaci zaprojektowania oraz przygotowania materiałów graficznych na potrzeby przeprowadzenia „Kampanii promocyjnej Muzeum II Wojny Światowej”
2. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania Umowy zgodnie ze szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia zawartym w załączniku do Umowy stanowiącym integralną część Umowy.

§ 2.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

1. Wykonawca zobowiązuje się do zaprojektowania graficznego oraz wykonania reklam w oparciu o wytyczne Zamawiającego oraz ich montażu i ekspozycji w okresie kampanii, a po zakończeniu kampanii – do demontażu i utylizacji reklam. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt co najmniej na 7 dni przed jego emisją. W terminie odpowiednim Wykonawca dokona stosownych poprawek w projekcie.
2. Druk i ekspozycja reklam odbywać się będzie na podstawie zamówień składanych przez Zamawiającego, w których Zamawiający określi dokładne terminy emisji oraz miejsca lokalizacji.
3. Wykonawca zobowiązany jest uzgodnić z Zamawiającym miejsce ekspozycji reklam. Reklama może zostać wyemitowana dopiero po uzyskaniu zgody Zamawiającego.
4. Zamawiający zobowiązuje się dostarczyć Wykonawcy brief z wytycznymi oraz materiały potrzebne do stworzenia grafik na potrzeby przeprowadzenia kampanii.
5. Wykonawca oświadcza, że będzie posiadał pełnię praw autorskich w zakresie niezbędnym dla realizacji niniejszej Umowy i jest odpowiedzialny za wszelkie naruszenia w tym zakresie.

### § 3.

1. Łączna wysokość wynagrodzenia Wykonawcy za wykonanie umowy nie przekroczy kwoty \_\_\_\_\_ złotych brutto (słownie: \_\_\_\_\_, 00/100).  
Dla poszczególnych pozycji cena jednostkowa określona jest w ofercie wykonawcy stanowiącej integralną część umowy.
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1, płatne będzie przelewem na konto Wykonawcy, w terminie do ..... dni od dnia otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionych faktur, przy czym za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
3. Podstawą do wystawienia faktur będzie podpisany bez zastrzeżeń, przez upoważnionego pracownika Zamawiającego protokół odbioru potwierdzający należyte wykonanie przedmiotu umowy lub danego zakresu przedmiotu Umowy przez Wykonawcę. Wykonawca będzie wstawiał faktury nie częściej niż jeden raz w miesiącu.
4. Przez otrzymanie faktury, o czym mowa w ust. 2, rozumie się wpływ dokumentu faktury do Sekretariatu Zamawiającego. Wykonawca ma możliwość złożenia ustrukturyzowanych faktur elektronicznych przesłanych za pośrednictwem platformy (ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o elektronicznym fakturowaniu w zamówieniach publicznych, koncesjach na roboty budowlane lub usługi oraz partnerstwie publiczno-prawnym) podając numer NIP Zamawiającego.
5. Wynagrodzenie obejmuje wszystkie koszty związane z graficznym projektem reklam, drukiem i montażem reklamy, a także ekspozycją reklamy w czasie wskazanym w opisie przedmiotu umowy oraz ich demontaż i utylizację.
6. Wynagrodzenie wskazane w ust. 1 pokrywa wszystkie roszczenia Wykonawcy wynikające z wykonania niniejszej umowy.
7. Wykonawca nie może bez zgody Zamawiającego przenieść wierzytelności wynikającej z niniejszej umowy na osoby trzecie.

### § 4.



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

1. W przypadku braku realizacji zamówienia w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie Zamawiający może obciążyć Wykonawcę karą umowną w wysokości odpowiadającej wynagrodzeniu Wykonawcy za niewykonane zamówienie i zlecić dodatkowo wykonanie zlecenia innemu podmiotowi na koszt i ryzyko Wykonawcy.
2. W przypadku nienależytego wykonania zamówienia wynagrodzenie Wykonawcy ulegnie odpowiedniemu obniżeniu.
3. Zapłata kary umownej nie wyłącza prawa Zamawiającego do dochodzenia odszkodowania przenoszącego wysokość zastrzeżonej kary umownej.

### § 5.

1. Umowa obowiązuje od dnia jej zawarcia do dnia 30 listopada 2019 roku.
2. Zamawiający może wypowiedzieć umowę w przypadkach określonych w obowiązujących przepisach prawa oraz w przypadkach określonych w niniejszej umowie.
3. W przypadku niewykonania zamówienia w ustalonym terminie w całości lub części lub nienależytego wykonania zamówienia Zamawiający może wypowiedzieć umowę w trybie natychmiastowym (w całości lub w odpowiedniej części) oraz nałożyć na Wykonawcę karę umowną w wysokości niewykonanej części Umowy i żądać naprawienia szkody.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od Umowy w przypadku wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie Umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia Umowy. Zamawiający może odstąpić od Umowy w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o tych okolicznościach.

### § 6.

1. Strony dopuszczają możliwość zmiany terminu wykonania umowy, zakresu umowy oraz wysokości wynagrodzenia :
  - a) z powodu wystąpienia siły wyższej (katastrofy, klęski żywiołowej, wojny, stanu nadzwyczajnego, itp.), czasowo uniemożliwiającej wykonanie umowy przez Wykonawcę;
  - b) zmian w obowiązujących przepisach prawnych mających zastosowanie do niniejszej umowy,
  - c) z przyczyn zależnych wyłącznie od Zamawiającego,
  - d) w przypadku gdy zmiany są korzystne dla Zamawiającego lub są dokonywane na jego wniosek,
  - e) w przypadku gdy zmiana doprowadzi do zwiększenia efektywności prowadzonej reklamy,
  - f) w przypadku zaproponowania przez Wykonawcę rozwiązań zmniejszających wartość Umowy bez utraty efektywności prowadzonej reklamy.
2. Strony dokonają zmiany w zakresie zmiany terminu realizacji umowy, w sytuacji gdy Zamawiający wystąpi do Wykonawcy o dokonanie zmiany umowy poprzez zmianę terminu realizacji przedmiotu umowy, w związku ze zmianą harmonogramu imprez jakie mają być reklamowane na nośnikach wchodzących w skład umowy .
3. Zmiany postanowień zawartej umowy mogą być dokonywane w zakresie przedłużenia terminu jej wykonania, gdyby wykonanie umowy w terminie w niej określonym stało się niemożliwe z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, przy czym za przyczyny niezależne od Wykonawcy nie



## **Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

uznaje się takich zdarzeń lub okoliczności, które przy uwzględnieniu przedmiotu umowy, powinny być przez Wykonawcę normalnie brane pod uwagę. Okres przedłużenia terminu realizacji umowy będzie odpowiadał maksymalnie okresowi trwania przeszkody w realizacji przedmiotu umowy wynikłej z przyczyn niezależnych od Wykonawcy. 4. Wszelkie zmiany umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

### § 7

1. Wszelkie spory mogące wyniknąć z tytułu umowy rozstrzygane będą przez sąd miejscowo właściwy dla Zamawiającego.
2. Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, w tym dwa dla Zamawiającego.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy powszechnie obowiązującego prawa polskiego.

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

Załącznik nr 5

**Propozycja treści zobowiązania innego podmiotu do oddania do dyspozycji Wykonawcy niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia**

*Uwaga: Zamiast niniejszego Formularza można przedstawić inne dokumenty, w szczególności:*

1. zobowiązanie podmiotu, o którym mowa w art. 22a ust. 2 ustawy Pzp sporządzone w oparciu o własny wzór,
2. inne dokumenty stanowiące dowód, że Wykonawca realizując zamówienie będzie dysponował niezbędnymi zasobami podmiotów w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz, że stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami będzie gwarantował rzeczywisty dostęp do ich zasobów, określające w szczególności:
  - a) zakres dostępnych Wykonawcy zasobów innego 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.

Ja:

.....

(imię i nazwisko osoby upoważnionej do reprezentowania Podmiotu, stanowisko (właściciel, prezes zarządu, członek zarządu, prokurent, pełnomocny reprezentant itp.))

Działając w imieniu i na rzecz:

.....

(nazwa Podmiotu)

Zobowiązuję się do oddania nw. zasobów:

.....

(określenie zasobu – osoby zdolne do wykonania zamówienia)

do dyspozycji Wykonawcy:

.....

(nazwa Wykonawcy)



**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

na potrzeby realizacji zamówienia na: -----[...]------

Oświadczam, iż:

- a) udostępniam Wykonawcy ww. zasoby, w następującym zakresie:

.....

.....

- b) sposób wykorzystania udostępnionych przeze mnie zasobów przy wykonywaniu zamówienia publicznego będzie następujący:

.....

.....

- c) zakres mojego udziału przy wykonywaniu zamówienia publicznego będzie następujący:

.....

.....

- d) okres mojego udziału przy wykonywaniu zamówienia publicznego będzie następujący:

.....

.....

.....  
podpis osoby(osób) uprawnionej(ych)  
do reprezentowania Podmiotu trzeciego

**Oświadczam, że w odniesieniu do warunków dotyczących kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, ww. podmiot/-y na zasoby których polegam, zrealizuje/-ą usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.**





**Zorganizowanie kompleksowego najmu outdoorowych powierzchni reklamowych dla Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku**

....., dnia .....2019 r.

.....  
podpis osoby(osób) uprawnionej(ych)  
do reprezentowania Wykonawcy

