

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia

ZAMAWIAJĄCY:

**Gmina Miasto Szczecin, Biuro Promocji i Informacji Urzędu Miasta Szczecin,
Pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin**

**ZAPRASZA DO ZŁOŻENIA OFERTY W POSTĘPOWANIU PROWADZONYM W
TRYBIE**

NEGOCJACJI Z OGŁOSZENIEM

**O WARTOŚCI ZAMÓWIENIA POWYŻEJ 60 000 EURO ALE MNIEJSZEJ OD KWOT
OKREŚLONYCH W PRZEPISACH WYDANYCH NA PODSTAWIE ART. 11 UST. 8
NA:**

„Opracowanie długoterminowej strategii zarządzania marką Szczecin wraz ze skatalogowaniem systemu identyfikacji wizualnej marki i elementów komunikacji wizerunkowej”

SPIS TREŚCI:

Rozdział I	Forma oferty;
Rozdział II	Zmiana, wycofanie i zwrot oferty;
Rozdział III	Oferty wspólne;
Rozdział IV	Jawność postępowania;
Rozdział V	Dokumenty wymagane w ofercie;
Rozdział VI	Termin wykonania zamówienia;
Rozdział VII	Wyjaśnienia treści siwz i jej modyfikacja oraz sposób porozumiewania się wykonawców z zamawiającym;
Rozdział VIII	Sposób obliczenia ceny oferty;
Rozdział IX	Składanie i otwarcie ofert;
Rozdział X	Wybór najkorzystniejszej oferty;
Rozdział XI	Zawarcie umowy;
Rozdział XII	Pouczenie o środkach ochrony prawnej;
Rozdział XIII	Opis przedmiotu zamówienia.

Załączniki:

Załącznik nr 1 – formularz oferty;

Podstawa prawna: Ustawa z dnia 29.01.2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2004r. nr 19, poz. 177 ze zm.), zwana dalej ustawą.

ROZDZIAŁ I Forma oferty

1. Na ofertę składają się: formularz oferty oraz wszystkie pozostałe wymagane dokumenty zgodnie z rozdziałem V niniejszej specyfikacji istotnych warunków zamówienia (siwz).
2. Wykonawcy sporządzą oferty zgodnie z wymaganiami siwz.
3. Oferta musi być sporządzona na formularzu oferty, według wzoru stanowiącego **załącznik nr 1** do siwz.
4. Oferta musi być sporządzona w języku polskim, na maszynie do pisania, komputerze lub ręcznie długopisem. Oferty nieczytelne zostaną odrzucone.
5. Oferta musi być podpisana przez osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu wykonawcy. Upoważnienie do podpisania oferty musi być dołączone do oferty, o ile nie wynika ono z innych dokumentów załączonych przez wykonawcę.
6. W przypadku, gdy wykonawca składa kopię jakiegoś dokumentu, musi być ona poświadczona za zgodność z oryginałem przez wykonawcę (wykonawca na każdej zapisanej stronie kserokopii składa własnoręczny podpis poprzedzony dopiskiem „za zgodność”). Jeżeli do reprezentowania wykonawcy upoważnione są łącznie dwie lub więcej osób, kopie dokumentów muszą być potwierdzone za zgodność z oryginałem przez te osoby.
7. Jeżeli któryś z wymaganych dokumentów składanych przez wykonawcę jest sporządzony w języku obcym dokument taki należy złożyć wraz z tłumaczeniem na język polski poświadczonym przez wykonawcę. Dokumenty sporządzone w języku obcym bez wymaganych tłumaczeń nie będą brane pod uwagę.
8. Zaleca się, aby wszystkie strony oferty wstępnej były ponumerowane. Ponadto, wszelkie miejsca, w których wykonawca naniósł zmiany, muszą być przez niego parafowane.
9. Wykonawca składa tylko jedną ofertę.
10. Oferta musi obejmować całość zamówienia, nie dopuszcza się składania ofert częściowych.
11. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
12. Zaleca się, aby wykonawca zamieścił ofertę w zewnętrznej i wewnętrznej kopercie z tym, że:
 - 1) zewnętrzna koperta powinna być:
 - a) zaadresowana na zamawiającego:
Gmina Miasto Szczecin, Biuro Promocji i Informacji Urzędu Miasta Szczecin, Pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin
 - b) zawierać oznaczenie:
"oferta na „Opracowanie długoterminowej strategii zarządzania marką Szczecin wraz ze skatalogowaniem systemu identyfikacji wizualnej marki i elementów komunikacji wizerunkowej” - bez nazwy i pieczętki wykonawcy;
 - 2) koperta wewnętrzna powinna zawierać ofertę i być zaadresowana na wykonawcę, tak aby można było odesłać ofertę w przypadku jej wpłynięcia po terminie.

ROZDZIAŁ II Zmiana, wycofanie i zwrot oferty

1. Wykonawca może wprowadzić zmiany oraz wycofać złożoną przez siebie ofertę przed terminem składania ofert.
 - 1) w przypadku wycofania oferty, wykonawca składa pisemne oświadczenie, że swoją ofertę wycofuje, w zamkniętej kopercie zaadresowanej jak w rozdziale I pkt 12 ppkt 1) z dopiskiem „wycofanie”.

- 2) w przypadku zmiany oferty, wykonawca składa pisemne oświadczenie, iż swoją ofertę zmienia, określając zakres i rodzaj tych zmian a jeśli oświadczenie o zmianie pociąga za sobą konieczność wymiany czy też przedłożenia nowych dokumentów – wykonawca winien dokumenty te złożyć .
Powyższe oświadczenie i ew. dokumenty należy zamieścić w zamkniętej kopercie wewnętrznej i zewnętrznej, oznaczonych jak w rozdziale I pkt 12 ppkt 1) i 2) przy czym koperta zewnętrzna powinna mieć dopisek „zmiany”.
2. Wykonawca nie może wprowadzić zmian do oferty oraz wycofać jej po upływie terminu składania ofert.
3. Oferty złożone po terminie składania zamawiający zwraca wykonawcom bez otwierania, po upływie terminu do wniesienia protestu.

ROZDZIAŁ III Oferty wspólne

1. Oferta wspólna, składana przez dwóch lub więcej wykonawców, powinna spełniać następujące wymagania:
 - 1) oferta wspólna powinna być sporządzona zgodnie z siwz;
 - 2) dokumenty w imieniu wszystkich wykonawców składających ofertę składa ustanowiony przez wykonawców pełnomocnik,
2. Przed podpisaniem umowy (w przypadku wygrania postępowania) wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia będą mieli obowiązek przedstawić zamawiającemu umowę konsorcjum, zawierającą, co najmniej:
 - 1) zobowiązanie do realizacji wspólnego przedsięwzięcia gospodarczego obejmującego swoim zakresem realizację przedmiotu zamówienia,
 - 2) określenie zakresu działania poszczególnych stron umowy,
 - 3) czas obowiązywania umowy, który nie może być krótszy, niż okres obejmujący realizację zamówienia.

ROZDZIAŁ IV Jawność postępowania

1. Zamawiający prowadzi protokół postępowania.
2. Protokół postępowania wraz z załącznikami jest jawny. Załączniki do protokołu takie jak opinie biegłych, oświadczenia, informacje, zawiadomienia, wnioski, inne dokumenty i informacje składane przez zamawiającego i wykonawców udostępnia się po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty lub unieważnieniu postępowania. Oferty są jawne od chwili ich otwarcia.
3. Nie ujawnia się informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jeżeli wykonawca, nie później niż w terminie składania ofert, zastrzegł, że nie mogą one być udostępniane.
4. W przypadku zastrzeżenia informacji wykonawca ma obowiązek wydzielić z oferty informacje stanowiące tajemnicę jego przedsiębiorstwa i oznaczyć je klauzulą „nie udostępniać, informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. nr 153, poz. 1503 z późniejszymi zmianami)”.
5. W sytuacji, gdy wykonawca zastrzeże w ofercie informacje, które nie stanowią tajemnicy przedsiębiorstwa lub są jawne na podstawie przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych

lub odrębnych przepisów, informacje te będą podlegały udostępnieniu na takich samych zasadach, jak pozostałe niezastrzeżone dokumenty.

ROZDZIAŁ V Dokumenty wymagane w ofercie.

1. Wykonawcy mają dołączyć do oferty następujące dokumenty:
 - 1) **formularz oferty** zgodnie z Rozdziałem I pkt 3 siwz;
 - 2) **„Koncepcję opracowania strategii marki Miasta Szczecin” zawierającą:**
 - a) ostateczną, szczegółową propozycję realizacji zadań zawartych w opisie przedmiotu zamówienia, w tym opis metodologii i procedur dla poszczególnych etapów projektu,
 - b) harmonogram uwzględniający terminy zakończenia poszczególnych etapów prac, a także ostatecznego zakończenia realizacji zadania, nie później niż 15 grudnia 2007 roku,
 - c) projekt zasad współpracy, wymiany informacji, akceptacji i zatwierdzeń na poszczególnych etapach realizacji zadania, w tym przewidywaną liczbę spotkań konsultacyjnych u zamawiającego,
 - d) koncepcję działań Public Relations w trakcie prowadzenia projektu, towarzyszących realizacji zadania, wskazanie zespołu projektowego ze strony wykonawcy, wraz z opisem doświadczeń poszczególnych członków zespołu oraz wskazaniem osób uczestniczących w każdym z etapów prac objętych zamówieniem.
2. Oferty, które nie będą zawierały dokumentów, o których mowa w pkt 1 zostaną odrzucone na podstawie art. 89 ust 1 pkt 2) ustawy.

ROZDZIAŁ VI Termin wykonania zamówienia

1. Termin wykonania zamówienia nie może być dłuższy niż 4 miesiące (120 dni kalendarzowych) od dnia podpisania umowy.
2. Wykonawca w ofercie podaje czas wykonania zamówienia określony w dniach kalendarzowych. Termin ten podlegać będzie ocenie zgodnie z kryteriami oceny ofert.

ROZDZIAŁ VII Wyjaśnienia treści SIWZ i jej modyfikacja oraz sposób porozumiewania się wykonawców z zamawiającym

1. Zamawiający urzęduje w następujących dniach (pracujących) i godzinach:
poniedziałki – od 9.00 do 17.00;
wtorki-piątki – od 7.30 do 15.30.
2. Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje zamawiający i wykonawca przekazują **pisemnie**, z zastrzeżeniem pkt 3.
3. Zamawiający dopuszcza porozumiewanie się za pomocą **faksu** lub **drogi elektronicznej**, przy przekazywaniu następujących dokumentów:
 - 1) pytania i wyjaśnienia dotyczące treści siwz,
 - 2) modyfikacje treści siwz,
 - 3) wniosek o wyjaśnienie i wyjaśnienie treści oferty,
 - 4) informacja o poprawieniu oczywistych omyłek pisarskich oraz omyłek rachunkowych w obliczeniu ceny,

- 5) oświadczenie wykonawcy w kwestii wyrażenia zgody na poprawienie omyłek rachunkowych,
 - 6) wniosek zamawiającego o wyrażenie zgody na przedłużenie terminu związania ofertą oraz odpowiedź wykonawcy,
 - 7) zawiadomienie o wyborze najkorzystniejszej oferty, oraz o wykonawcach, których oferty zostały odrzucone,
 - 8) zawiadomienie o unieważnieniu postępowania.
4. Jeżeli zamawiający lub wykonawca przekazują oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje faksem lub drogą elektroniczną, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.
 5. Korespondencja przesłana za pomocą faksu lub drogą elektroniczną po godzinach urzędowania zostanie zarejestrowana w następnym dniu pracy zamawiającego i uznana za wniesioną z datą tego dnia.
 6. Postępowanie odbywa się w języku polskim w związku z czym wszelkie pisma, dokumenty, oświadczenia itp. składane w trakcie postępowania między zamawiającym a wykonawcami muszą być sporządzone w języku polskim.
 7. Adres do korespondencji jest zamieszczony na pierwszej stronie niniejszej siwz. Zamawiający wymaga, aby wszelkie pisma związane z postępowaniem były kierowane wyłącznie na ten adres.
 8. Zamawiający nie zamierza zwoływać zebrania wykonawców.
 9. Osobą uprawnioną do bezpośredniego kontaktowania się z wykonawcami jest p. **Krzysztof Adamski** tel. (091) 424 58 39 w godz. 10.00 – 15.00, fax (091) 424 58 75 (czynny całą dobę), e-mail: kadamski@um.szczecin.pl
 10. Wykonawca może zwrócić się do zamawiającego o wyjaśnienie treści siwz. Zamawiający udzieli niezwłocznie wyjaśnień, chyba że prośba o wyjaśnienie treści siwz wpłynie do niego **na mniej niż 6 dni przed terminem składania ofert**.
 11. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami zamawiający przekazuje wykonawcom, którym przekazał siwz bez ujawniania źródła zapytania.
 12. W szczególnie uzasadnionych przypadkach zamawiający może w każdym czasie przed upływem terminu do składania ofert zmodyfikować treść siwz. Dokonaną w ten sposób modyfikację przekazuje się niezwłocznie wszystkim wykonawcom, którym przekazano siwz.
 13. Zamawiający przedłuży termin składania ofert, jeżeli w wyniku modyfikacji treści siwz niezbędny jest dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach. O przedłużeniu terminu składania ofert zamawiający niezwłocznie zawiadomi wszystkich wykonawców, którym przekazano siwz.

ROZDZIAŁ VIII Sposób obliczenia ceny oferty

1. Cena oferty powinna obejmować wszystkie czynniki wpływające na jej wysokość w tym: podatek VAT, wszystkie ewentualne upusty i rabaty, pełen zakres prac niezbędnych do wykonania zamówienia, wynikający z opisu przedmiotu zamówienia.
2. Rozliczenia między zamawiającym a wykonawcą będą prowadzone w walucie PLN.
3. Cena oferty musi być wyrażona w złotych polskich niezależnie od wchodzących w jej skład elementów. Tak obliczona cena będzie brana pod uwagę przez komisję przetargową w trakcie wyboru najkorzystniejszej oferty.

4. Zastosowanie przez wykonawcę stawki podatku VAT od towarów i usług niezgodnej z obowiązującymi przepisami spowoduje odrzucenie oferty.
5. Błąd rachunkowy w obliczeniu ceny, którego nie można poprawić na podstawie art. 88 Prawa zamówień publicznych spowoduje odrzucenie oferty.

ROZDZIAŁ IX Składanie i otwarcie ofert

1. Ofertę należy złożyć w siedzibie zamawiającego, pok. nr 155, w terminie do dnia 09.08.2007r., do godz. 12.00
2. Za termin złożenia oferty uważa się termin jej dotarcia do zamawiającego.
3. Wykonawca otrzyma pisemne potwierdzenie złożenia oferty. Wszelkie oferty wniesione po terminie zostaną zwrócone wykonawcom bez otwierania po upływie terminu przewidzianego na wniesienie protestu.
4. Oferty będą podlegać rejestracji przez zamawiającego. Każda przyjęta oferta zostanie opatrzona adnotacją określającą dokładny termin przyjęcia oferty, tzn. datę kalendarzową oraz godzinę i minutę, w której została przyjęta.
5. Otwarcie ofert odbędzie się w dn. 10.08.2007r., o godz. 10.00 w siedzibie zamawiającego, pok. nr 151.
6. Postępowanie toczyć się będzie z podziałem na część: jawną i niejawną.
7. Zamawiający bezpośrednio przed otwarciem ofert poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia. Następnie zamawiający otworzy koperty z ofertami i ogłosi nazwę (firmę) i adres (siedzibę) wykonawcy, którego oferta jest otwierana, a także informacje dotyczące ceny oferty oraz terminu wykonania zamówienia – zawartych w ofercie.
8. Informacje, o których mowa w pkt 7 zamawiający przekaże niezwłocznie wykonawcom, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert, na ich wnioski.

ROZDZIAŁ X Wybór najkorzystniejszej oferty

1. Wybór najkorzystniejszej oferty zostanie dokonany według następujących kryteriów oceny ofert:

1) Cena - 40%

Sposób przyznania punktów w kryterium „cena”:

$$\frac{\text{cena najniższa}}{\text{cena oferty ocenianej}} \times 100 \text{ pkt} \times \text{znaczenie kryterium } 40 \%$$

2) Czas wykonania zamówienia - 10 %

Sposób przyznania punktów w kryterium „czas wykonania zamówienia”:

$$\frac{\text{termin najkrótszy}}{\text{termin wykonania}} \times 100 \text{ pkt} \times \text{znaczenie kryterium } 10 \%$$

termin oferty ocenianej

Termin nie może być dłuższy niż 120 dni od dnia podpisania umowy. Jeżeli wykonawca zaproponuje krótszy termin realizacji niż 90 dni, do oceny ofert w kryterium „termin” zostanie mu policzony termin 90 dni jako minimalny, zgodny z żądaniem i możliwościami zamawiającego.

3) Koncepcja - 50 %.

Sposób przyznania punktów w kryterium „Koncepcja”:

- a) W kryterium tym ocenie będą podlegać informacje zawarte w dokumentach, o których mowa w Rozdziale V niniejszej siwz.
 - b) Oceniane będą:
 - spełnienie oczekiwań zamawiającego określonych w opisie przedmiotu zamówienia
 - spójność opracowania
 - oryginalność kreacji.
 - c) Przyznając punkty, każdy z członków komisji przetargowej, przyzna badanej ofercie od 0 –100 pkt.
 - d) Tak przyznana ilość punktów zostanie przemnożona przez znaczenie kryterium – 50%.
2. Komisja przetargowa oceni oferty sumując iloczyny uzyskane z poszczególnych kryteriów.
 3. Wykonawca pozostaje związany ofertą przez okres 30 dni.
 4. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
 5. W toku badania i oceny ofert zamawiający może żądać od wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
 6. Zamawiający poprawi w tekście oferty oczywiste omyłki pisarskie oraz omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny, niezwłocznie zawiadamiając o tym wszystkich wykonawców, którzy złożyli oferty.
 7. Omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny zamawiający poprawi na zasadach określonych w art. 88 ustawy.
 8. Jeżeli oferta zawierać będzie rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, zamawiający zwróci się w formie pisemnej do wykonawcy o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny.
 9. Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:
 - 1) jest niezgodna z ustawą,
 - 2) jej treść nie odpowiada treści siwz,
 - 3) jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
 - 4) zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia,
 - 5) została złożona przez wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub niezaproszonego do składania ofert,

- 6) zawiera omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny, których nie można poprawić na podstawie art. 88, lub błędy w obliczeniu ceny,
 - 7) wykonawca w terminie 7 dni od dnia otrzymania zawiadomienia nie zgodził się na poprawienie omyłki rachunkowej w obliczeniu ceny,
 - 8) jest nieważna na podstawie odrębnych przepisów.
10. Oferty nie odrzucone zostaną poddane procedurze oceny zgodnie z kryteriami oceny ofert określonymi w siwz.
 11. Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w siwz.
 12. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty zamawiający zawiadomi wykonawców, którzy złożyli oferty o:
 - 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę (firmę) i adres tego wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz uzasadnienie jej wyboru,
 - 2) wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
 13. W przypadku wystąpienia przesłanek, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy zamawiający unieważnia postępowanie.
 14. O unieważnieniu postępowania zamawiający zawiadomi równocześnie wszystkich wykonawców, którzy:
 - 1) ubiegali się o udzielenie zamówienia, - w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,
 - 2) złożyli oferty - w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert,- podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
 15. Zamawiający zwróci wykonawcom, których oferty nie zostały wybrane, na ich wniosek, złożone przez nich plany, projekty, rysunki, modele, próbki, wzory, programy komputerowe oraz inne podobne materiały.

ROZDZIAŁ XI Zawarcie umowy

1. Umowa zawarta z wykonawcą, który złoży najkorzystniejszą ofertę, będzie jawna i będzie podlegała udostępnianiu na zasadach określonych w przepisach o dostępie do informacji publicznej (art. 139 ust. 3 ustawy).
2. Umowa zostanie zawarta w siedzibie zamawiającego.
3. Istotne postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści umowy:
 - 1) Płatności będą realizowane etapowo, według przyjętego harmonogramu odbioru wykonania poszczególnych etapów prac, na podstawie prawidłowo, pisemnego zatwierdzenia wykonania przedmiotu w danym etapie, na rachunek wskazany przez wykonawcę na podstawie prawidłowo wystawionych faktur, w terminie 14 dni od daty dostarczenia faktury do siedziby zamawiającego.
 - 2) Wynagrodzenie będzie obejmowało wszelkie czynniki kosztotwórcze, zamawiający nie przewiduje refundacji kosztów delegacji służbowych w tym transportu, diet, kosztów noclegu itp..
 - 3) Wszelkie uzgodnienia prowadzone będą na piśmie.

- 4) Zamawiający dopuści wymianę dokumentacji roboczej w formie elektronicznej.
- 5) Umowa będzie przewidywała kary umowne za niewykonanie, nienależyte wykonanie oraz opóźnienia w wykonaniu przedmiotu umowy.
- 6) Wykonawca oświadczy w umowie, że posiada prawa autorskie i majątkowe do prac wykonanych na podstawie umowy oraz zobowiąże się do nieodpłatnego przekazania tych praw zamawiającemu.
- 7) Na zamawiającego przejdą majątkowe prawa autorskie do dostarczonych w ramach realizacji przedmiotu umowy materiałów.
- 8) Ewentualne sprawy sporne wynikłe w związku z realizacją umowy będą rozstrzygane na przez właściwy rzeczowo Sąd Powszechny w Szczecinie.

ROZDZIAŁ XII Pouczenie o środkach ochrony prawnej

1. Wykonawcom, których interes prawny w uzyskaniu zamówienia doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku naruszenia przez zamawiającego przepisów ustawy, przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w dziale VI ustawy: protest odwołanie i skarga.
2. Wobec czynności podjętych przez zamawiającego w toku postępowania oraz w przypadku zaniechania przez zamawiającego czynności, do której jest obowiązany na podstawie ustawy, Wykonawca ma prawo wnieść protest w terminach określonych w ustawie.
3. Wniesienie protestu jest dopuszczalne tylko przed zawarciem umowy.
4. Zamawiający odrzuca protest wniesiony po terminie, wniesiony przez podmiot nieuprawniony lub protest niedopuszczalny na podstawie art. 181 ust. 6.
5. Protest powinien wskazywać oprotestowaną czynność lub zaniechanie zamawiającego, a także zawierać żądanie, zwięzłe przytoczenie zarzutów oraz okoliczności faktycznych i prawnych uzasadniających wniesienie protestu.
6. Od rozstrzygnięcia protestu przysługuje odwołanie.
7. Odwołanie wnosi się do Prezesa Urzędu w terminie 5 dni od dnia doręczenia rozstrzygnięcia protestu lub upływu terminu do rozstrzygnięcia protestu, jednocześnie przekazując jego kopię zamawiającemu. Złożenie odwołania w placówce pocztowej operatora publicznego jest równoznaczne z wniesieniem do Prezesa Urzędu.
8. Na wyrok zespołu arbitrów oraz postanowienia zespołu arbitrów kończące postępowanie odwoławcze przysługuje skarga do sądu.

ROZDZIAŁ XIII Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie dokumentu „Długoterminowa strategia zarządzania marką Szczecin wraz ze skatalogowaniem systemu identyfikacji wizualnej marki i elementów komunikacji wizerunkowej marki”.

Kod CPV – 74.42.20.00-3

I Zadania wstępne

1. Przedstawienie rekomendowanej przez oferenta metodologii prowadzenia prac wraz z określeniem zespołu projektowego dla realizacji zamówienia i wskazaniem osób uczestniczących w każdym z etapów prac objętych zamówieniem,

- 1) Zasady prowadzenia prac
 - 2) Zasady akceptacji – zatwierdzania poszczególnych etapów
 - 3) Inne kwestie organizacyjno-porządkowe
2. Analiza i identyfikacja obecnego wizerunku marki w podstawowych grupach
 - 1) Analiza i przedstawienie wniosków w odniesieniu do marki, z punktu widzenia Strategii Rozwoju Szczecina oraz przeprowadzonych badań postrzegania
 3. Badanie i opracowanie potencjału marki umożliwiające cykliczne monitorowanie zachodzących zmian potencjału marki.
 4. Badania pożądanego wizerunku w grupach docelowych
 - 1) Przeprowadzenie tury badań wyjściowych do projektowania strategii marki w następujących grupach:
 - a) mieszkańcy miasta i regionu
 - b) turyści polscy i zagraniczni
 - c) potencjalni inwestorzy lokalni, krajowi i zagraniczni
 - 2) Geografia prowadzenia badań:
 - a) Szczecin
 - b) Polska – co najmniej 3 duże ośrodki miejskie
 5. Wytypowanie środowisk opiniotwórczych i przeprowadzenie minimum trzech tur konsultacji w rekomendowanych grupach (w tym wśród pracowników UM), minimum jednej na etapie badań i analiz, minimum jednej na etapie krystalizacji marki, minimum jednej na etapie kreacji).
 - 1) Określenie wniosków
 6. Prowadzenie działań PR promujących projekt, w tym działań PR w sytuacjach kryzysowych.
 7. Zestawienie danych z analizy wg pkt. 2 i 3 oraz badań jak pkt 4 oraz konsultacji jak pkt 5 (dotyczy konsultacji prowadzonych na etapie badań i analiz) w formie raportu otwarcia dla projektowania strategii marki
 - 1) Raport otwarcia w formie dokumentu określającego markę na dzień przystąpienia do realizacji projektu wraz z prezentacją wniosków
 - 2) Integralną część raportu stanowi dokumentacja przeprowadzonych badań,
 - 3) Opracowanie - prezentacja graficzna raportu otwarcia

II Opracowanie dokumentacji

1. Opracowanie i przygotowanie do zatwierdzenia dokumentu pt. „Długoterminowa strategia zarządzania marką Szczecin”
 - 1) Określenie analizy SWOT
 - 2) Określenie kluczowych elementów tożsamości marki
 - 3) Określenie pozycji konkurencyjnej marki oraz pozycjonowanie marki
 - 4) Określenie treści spójnych komunikatów wizerunkowych marki tj.
 - a) Misja
 - b) wizja
 - c) określenie komunikatów werbalnych – tez komunikacyjnych
 - d) prezentacja wizualna – elementy graficzne tj. znak, logo, herb i ich zastosowanie w ramach spójnej linii projektowej

Powyższe dla 6 wersji językowych: polskiej, angielskiej, niemieckiej, francuskiej, szwedzkiej, duńskiej, rosyjskiej

 - 5) Określenie założeń spójnych programów wdrażania strategii, z określonymi celami dla perspektyw czasowych:
 - a) krótkookresowej lata 2008 –2009
 - b) długookresowej na lata 2008 – 2015
 - c) perspektywa po roku 2015
 - 6) Określenie metodologii monitorowania postępów wdrażania strategii i oceny realizacji celów oraz wprowadzania ewentualnych korekt,
 - 7) Opracowanie zasad i procedur przyznawania prawa posługiwania się elementami marki tj. nazwa, symbole graficzne,
2. Opracowanie katalogu marki Szczecin zawierającego:
 - 1) Przedstawienie kierunkowych rozwiązań dla katalogu marki Szczecin
 - a) określenie projektów wstępnych elementów identyfikacji marki
 - 2) Przeprowadzenie badań postrzegania zaprojektowanych elementów w grupach jak pkt I.3.
 - a) przedstawienie raportu z badania wraz z rekomendacjami do projektowania
 - 3) Opracowanie katalogu kluczowych elementów tożsamości marki
 - a) określenie i skatalogowanie kolorystyki wg obowiązujących skal PANTON, CMYK., RAL
 - b) określający opis oraz zasady wykorzystywania herbu miasta, znaków promocyjnych miasta, nazwy miasta
 - c) flagi miasta i innych insygniów urzędowych miasta, szyldów, tablic
 - 4) Opracowanie katalogu systemu jednolitej identyfikacji wizualnej
 - a) zawierającego opis nośników wraz z adaptacjami do tych nośników poszczególnych elementów wizerunku:
 - papier korespondencyjny
 - druki tj. dyplomy, wizytówki, koperty, teczki, itp.
 - typografia marki
 - foldery
 - b) serwis www
 - projekt banneru internetowego, zasady pozycjonowania elementów marki
 - c) stoiska

- d) upomink
 - e) projekt modułu sponsorskiego, (moduł umieszczany na plakatach, billboardach sponsorowanych przedsięwzięć)
 - f) reklamy prasowe
 - g) reklamy outdoor, wielkoformatowe oraz standy, bannery, flagi promocyjne
 - h) szablony reklamy audiowizualnej – scenariusz i kompozycja wizualna
 - i) prezentacje graficzne
 - j) plansze sponsorskie
 - k) szablon scenariuszy reklamy radiowej
 - l) opracowanie dźwięku uspołniającego przekazy audio i wideo
 - m) oznakowanie zewnętrzne urzędowe tj. oznakowanie siedziby, prezentacja jednostek – wydziałów, oznakowanie ulic, witacze
- 5) Katalog systemu jednolitej identyfikacji wizualnej – grupowej określający adaptację systemu marki Szczecin w spójnej prezentacji jednostek miejskich tj. spółki, zakłady budżetowe,
 - 6) Katalog systemu identyfikacji miejskiej – projekty kierunkowe określające adaptacje systemu marki Szczecin w spójnym SIM,
 - 7) Wydruk i przedstawienie katalogu marki Szczecin zgodnie z pkt 2.3, 2.4, 2.5. w ilości 3 egzemplarzy raz z wersjami elektronicznymi w wersjach zamkniętych i otwartych (do modyfikacji)
 - 8) Wydruk skrótu katalogu marki, jako instrukcji przeznaczonej do dystrybucji

III Opracowanie planu wdrożenia strategii

1. Harmonogram wprowadzania poszczególnych elementów identyfikacji
 - 1) Określenie priorytetów do wdrożenia
 - 2) Określenie nakładów na wdrożenie poszczególnych elementów
2. Opracowanie założeń do planów kampanii PR i promocji marki w roku 2008
 - 1) Założenia do planu kampanii PR– obejmujący komunikację wewnętrzną
 - 2) Założenia do planu działań promocyjnych, wykorzystującego dostępne techniki komunikacji marketingowej
 - 3) Określenie budżetu promocji marki na rok 2008

IV Integralną częścią przedmiotu zamówienia są:

1. Strategia w formie dokumentu drukowanego wraz z załącznikami dokumentującymi przebieg projektowania
2. Katalog marki Szczecin wraz z katalogami systemu identyfikacji wizualnej, zgodnie ze specyfikacją, oraz skrót katalogu przeznaczony do dystrybucji
3. Prezentacja graficzna „strategii zarządzania marką” wraz z jej przeprowadzeniem dla następujących grup:
 - 1) pracownicy Biura Promocji i Informacji oraz strategiczne jednostki UM
 - 2) prezydent i kolegium prezydenckie
 - 3) komisja rozwoju i promocji Rady Miasta
 - 4) radni, media

4. Dokumentacja związana z przekazaniem autorskich praw majątkowych do całości dzieła, wraz z uprawnieniami do adaptacji, modyfikacji i licencjonowania.

.....
(pieczęć wykonawcy)

FORULARZ OFERTY

Ja (My), niżej podpisany (ni)
działając w imieniu i na rzecz :

.....
(pełna nazwa wykonawcy lub wykonawców składających ofertę wstępną wspólną)

.....
(adres siedziby wykonawcy lub wykonawców składających ofertę wstępną wspólną)

w odpowiedzi na zaproszenie do składania ofert w postępowaniu prowadzonym w trybie negocjacji z ogłoszeniem na:

„Opracowanie długoterminowej strategii zarządzania marką Szczecin wraz ze skatalogowaniem systemu identyfikacji wizualnej marki i elementów komunikacji wizerunkowej” ,

składam(y) niniejszą ofertę:

1. Oferujemy wykonanie zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia za cenę umowną brutto:

.....
(słownie :),

w tym:

wartość netto:
(słownie: złotych)

podatek VAT :
(słownie:..... złotych)

2. Oświadczam(y), że przedmiot zamówienia zrealizujemy w terminie dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.
3. Oświadczam(y), że jesteśmy związani niniejszą ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.

4. Oświadczam(y), że w razie wybrania naszej oferty zobowiązujemy się do podpisania umowy na warunkach zawartych w siwz oraz w miejscu i terminie określonym przez zamawiającego.
5. Oświadczamy, że oferta nie zawiera/ zawiera (właściwie podkreślić) informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Informacje takie zawarte są w następujących dokumentach:
.....
.....
.....

Ofertę składamy na kolejno ponumerowanych stronach.

Na ofertę składają się :

1.
2.
3.
4.
5.

....., dn.

.....
(podpis(y) osób uprawnionych do reprezentacji wykonawcy/
wykonawców składających ofertę wspólną)