

Luboń, 27.09.2019r.

**OIE.271.2.2019**

Miasto Luboń  
Pl. E. Bojanowskiego 2  
62-030 Luboń

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

Miasto Luboń zwraca się z złożeniem oferty na wykonanie zamówienia, dotyczącego realizacji kompleksowej kampanii informacyjno – promocyjnej zachęcającej do korzystania z niskoemisyjnych form mobilności, skoncentrowanych na środkach transportu miejskiego (autobus) oraz rower.

### **Przedmiot zamówienia**

Zamówienie dotyczy przeprowadzenia kompleksowej kampanii informacyjno – promocyjnej zachęcającej do korzystania z niskoemisyjnych form mobilności, skoncentrowanych na środkach transportu miejskiego (autobus) oraz rower w ramach realizacji projektu pn. *„Kompleksowe przedsięwzięcie w zakresie rozwoju i promocji zrównoważonej mobilności miejskiej w Mieście Luboń z priorytetowym znaczeniem niskoemisyjnych form transportu oraz Inteligentnych Systemów Transportowych”*. Projekt jest realizowany w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2014+, działanie 3.3 „Wspieranie strategii niskoemisyjnych w tym mobilność miejska”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

### **I. Zamawiający:**

Miasto Luboń, Pl. E. Bojanowskiego 2, 62-030 Luboń  
NIP: 777-31-27-031, REGON: 000524619

### **II. Tryb udzielenia zamówienia:**

Postępowanie o udzielenie zamówienia w oparciu o zasadę konkurencyjności, określoną w „Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach EFRR, EFS oraz FS na lata 2014-2020 z dn. 19 lipca 2017 r.” oraz zgodnie z art. 4 pkt. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. 2017 r. poz. 1579).

Zamówienie o wartości szacunkowej nie przekraczającej równowartości kwoty 30.000 euro.

Kody CPV

79342200-5 Usługi w zakresie promocji

### III. Opis przedmiotu zamówienia:

#### Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:

Celem kampanii informacyjno-promocyjnej będzie propagowanie wśród mieszkańców Miasta Luboń korzystania z transportu zbiorowego oraz niezmotoryzowanego indywidualnego jako podstawowego środka przemieszczania się w obrębie aglomeracji. Kampania składać się będzie z następujących elementów:

**1. Konkurs „Do pracy jeżdżę rowerem” (łącznie koszt ..... zł netto, łączny koszt:.....zł brutto)** – uczestnicy konkursu będą logować się w bezpłatnej aplikacji (np. Endomondo), która śledzić będzie odległości przebyte na rowerze w drodze z domu do pracy i odwrotnie. Nagrody w konkursie zostaną ufundowane przez Miasto Luboń. Nagrodą główną będzie rower miejski. **Termin: styczeń – czerwiec 2020.**

- a) Celem zorganizowania konkursu konieczne będzie uruchomienie go w bezpłatnej aplikacji, np. Endomondo. Uczestnik konkursu będzie uruchamiać aplikację w momencie rozpoczęcia drogi do pracy i wyłączać, gdy do niej dotrze.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za uruchomienie i przeprowadzenie w bezpłatnej aplikacji np. Endomondo konkursu, „ Do pracy jeżdżę rowerem”.

Termin: marzec – maj 2020.

Metody promocji konkursu:

- b) **plakaty format A1**, kreda 170 g, 100 szt. wykonanie, dostarczenie i rozwieszenie w wybranych lokalizacjach.: ..... zł netto (rozmieszenie w sklepach, placówkach miejskich, słupach i tablicach ogłoszeniowych), Treść plakatu: informacja o konkursie oraz uruchomieniu stacji roweru miejskiego w Luboniu; promocja niezmotoryzowanych form transportu indywidualnego; Termin: styczeń – czerwiec 2020.

- c) **plakaty format A2**, kreda 170 g, 100 szt. wykonanie, dostarczenie i rozwieszenie w wybranych lokalizacjach.: ..... zł netto (rozmieszenie w szkołach i autobusach miejskich), Treść plakatu: informacja o konkursie oraz uruchomieniu stacji roweru miejskiego w Luboniu; promocja niezmotoryzowanych form transportu indywidualnego; Termin: styczeń – czerwiec 2020.

d) **mini broszurka informacyjna format A6**, 6 stron, 2000 szt., wykonanie i dostarczenie: ..... **zł netto**. Treść broszurki: informacja o konkursie (+ regulamin) oraz o uruchomieniu stacji roweru miejskiego w Luboniu; promocja niezmotoryzowanych form transportu indywidualnego; Termin: styczeń – czerwiec 2020.

e) reklamy w lokalnych mediach prasowych (suma: ..... **zł netto**):

Wieści Lubońskie (miesięcznik) – jednokrotnie na ½ strony tj. ok. 22 x 15 cm (..... **zł netto**) oraz trzykrotnie na ¼ strony tj. ok. 11 x 15 cm (**3 x ..... zł netto = ..... zł netto**); Treść artykułu: informacja o konkursie (+ regulamin) oraz o uruchomieniu stacji roweru miejskiego w Luboniu; promocja niezmotoryzowanych form transportu indywidualnego Termin: styczeń – czerwiec 2020.

f) **reklamy w lokalnych mediach radiowych** (suma: ..... **zł netto**):

(trzydziestosekundowe spoty radiowe nadawane przez dwa tygodnie tuż przed rozpoczęciem konkursu od poniedziałku do piątku w godzinach porannego i popołudniowego szczytu komunikacyjnego tj. 7-10 oraz 15-17) (koszt: ..... **zł netto/emisja w godz. 7-10 x 10 dni = ..... zł netto**; ..... **zł netto/emisja w godz. 15-17 x 10 dni = ..... zł netto**); Treść reklamy: informacja o konkursie oraz o uruchomieniu stacji roweru miejskiego w Luboniu; promocja niezmotoryzowanych form transportu indywidualnego Termin: styczeń – czerwiec 2020.

**2. Akcja społeczna promująca komunikację miejską (łączy koszt ..... zł netto, łączny koszt:.....zł brutto )** – dzięki realizacji projektu Miasto Luboń

będzie mogło zaoferować swoim mieszkańcom nowoczesną i rozbudowaną sieć komunikacyjną, lecz dla uzyskania pożądanego efektu przeprowadzonych działań inwestycyjnych konieczne jest poinformowanie o tym fakcie mieszkańców i odpowiednie wypromowanie jej wśród nich, co umożliwi realizacja poniższych działań:

**Termin: październik- grudzień 2019.**

a) **Mapka sieci komunikacji miejskiej**, która w przejrzysty sposób pokaże, jak najszybciej można dotrzeć do różnych podstawowych punktów docelowych / miejsc na terenie Poznania. Trasy zostaną oznaczone kolorami symbolizującymi szacowany czas przejazdu. Na mapie ukazane zostaną także stacje roweru miejskiego jako nowego alternatywnego środka transportu dostępnego w mieście. Mapa w formie drukowanej, foliowana, wodoodporna; koszt obejmujący projekt graficzny, licencję na

mapę i wydruk to ..... **zł netto** za 5 000,00 egzemplarzy. Termin: październik-grudzień 2019.

Mapki będą dystrybuowane podczas wydarzeń miejskich (akcji społecznych) oraz warsztatów organizowanych w ramach projektu, a także zostaną udostępnione dla mieszkańców w Urzędzie Miasta Luboń, co podane zostanie do informacji publicznej.

**b) Spot promujący komunikację miejską**, który zostanie udostępniony na kanale Miasta Luboń na YouTube oraz na jego profilu na portalu społecznościowym Facebook; 1-minutowy spot będzie wskazywał na zalety korzystania z miejskiej komunikacji zbiorowej - podczas podróży autobusem można wykonywać wiele czynności, które uniemożliwia, zwłaszcza kierowcom, jazda samochodem (czytanie książki, gazety, zabawa z dzieckiem, a także planowane podróże w większej grupie i przypadkowe spotkanie znajomych z miasta i nie tylko, co ułatwia nawiązywanie i utrwalanie więzi społecznym; podkreślony zostanie także aspekt ekonomiczny); całościowy koszt realizacji spotu (obejmujący przygotowanie scenariusza i całościową realizację): ..... **zł netto**; Termin: październik-grudzień 2019.

**c) Artykuły w lokalnych mediach prasowych:**

Wieści Lubońskie (miesięcznik) – jednokrotnie na 1 stronę tekstu (44 x 15 cm) – informacja i promocja systemu komunikacji miejskiej Miasta Luboń ze szczególnym podkreśleniem informacji o nowopowstałej oraz zmodernizowanej w ramach projektu infrastrukturze; propagowanie wśród mieszkańców korzystania z transportu publicznego; ..... **zł netto**; Termin: październik-grudzień 2019.

**d) Plakaty** – materiały tematycznie i wizualnie spójne z całą akcją, promujące transport publiczny; plakaty zostaną rozwieszone w autobusach, szkołach, innych budynkach użyteczności publicznej, a także w gablotach i na słupach ogłoszeniowych; Plakat A1, kreda 170 g, 200 szt. wykonanie, dostarczenie i rozwieszenie w wybranych lokalizacjach.: ..... **zł netto**; Termin: październik-grudzień 2019.

**3. Akcja społeczna „Rower jest spoko” (łącznie koszt ..... zł netto, łączny koszt:.....zł brutto )** – odbiorcami kampanii będą przede wszystkim osoby młode (w

wiek 13–21 lat), które rozpoczynają dopiero dokonywanie samodzielnych wyborów dotyczących środków transportu i sposobu przemieszczania się w granicach miasta i aglomeracji. Kampania uświadaczać będzie młodzieży, że wybór roweru definiuje też styl

życia, pomaga nawiązać nowe przyjaźnie, aktywnie zagospodarować wolny czas. Akcja będzie podzielona na różne grupy odbiorców - tworzona na różny sposób, z użyciem innych rekwizytów i środków przekazu. **Termin: październik- grudzień 2019**

#### **Typy bohaterów – grupy odbiorców:**

- „Ostre koło” – bohaterami akcji jest para hipsterów, którzy wybierają rowery trudne do okiełznania, ale dzięki swojej wytrwałości potrafią nie tylko umiejętnie na nich jeździć, ale także w razie jakichkolwiek usterek, sami poradzić sobie z problemem. Postaci: młoda dziewczyna i chłopak.
- „Holenderka” – bohaterką akcji staje się dziewczyna, która ceni sobie wygodę, a także potrafi tak wyposażyć swój rower, że bez problemu będzie mogła przewozić w nim książki, kurtkę, czy inne rzeczy, które przydają się podczas całodniowych wyjazdów do szkoły, pracy czy wypadów ze znajomymi.
- „BMX” – bohaterami kampanii jest grupa znajomych, którzy swój wolny czas spędzają na doskonaleniu nowych umiejętności i akrobacji na rowerze. Odbiorcami tej kampanii są osoby młode, które lubią sport, a zwykły rower górski wydawał im się trochę za nudny.
- „Góral miejski” – odbiorcami akcji są osoby, które w rowerze upatrują przede wszystkim praktycznego środka lokomocji, który nie wymaga od nich dodatkowego nakładu pracy przy usprawnianiu go, nie ma też pełnić funkcji reprezentatywnych. Akcja kierowana do osób nieprzekonanych do trendów panujących w rowerowym świecie, propagująca korzystanie z roweru jako użytecznego i nierzadko szybszego środka lokomocji niż samochód.

#### **Mechanizm promocyjny**

- a) Spot promocyjny** – każda z wyżej wymienionych grup zostanie zaprezentowana w osobnym spocie. Każdy spot będzie trwał 60 sekund. Będzie udostępniony na miejskim kanale YouTube oraz Facebooku [koszt: przygotowanie scenariuszy dla czterech spotów – ..... **zł netto**, realizacja materiału audiowizualnego (muzyka, lektor, operator kamery, montażysta) – ..... **zł netto**, wynagrodzenie ośmiu aktorów – ..... **zł netto**]; Termin: październik-grudzień 2019.
- b) Plakat wspólny dla czterech typów** – plakat będzie przedstawiać zdjęcia czterech ww. typów rowerzystów i zawierać hasło: „Przekonaj się, kim z nich jesteś”; koszt: przygotowanie projektu, wydruk, rozwieszenie 200 szt. plakatów (format A1, 170 g, kreda mat.): ..... **zł netto**; Termin: październik-grudzień 2019.

**4. Akcja społeczna „Miasteczko ruchu drogowego” (łącznie koszt ..... zł netto,**

**łącznie koszt:.....zł brutto)** – w Luboniu znajduje się miasteczko ruchu drogowego, w którym uczniowie szkół podstawowych uczą się zasad ruchu drogowego, aby jak najbezpieczniej wkroczyli do grona rowerzystów oraz (samodzielnych) pieszych. W ramach działania „miasteczka” planuje się realizację następujących projektów:

**Termin: październik 2019 – maj 2020.**

**Zimowa szkoła jazdy** – zajęcia warsztatowe; uczestnicy uzyskają praktyczną wiedzę w dziedzinie ruchu drogowego i otrzymają materiały edukacyjne, które ją usystematyzują (opracowane przez specjalistów w dziedzinie zasad ruchu drogowego):

**a) mini podręcznik/poradnik** „Jak bezpiecznie poruszać się po Luboniu” – celem publikacji będzie przedstawienie konkretnych miejsc i sytuacji (zwłaszcza o charakterze zagrożeń), z którymi mogą spotkać się rowerzyści oraz piesi poruszający się po Luboniu; publikacja ta posiadać będzie szczególny walor – odniesienia do konkretnego miasta (Lubonia), dzięki czemu ogólne zasady zostaną przełożone na konkretne przykłady oraz miejską rzeczywistość, co pozwoli uczniom lepiej je przyswoić; koszt: opracowanie merytoryczne publikacji: ..... **zł netto**, opracowanie graficzne i fotograficzne publikacji: ..... **zł netto**, wydruk książeczki (40 stron, format A5, 2 000 szt.): ..... **zł netto**; podręcznik będzie przekazywany uczestnikom obu edycji warsztatów oraz rozdawany dzieciom podczas imprez miejskich; Termin: październik-grudzień 2019

**b) warsztaty** (cztery 3-godzinne spotkania, dla 70 osób każde) – uczestnicy zajęć zapoznają się z materiałem merytorycznym zaprezentowanym przez prowadzących, a następnie będą pracować nad konkretnymi zadaniami w grupach; taka forma pozwoli również na ustalenie, z jakimi sytuacjami na drodze najczęściej nie radzą sobie młodzi rowerzyści/piesi oraz przećwiczenie właściwych reakcji w danych sytuacjach; koszt: prowadzenie warsztatów (2 osoby) – ..... **zł netto**/2 osoby, materiały (bloki, długopisy, kredki): ..... **zł netto**, rollup przeznaczony na każde spotkanie w ramach akcji – ..... **zł netto**;

Termin: październik-grudzień 2019

**c) Letnia szkoła jazdy** – warsztaty (cztery 3-godzinne spotkania, dla 70 osób każde) – po zakończeniu pierwszego cyklu spotkań i warsztatów, uczestnicy będą ćwiczyć swoje umiejętności w miasteczku ruchu drogowego; zajęcia zostaną przygotowane przez

strażników Straży Miejskiej oraz specjalistów, którzy uprzednio prowadzić będą spotkania w ramach „Zimowej szkoły jazdy”. Każdy z uczestników będzie brał udział w testach i zadaniach, które będą oceniane i następnie nagrodzone; koszt: prowadzenie warsztatów – ..... **zł netto**/2 osoby, materiały (bloki, długopisy, kredki): ..... **zł netto**; Termin: styczeń– maj 2020.

**d) Zajęcia w plenerze** – celem zajęć ma być zachęcenie młodzieży do korzystania z rowerów; zorganizowane zostaną spotkania z lokalnymi rowerzystami różnych typów:

BMX – zajęcia odbywają się na skateparku, gdzie po pokazie akrobacji rowerzyści pokazują uczestnikom podstawowe umiejętności;

Jazda rekreacyjna – spotkanie odbywa się na Kocich Dołach, gdzie uczestnicy mogą porozmawiać z aktywnymi rowerzystami Lubonia, którzy zaprezentują odpowiedni strój, oznakowanie roweru, a także omówią zagrożenia, jakie mogą spotkać rowerzystów podczas rekreacyjnych wycieczek.

(koszt: pokaz jazdy BMX – ..... **zł netto**/2 osoby; pokaz/spotkanie z rowerzystami rekreacyjnymi: ..... **zł netto**/5 osób). Termin: styczeń – maj 2020

**5. Tablice informacyjne, naklejki na szybę autobusów, naklejki informacyjne** (łącznie koszt ..... zł netto, łączny koszt:.....zł brutto )

- 2 sztuki tablice dwustronne o wymiarach: 120x180 cm, wolnostojące, wykonanie i montaż ..... zł/sztuka (..... **zł netto**);
  - Konstrukcja planszy: wykonana z profilu stalowego zamkniętego 30x30x2 spawana,
  - Poszycie planszy :blacha stalowa ocynkowana 0,7mm,
  - Grafika: druk pełnokolorowy solwentowy na folii winylowej, laminowany folią UV mat,
  - Nogi: .2 szt. wykonane z profilu 80x40x2
  - Fundament: betonowy wylewany na mokro w miejscu wskazanym, 15 litrów na nogę
  - Całość konstrukcji malowana farbą podkładową aluminiową antykorozyjną, oraz 2x farbą nawierzchniową w kolorze grafit,
  - Wysokość dolnej krawędzi planszy nad poziom terenu 1,5-2,0m.
  - Opracowanie projektu graficznego tablicy informacyjnej, projekt wymaga akceptacji Zamawiającego
  - Wykonanie, montaż na terenie miasta Luboń
- Naklejki na tylną szybę autobusów (wym. min. 80x120 cm) – 4 sztuki – ..... **zł netto**;
- Naklejki informacyjne (wym. 10x15cm) (suma: 50 szt., koszt: ..... **zł netto**):

**Termin: styczeń – maj 2020**

Tablice wolnostojące i naklejki muszą zawierać następujące treści:

- nazwę Beneficjenta: Miasto Luboń,
- tytuł projektu: „Kompleksowe przedsięwzięcie w zakresie rozwoju i promocji zrównoważonej mobilności miejskiej w Mieście Luboń z priorytetowym znaczeniem niskoemisyjnych form transportu oraz Inteligentnych Systemów Transportowych”.
- cel projektu: „Celem projektu jest rozwój czystych, bezpiecznych i funkcjonalnych form transportu publicznego oraz niezmotywowanego transportu indywidualnego”.
- nazwa beneficjenta: Miasto Luboń
- znak FE, barwy RP, znak UE oraz herb województwa, adres portalu [www.mapadotacji.gov.pl](http://www.mapadotacji.gov.pl)

Wszelkie publikacje drukowane (plakaty, mapki, broszury, itp.) muszą zawierać oznaczenie o dofinansowaniu projektu zgodnie z wytycznymi, znajdującymi się na stronie internetowej:

<http://wrpo.wielkopolskie.pl/realizuje-projekt/poznan-zasady-promowania-projektu-2>, w tym. m.in. Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020 (KIW), Karta Wizualizacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020, Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji.

Wykonawca przed wykonaniem poszczególnych zadań, składających się na przedmiot umowy opracuje i przedstawi Zamawiającemu w celu akceptacji treść oraz projekt graficzny przedmiotu zamówienia. Projekt, o których mowa, zapisany w plikach PDF zostanie przekazane Zamawiającemu pocztą elektroniczną na adres emailowy wskazany w zawartej umowie.

Uwaga: W przypadku zgłoszenia uwag lub zastrzeżeń do przedłożonych dokumentów przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do ich uwzględnienia i ponownego przedłożenia poprawionych najpóźniej do 3 dnia od otrzymania uwag. Ostateczne wersje projektów graficznych każdego z elementów wchodzących w skład zadania, Wykonawca przekazuje Zamawiającemu w formie edytowalnych projektów graficznych w formacie pdf i eps.

**Elementem obligatoryjnym prowadzonej kampanii informacyjnej jest dokumentowanie wszystkich realizowanych w ramach kampanii działań.** Wykonawca dostarczy Zamawiającemu

- dokumentację fotograficzną oraz listy obecności uczestników następujących wydarzeń: Zimowa szkoła jazdy, Letnia szkoła jazdy i zajęcia w plenerze.
- kopie czasopism, w których ukażą się ogłoszenia prasowe.
- raport z godzin emisji spotów reklamowych w radio.



#### IV. Termin wykonania zamówienia:

Przedmiot zamówienia będzie realizowany w okresie **od dnia zawarcia umowy do dnia 30.06.2020 r.**, z podziałem na etapy realizacji poszczególnych elementów zamówienia.

1. Konkurs „Do pracy jeżdżę rowerem”

Termin realizacji: 01.01.2020r. - 30.06.2020r.

2. Akcja społeczna promująca komunikację miejską

Termin realizacji: od podpisania umowy do 31.12.2019r.

3. Akcja społeczna „Rower jest spoko”

Termin realizacji: od podpisania umowy do 31.12.2019r.

4. Akcja społeczna „Miasteczko ruchu drogowego”

Termin realizacji: od podpisania umowy do 31.05.2020r.

5. Tablice informacyjne, naklejki na szybę autobusów, naklejki informacyjne

Termin realizacji: 01.01.2020r. - 30.06.2020r.

#### V. Istotne warunki Umowy:

1. Zamawiający zobowiązuje się do dostarczenia Wykonawcy wymaganych treści opisowych oraz wszelkich oznaczeń graficznych, które zostaną umieszczone na wytworzonych elementach informacyjno– promocyjnych stanowiących przedmiot zamówienia.
2. Szczegółowe warunki realizacji zamówienia określa projekt umowy, stanowiący załącznik do Zapytania ofertowego – **załącznik nr 2**
3. Zamawiający przewiduje możliwość dokonania zmian postanowień Umowy w stosunku do treści Oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy, w zakresie terminu wykonania przedmiotu Umowy, za obopólną zgodą stron, w przypadku wystąpienia co najmniej jednej z okoliczności wymienionych poniżej:
  - a) działania siły wyższej (np. wystąpienia zdarzenia losowego wywołanego przez czynniki zewnętrzne, którego zaistnienia lub skutków nie można było przewidzieć przy zachowaniu należytej staranności, w szczególności zagrażającego bezpośrednio życiu lub zdrowiu ludzi lub grożącego powstaniem szkody w znacznych rozmiarach);

- b) wystąpienia opóźnień wynikających z okoliczności niezależnych od Wykonawcy, które ujawniły się podczas prac związanych z realizacją przedmiotu Umowy lub których skutków Strony nie były w stanie zminimalizować, pomimo zachowania należytej staranności.
4. W przypadku wystąpienia co najmniej jednej z okoliczności wymienionej w pkt 3 - termin umowy ulegnie przedłużeniu o czas niezbędny do zakończenia wykonywania przedmiotu Umowy, jednak nie dłuższy niż przewidywany czas trwania przeszkody.
  5. Zmiana terminu realizacji Umowy nie powoduje zmiany wynagrodzenia Wykonawcy.
  6. Wniosek o zmianę terminu umownego Wykonawca winien skierować do Zamawiającego na piśmie, ze stosownym uzasadnieniem i wskazaniem okoliczności, o których mowa w pkt 3.
  7. Zamawiający przewiduje możliwość dokonania zmian postanowień Umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonany został wybór Wykonawcy, w zakresie wynagrodzenia Wykonawcy, za obopólną zgodą stron, w przypadku zmiany ustawowej stawki podatku VAT.
  8. Strony wprowadzają następujące zasady wprowadzenia zmian, o których mowa w pkt.7:
    - a) wynagrodzenie Wykonawcy może zostać zmienione na pisemny wniosek Zamawiającego lub Wykonawcy, zawierający w szczególności wyliczenie wynagrodzenia należnego Wykonawcy w związku ze zmianą stawki podatku VAT oraz wykazanie, wraz z załączeniem dowodów, wpływu zmiany na koszty wykonywania zamówienia przez Wykonawcę,
    - b) kwota, o jaką może zostać zmienione wynagrodzenie, nie może być wyższa niż wynikająca ze zmiany przepisów prawa. Wartość wynagrodzenia umownego brutto Wykonawcy może ulec zmianie o kwotę równą różnicy w kwocie podatku VAT, jednakże wyłącznie co do części wynagrodzenia za usługi, których do dnia wejścia w życie zmian jeszcze nie wykonano.
  9. W przypadku zmiany powszechnie obowiązującego prawa - w zakresie mającym wpływ na realizację obowiązków umownych - Zamawiający dopuszcza zmianę treści Umowy w zakresie obustronnie uzgodnionym, zmierzającym do uzyskania zgodności zapisów Umowy z obowiązującym prawem.
  10. W przypadku zmian organizacyjnych u Wykonawcy lub Zamawiającego, w tym również związanych z następstwem prawnym podmiotów, Zamawiający dopuszcza zmianę treści Umowy w tym przedmiocie.
  11. Wykonawca ma obowiązek zapoznać się i postępować zgodnie z wytycznymi dotyczącymi Informacji i Promocji dostępnymi pod adresem: [www.wrpo.wielkopolskie.pl](http://www.wrpo.wielkopolskie.pl) w zakładkach (Realizuję projekt/Poznaj zasady promowania projektu).

12. Wszelkie zmiany treści Umowy wymagają formy pisemnej, pod rygorem nieważności.

#### VI. Warunki udziału Wykonawcy uprawniające do złożenia oferty.

1. Zamawiający nie stawia żadnych warunków udziału w postępowaniu ofertowym.

#### VII. Kryteria oceny oferty.

1. Kryterium wyboru oferty jest łączna cena ofertowa brutto w PLN (cena – 100%).
2. W trakcie oceny każdej ofercie przyznane zostaną punkty dla kryterium cena, według wzoru:  $C = (C_{\min} / C_{\text{oferta}}) \times 100$  pkt.  
gdzie:  $C_{\min}$  oznacza najniższą cenę zaoferowaną w postępowaniu,  
 $C_{\text{oferta}}$  oznacza cenę badanej oferty.
3. Ofertą najkorzystniejszą będzie oferta z najniższą ceną, spełniająca wymagania Zamawiającego.

#### VIII. Opis sposobu przygotowania oferty, termin związania ofertą:

1. Oferta musi być złożona w nieprzezroczystej kopercie, zamkniętej w sposób gwarantujący zachowanie poufności jej treści oraz zabezpieczającej jej nienaruszalność do terminu otwarcia ofert.
2. Koperta musi być opisana w następujący sposób:

Oferta na przeprowadzenia kompleksowej kampanii informacyjno – promocyjnej w ramach projektu pn. „*Kompleksowe przedsięwzięcie w zakresie rozwoju i promocji zrównoważonej mobilności miejskiej w Mieście Luboń z priorytetowym znaczeniem niskoemisyjnych form transportu oraz Inteligentnych Systemów Transportowych*”.

**Nie otwierać przed dniem 7 października 2019 r., godz. 10:00**  
z dopiskiem: Promocja Miasta

3. Oferta musi zostać sporządzona w języku polskim, trwałą i czytelną techniką.
4. Oferta musi obejmować całość zamówienia, określonego przez Zamawiającego. W cenę oferty należy wliczyć wszystkie koszty wykonania zamówienia. Wykonawca jest zobowiązany do podania ceny brutto (do dwóch miejsc po przecinku) usługi, będącej przedmiotem zamówienia, uwzględniającej obowiązujący podatek VAT.

5. Oferta powinna być przygotowana na formularzu oferty – zgodnie z **załącznikiem nr 1** do Zapytania ofertowego.
6. Oferta oraz wszystkie jej załączniki powinny zostać podpisane przez osobę uprawnioną do reprezentowania Wykonawcy. Jeśli oferta wraz załącznikami zostanie podpisana przez osobę upoważnioną przez Wykonawcę, należy przedłożyć właściwe pełnomocnictwo.
7. Wszystkie strony oferty wraz z załącznikami powinny zostać trwale spięte.
8. Wykonawca pozostaje związany ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu złożenia oferty.
9. W przypadku przesłania dokumentów na adres emailowy Zamawiającego, konieczne jest podpisanie dokumentów, o których mowa w pkt. 5-6 oraz ich zeskanowanie.

#### **IX. Miejsce i termin złożenia oferty:**

1. Pisemną ofertę należy złożyć w Biurze Obsługi Interesanta Urzędu Miasta Luboń, plac E. Bojanowskiego 2, w terminie 7 październik 2019, do godz. 10.00.  
Dopuszcza się złożenie oferty w formie elektronicznej na adres: [angelika.stefaniak@umlubon.pl](mailto:angelika.stefaniak@umlubon.pl) do dnia 7 październik 2019, do godz. 10.00.
2. Oferta otrzymana po upływie terminu składania ofert zostanie zwrócona Wykonawcy bez otwierania i nie będzie podlegała procesowi oceny.

#### **X. Przesłanki unieważnienia zapytania ofertowego:**

1. Zamawiający może unieważnić procedurę zapytania ofertowego bez dokonania wyboru najkorzystniejszej oferty, w przypadku gdy:
  - nie złożono żadnej oferty spełniającej wymogi Zamawiającego,
  - cena najkorzystniejszej oferty przewyższa kwotę, którą Zamawiający może przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia,
  - wystąpiła istotna zmiana okoliczności powodująca, że prowadzenie postępowania lub wykonanie nie leży w interesie Zamawiającego,
  - postępowanie obarczone jest wadą uniemożliwiającą zawarcie ważnej umowy.

#### **XI. Inne postanowienia:**

1. W toku oceny Zamawiający może wystąpić do Wykonawców o udzielenie wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert oraz uzupełnienie dokumentów.

2. Jeżeli zaoferowana cena lub jej istotne części składowe, wydają się rażąco niskie w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzą wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający może zwrócić się o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenie dowodów, dot. wyliczenia ceny.
3. Nie dopuszcza się składania ofert częściowych oraz wariantowych.
4. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
5. W celu uniknięcia konfliktu interesów, zamówienie nie może być udzielone podmiotom powiązanim osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym. Informacja o zakresie wykluczenia znajduje się w *Oświadczeniu Wykonawcy o braku powiązań kapitałowych lub osobowych* stanowiącym **Załącznik nr 3** do zapytania ofertowego.
6. Zastrzega się możliwość odwołania postępowania ofertowego bez podania przyczyny.
7. Informacji na temat zapytania ofertowego udziela, od poniedziałku do piątku, w godzinach od 7:30 do 15:30 **Angelika Stefaniak**, e-mail: [angelika.stefaniak@umlubon.pl](mailto:angelika.stefaniak@umlubon.pl) tel. 61 813 00 11 w. 12, lub: 697-630-628

#### **Załączniki:**

- **Załącznik nr 1** – Formularz ofertowy Wykonawcy.
- **Załącznik nr 2** – Projekt umowy.
- **Załącznik nr 3** - Oświadczenie Wykonawcy o braku powiązań kapitałowych lub osobowych.