

# **Cieszyn: Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej obchodów 1200-lecia legendarnego założenia miasta Cieszyna w ramach projektu Ciesz się Cieszynem - 1200 lat**

## **OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - usługi**

**Zamieszczanie ogłoszenia:** obowiązkowe.

**Ogłoszenie dotyczy:** zamówienia publicznego.

### **SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY**

**I. 1) NAZWA I ADRES:** Gmina Cieszyn, w imieniu której działa Burmistrz Miasta Cieszyna, Rynek 1/11, 12, 43-400 Cieszyn, woj. śląskie, tel. 033 4794200, 4794350, faks 033 4794303, 4794361.

**Adres strony internetowej zamawiającego:** [www.um.cieszyn.pl](http://www.um.cieszyn.pl)

**I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO:** Administracja samorządowa.

### **SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

#### **II.1) OKREŚLENIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**II.1.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego:** Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej obchodów 1200-lecia legendarnego założenia miasta Cieszyna w ramach projektu Ciesz się Cieszynem - 1200 lat.

**II.1.2) Rodzaj zamówienia:** usługi.

**II.1.3) Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia:** Przedmiot niniejszego zamówienia stanowi Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej obchodów 1200-lecia legendarnego założenia miasta Cieszyna w ramach projektu Ciesz się Cieszynem - 1200 lat. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia: Wstęp Celem projektu pn. Ciesz się Cieszynem - 1200 lat jest zorganizowanie, z okazji obchodów jubileuszu 1200-lecia legendarnego założenia Cieszyna, cyklu imprez kulturalnych o wysokich walorach artystycznych oraz przeprowadzenie szerokiej kampanii promującej imprezy i miasto w kontekście jubileuszu. W ramach projektu zorganizowane zostaną: 1. Koncert inauguracyjny rok jubileuszowy - 2 stycznia 2010 r. (koncert odbył się i nie wchodzi w zakres kampanii promocyjnej) 2. Tryptyk Muzyka dawna w Cieszynie - 11-13 czerwca 2010 r. (trzy koncerty) 3. Cykl Lato z muzyką - czerwiec - sierpień 2010 r. (cztery koncerty) 4. Dwa koncerty rockpop - 11 lipca, 21 sierpnia 2010 r. 5. Koncert galowy w wykonaniu orkiestry symfonicznej - 27 sierpnia 2010 r. 6. Koncert o charakterze popularnym 31 grudnia 2010 r. Imprezy te uzupełnione będą przez liczne inne przedsięwzięcia kulturalne. Walory historyczne, architektoniczne, turystyczne Cieszyna oraz wyjątkowo atrakcyjna oferta kulturalna stwarzają niepowtarzalną okazję do wykreowania produktu promocyjnego. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii promującej jubileuszowe obchody założenia miasta. Kampania ma na celu promocję miasta, utworzenie

silnego i trwałego skojarzenia Cieszyna z kulturą i utrwalenie wizerunku miasta jako jednego z ważniejszych ośrodków kulturalnych w Polsce oraz zaproszenie do udziału w wydarzeniach kulturalnych jak najszerszej grupy odbiorców. Rok 2010 ma zostać zapamiętany jako rok dobrej zabawy a wizerunek Cieszyna jako atrakcyjnego miejsca zarówno dla mieszkańców, jak i wszystkich gości wzmocniony. Zaplanowane działania promocyjne mają mieć na celu utrwalenie marki Cieszyna jako miasta nierozzerwalnie złączonego z kulturą i atrakcyjnego turystycznie. Grupa docelowa działań promocyjnych to: mieszkańcy województw śląskiego, małopolskiego, opolskiego, śląsko-morawskiego w Republice Czeskiej oraz mieszkańcy największych miast w Polsce, czytelnicy tygodników opiniotwórczych oraz tzw. liderzy opinii. Działania obejmują: 1. Opracowanie Strategii Promocji i Komunikacji jubileuszu 1200-lecia Cieszyna. Strategia Promocji musi: - uwzględniać zapisy Strategii rozwoju miasta Cieszyna do 2015 roku, której tekst znajduje się na stronie [www.cieszyn.pl](http://www.cieszyn.pl), dział: Gospodarka, Plany rozwojowe. - obejmować wszystkie aspekty mające wpływ na atrakcyjność miasta (atuty i cechy wyróżniające - położenie na granicy, wielokulturowa i wielonarodowa przeszłość, walory kulturalne, historyczne, architektoniczne - zabytki i inne walory turystyczne). - być opracowaniem atrakcyjnego sposobu zainteresowania turystów ofertą atrakcyjnych miejsc i imprez realizowanych w mieście. Strategia opracowana w formie dokumentu ma zawierać: a) określenie strategicznych założeń planu marketingowego, określenie strategicznego planu mediów wraz z określeniem grup docelowych i zakładanych rezultatów, b) koncepcję realizacji kampanii promocyjnej, c) opracowanie Strategii PR i konceptów PR d) określenie szczegółowego harmonogramu działań promocyjnych z uwzględnieniem terminów imprez podanych we wstępie, które wynikają z harmonogramu realizacji projektu (szczegółowe terminy wykonania poszczególnych elementów składających się na kampanię promocyjną) wraz z określeniem sposobu realizacji. Całość realizowanej kampanii w podziale na tygodnie, z rekomendacją i opisem uzasadniającym wybór tytułów prasowych, stacji radiowych oraz miejsc dystrybucji materiałów promocyjnych, wraz z ilością i wielkością zamieszczonych reklam, spotów radiowych czy ilości materiałów promocyjnych/punkt dystrybucyjny. e) co najmniej 3 koncepty kreatywne kampanii spójne ze strategią promocji, do wyboru jednego z nich przez Zamawiającego. Koncept musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz do dokonania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. f) komunikację spójną z opracowanym już logotypem obchodów 1200-lecia miasta: symbole, wizualizacje hasła Ciesz się Cieszynem oraz założenia linii graficznej kampanii. Jednolita, spójna linia graficzna kampanii ma być zgodna z ww logotypem i związanymi z nim założeniami wynikającymi z załączonej księgi znaku (Załącznik nr 7 do SIWZ). Reklamy prasowe, reklamy internetowe, ulotki, foldery, plakaty i inne elementy kampanii powinny charakteryzować się spójną szatą graficzną umożliwiając skojarzenie działań promocyjnych jako elementów jednej kampanii. Musi ona zostać zaakceptowana przez Zamawiającego. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz do dokonania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Termin realizacji: Strategia Promocji i Komunikacji zostanie dostarczona do Zamawiającego w terminie do 14 dni kalendarzowych od podpisania umowy, w wersji elektronicznej. Po naniesieniu lub uzgodnieniu ewentualnych poprawek przez Zamawiającą, Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego (do 2 dni

roboczych) przekazania poprawionej Strategii. Po zaakceptowaniu Strategii przez Zamawiającą, Wykonawca zobowiązany jest do przesłania 3 egzemplarzy Strategii w wersji papierowej (w formie wydruku) i na płycie CD/DVD do siedziby Zamawiającej, co będzie podstawą do wystawienia faktury przez Wykonawcę.

2.Przeprowadzenie działań z zakresu Public Relations o zasięgu ogólnopolskim z udziałem prasy, radia, TV oraz Internetu w okresie łącznym co najmniej 3 miesięcy. Działania obejmują: opracowanie strategii PR, opracowanie konceptów PR, stworzenie bazy kontaktów medialnych, tworzenie i redagowanie tekstów PR, monitoring mediów, publikację tekstów PR i zamieszczenia informacji prasowych co najmniej 45 razy w prasie ogólnopolskiej i regionalnej, w Internecie oraz na antenie regionalnych i ogólnopolskich stacji radiowych oraz emisję przynajmniej 1 audycji w telewizji regionalnej lub ogólnopolskiej na temat Jubileuszu. Działania PR powinny być prowadzone także w Czechach i powinny obejmować publikację tekstów PR i zamieszczenie informacji prasowych co najmniej 5 razy w prasie, co najmniej 5 razy w Internecie i co najmniej 1 raz na antenie regionalnej stacji telewizyjnej. Działania PR powinny obejmować także zorganizowanie przynajmniej 1 konferencji prasowej w terminie do 15 czerwca 2010 roku. Konferencja musi odbyć się w Warszawie, Krakowie lub Katowicach, a jej organizacja oznacza wynajęcie pomieszczeń z obsługą techniczną na konferencję, wytypowanie i zaproszenie dziennikarzy uczestniczących, obsługę i moderowanie konferencji prasowej, opracowanie materiałów dla prasy (w tym prezentacji multimedialnej na temat programu obchodów jubileuszowych i atrakcji miasta Cieszyna), przygotowanie przedstawiciela Zamawiającego do konferencji prasowej. Tematem konferencji powinny być najważniejsze wydarzenia towarzyszące Jubileuszowi 1200-lecia. Wszystkie teksty PR przed publikacją muszą uzyskać akceptację Zamawiającego. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Oferent przedstawi raport z przeprowadzonych działań w formie elektronicznej na nośniku CD lub DVD oraz w formie papierowego wydruku zawierającego publikacje, listę dziennikarzy uczestniczących w konferencji prasowej, dokumentację fotograficzną oraz szacunkową informację na temat spodziewanych rezultatów medialnych zrealizowanych działań. Termin realizacji: do 27 grudnia 2010 r. 3. Produkcja materiałów promocyjnych: a) Folder rocznicowy Opracowanie zawartości merytorycznej (tekst, tłumaczenia wraz z korektą native speaker, wykonanie lub zakup fotografii, fotoedycja zdjęć, redakcja, korekta etc.), projekt graficzny, druk, wykonanie i dostawa folderu rocznicowego o charakterze prestiżowym. Nakład: co najmniej 2000 sztuk wersja polsko-angielska. Format netto: 28 x 28 cm Objętość: 20 stron + okładka. Okładka: kreda matowa o gramaturze co najmniej 300 g, druk: 4+4, folia mat 1+0, lakier UV wybiórczo 1+0, 4 strony, 20 stron: kreda matowa o gramaturze co najmniej 170g, druk 4+4, lakier dyspersyjny lub offsetowy 1+1 oprawa zeszytowa - 2 zszywki Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia zawartości merytorycznej i projektu graficznego przez Zamawiającego przed przekazaniem go do druku. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Dostawa folderów do siedziby Zamawiającego nastąpi do dnia 31 maja 2010 roku. Oferent zobowiązany jest do dystrybucji części nakładu folderu w ilości minimum 300 sztuk wśród przedstawicieli mediów na konferencji prasowej oraz głównych imprezach organizowanych w ramach uroczystości jubileuszowych. Oferent

przedstawi listę przedstawicieli mediów, którym przekazał folder na płycie CD/DVD oraz w formie papierowej - na wydruku do dnia 30 września 2010 roku. b) Plakaty Projekty graficzne, druk, wykonanie i dystrybucja plakatów promujących wybrane imprezy kulturalne: (1) - Tryptyk koncertowy 11-13 czerwca; (2) - cykl Lato z Muzyką 27 czerwca; (3) - koncert rock pop 11 lipca; (4)- koncert rock 21 sierpnia, (5) - koncert galowy 27 sierpnia, (6) - koncert pop na zakończenie 31 grudnia). Dokładne programy imprez kulturalnych zostaną dostarczone przez Zamawiającego w terminie co najmniej na 4 tygodnie przed planowaną imprezą. 6 plakatów promujących 6 różnych imprez, format B2. Materiał: kreda o gramaturze co najmniej 150 g, druk: 4+0, lakier dyspersyjny 1+0, Nakład 6 x 500 sztuk (razem 3 000 sztuk). Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia projektu graficznego przez Zamawiającego przed przekazaniem go do druku. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Plakatowanie w terminie przynajmniej na 1 tydzień przed datą imprezy w Cieszynie (ok. 60 sztuk), Czeskim Cieszynie (ok. 40 sztuk), w województwie Śląsko-Morawskim w Czechach (przynajmniej Ostrawa, Karwina, Trzyniec, Jabłonków, Frydek - Mistek, Bogumin, Opawa (ok. 50 sztuk), na terenie Śląska Cieszyńskiego (tj. w gminach wchodzących w skład powiatu cieszyńskiego - ok. 50 sztuk), w Bielsku-Białej (50 sztuk), w Jastrzębiu-Zdroju (50 sztuk), na terenie woj. śląskiego (przynajmniej Żory, Rybnik, Katowice, Gliwice, Sosnowiec, Tychy, Żywiec, Zabrze, Chorzów - 150 sztuk), na terenie województwa opolskiego (przynajmniej Opole, Kędzierzyn Koźle (25 sztuk) na terenie woj. małopolskiego (przynajmniej Kraków, Oświęcim (25 sztuk). W celu udokumentowania akcji plakatowania Oferent dostarczy najpóźniej na 3 dni przed daną imprezą: 1)specyfikację miejsc plakatowania, czyli wykaz miejsc plakatowania przygotowany przez odpowiednie firmy plakatujące, 2)dokumentację fotograficzną na płycie CD DVD z wybranych miejsc uzgodnionych z Zamawiającym. Termin realizacji akcji plakatowania najpóźniej do: (1) 4 czerwca ; (2) 18 czerwca, (3) 2 lipca, (4) 13 sierpnia, (5) 20 sierpnia, (6) 23 grudnia 2010 r. Termin dostarczenia dokumentacji potwierdzającej wykonanie akcji plakatowania najpóźniej do: (1) 8 czerwca, (2) 23 czerwca, (3) 7 lipca, (4) 17 sierpnia, (5) 23 sierpnia, (6) 27 grudnia 2010r. c) Foldery Opracowanie zawartości merytorycznej (teksty, fotografie, fotoedycja zdjęć, redakcja, korekta), projekty graficzne, druk i dystrybucja folderów promujących miasto i wybrane wydarzenia. Format: A4 łamane do A5, Materiał: kreda matowa 200 g Druk: 4+4, lakier dyspersyjny 1+1 Nakład: 6 x 7000 sztuk = 42 000 sztuk Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia zawartości merytorycznej i projektu graficznego przez Zamawiającego przed przekazaniem go do druku. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Oferent dostarczy do siedziby Zamawiającej po 500 sztuk z każdego rodzaju folderu (6 x 500) do dnia 31 maja 2010 r. Dystrybucja materiałów wg założeń zawartych w Strategii Promocji, nie mniej niż w 300 punktach dystrybucyjnych na terenie województwa śląskiego, małopolskiego, opolskiego, w dużych miastach Polski oraz w województwie morawsko - śląskim w Czechach, do dnia 31 maja 2010 r. Oferent zobowiązany jest do dostarczenia listy adresowej miejsc, w których przeprowadził dystrybucję materiałów (wraz z ilością przekazanych materiałów i potwierdzeniem dostarczenia) oraz dokumentację w formie wydruku, lub fakturę Poczty Polskiej, lub innego operatora pocztowego na nadanie przesyłek. Termin

dostarczenia dokumentacji potwierdzającej wykonanie zadania: 7 czerwca 2010 r. d) Ulotki Opracowanie zawartości merytorycznej (teksty, fotografie, fotoedycja zdjęć, redakcja, korekty), projekt graficzny, druk i wykonanie ulotek, dystrybucja -Ulotka mała składana do A6 Format netto: 420 x 297 mm Papier: kreda matowa, min. 170g Liczba kolorów: 4+4 Powlekanie: lakier dyspersyjny dwustronnie Falcowanie: łamów 4 Nakład: 40 000 szt. -Ulotka duża składana do A5 Format netto: 420 x 594 mm Papier kreda matowa, 170g Liczba kolorów: 4+4 Powlekanie: lakier dyspersyjny dwustronnie Falcowanie: łamów 4 Nakład: 40 000 szt

Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia zawartości merytorycznej i projektu graficznego przez Zamawiającego przed przekazaniem go do druku. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Dystrybucja ulotek: Dostawa do siedziby Zamawiającego do dnia: 31 maja 2010 roku 5 000 sztuk małych ulotek i 5 000 szt. dużych ulotek. - Dystrybucja materiałów wg założeń zawartych w Strategii Promocji, ale nie mniej niż w 300 punktach dystrybucyjnych na terenie województwa śląskiego, małopolskiego, opolskiego, w dużych miastach Polski, oraz w województwie morawsko - śląskim w Czechach, do dnia 31 maja 2010 r. Oferent zobowiązany jest do dostarczenia listy adresowej miejsc, w których przeprowadził dystrybucję materiałów (wraz z ilością przekazanych materiałów) na CD\_DVD i w formie wydruku i fakturę Poczty Polskiej, lub innego operatora pocztowego na nadanie przesyłek. Termin dostarczenia dokumentacji potwierdzającej wykonanie zadania: 7 czerwca 2010 r. e) Prezentacja multimedialna na płycie CD Wykonanie prezentacji multimedialnej na płycie CD w technice animacji 3D: projekt, opracowanie zawartości merytorycznej, scenariusz, wykonanie storyboardu, skrócenie materiału filmowego w Cieszynie, animacje 3D i 2D, zbudowanie scen miejskich w technice 3D, przygotowanie grafiki, teksturowanie obiektów w oparciu o zdjęcia współczesne i archiwalne Cieszyna, montaż zdjęć archiwalnych ze współczesnymi na potrzeby animacji, wykonanie zdjęć (również z lotu ptaka), omówienie najważniejszych wydarzeń towarzyszących Jubileuszowi, nagranie lektora, 3 wersje językowe (polska, angielska i czeska), projekt i wykonanie okładki i naklejki na płyty CD oraz tłoczenie płyt w ilości 1 000 sztuk, wraz z przekazaniem praw autorskich do tłoczenia dodatkowej ilości płyt oraz do publikacji na potrzeby promocji miasta i w internecie. Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia scenariusza, zawartości merytorycznej i gotowej prezentacji oraz projektu graficznego okładki i naklejki przez Zamawiającego przed przekazaniem prezentacji do produkcji. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Długość trwania filmu minimum 30 minut, a całej prezentacji 50 minut. Termin realizacji: dostawa do siedziby Zamawiającego do 29 lipca 2010 r. f) Wydawnictwo płytowe Opracowanie i przygotowanie wydania płytowego poświęconego najważniejszym wydarzeniom wchodzącym w skład jubileuszu (wybór imprez do uzgodnienia z Zamawiającym), rejestrację filmową fragmentów wydarzeń, materiał filmowy z Cieszyna: przedstawienie miasta, jego zabytków i innych jego atrakcji, wywiad z bohaterami wydarzeń, projekt graficzny okładki i naklejki na płytę oraz tłoczenie płyt CD w ilości 1000 sztuk. Długość trwania prezentacji minimum 30 minut. Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia scenariusza zawartości merytorycznej prezentacji, projektu graficznego okładki i naklejki na

płyte przed przekazaniem prezentacji do produkcji. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Termin realizacji: dostawa do siedziby Zamawiającego do 15 października 2010 r. 4.

Przeprowadzenie kampanii prasowej Reklama prasowa powinna występować jako kolorowe ogłoszenia z elementami graficznymi tzn. logo, fotografie oraz informacja tekstowa. Działania obejmują wykonanie projektu graficznego głównego layoutu prasowego, jego ewentualną adaptację, teksty, skład i przygotowanie do druku oraz zakup mediów - nazwy tytułów prasowych, w których realizowana ma być kampania, format reklamy i ilość emisji każdego formatu reklamy w każdym z tytułów prasowych, w którym ma być realizowana kampania, z uzasadnieniem w Strategii Promocji. Kampania powinna być przeprowadzona w prasie o zasięgu przynajmniej regionalnym (woj. śląskie, małopolskie i opolskie) i nakładzie łącznym co najmniej 300 000 egzemplarzy. W mediach regionalnych znajdzie się minimum 12 emisji reklamy w formacie 1 1 prawa strona redakcyjna. Zamawiający dopuszcza inny format reklamy kosztem zwiększenia ilości emisji, jednak jedynie w przypadkach uzasadnionych przez Oferenta w Strategii Promocji. Oferent zobowiązany jest do uzyskania pisemnego zatwierdzenia treści merytorycznej i projektu graficznego reklamy przed przekazaniem do druku. Oferent zobowiązany jest do nanoszenia poprawek oraz dokonywania wszelkich koniecznych modyfikacji na wniosek Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji. Oferent zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu raportu z przeprowadzenia kampanii na płycie CD DVD oraz w formie wydruku zawierającego statystyki obrazujące ilość emisji reklam w każdym z tytułów, w których realizowana była kampania wraz z danymi o nakładzie poszczególnych numerów a także egzemplarze okazowe. Termin realizacji: do 27 grudnia 2010 r. 5.

Przeprowadzenie kampanii radiowej w stacjach radiowych przynajmniej o zasięgu regionalnym co najmniej na terenie województw śląskiego, opolskiego i małopolskiego Produkcja spotu reklamowego o długości co najmniej 30 sekund oraz jego emisja w stacjach radiowych. Oferent zobowiązany jest zagwarantować co najmniej 400 emisji spotu w regionalnych stacjach radiowych uzasadniając podział ilości emisji na stacje radiowe słyszalne w powyżej wymienionych poszczególnych województwach. Oferent zobowiązany jest do przedstawienia do akceptacji Zamawiającemu scenariusz spotu radiowego, media plan oraz nagrane próby głosów proponowanych lektorów. Oferent zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu raportu z przeprowadzenia kampanii na płycie CD DVD zawierającego statystyki obrazujące ilość emisji spotu w każdej ze stacji, w której była realizowana kampania oraz oświadczenia o wykonanej liczbie emisji przygotowanej i podpisanej przez stacje realizujące kampanię. Kampania w radiu powinna trwać minimum 3 miesiące, a uzasadnienie wyboru czasu emisji będzie ujęte w Strategii Promocji Termin realizacji: do 27 grudnia 2010 r. Cena podana przez oferenta musi obejmować wynagrodzenie za realizację powyższych zadań, koordynację poszczególnych części zamówienia, koordynację wykonywania postanowień dotyczących całości kampanii, prowadzenie konsultacji i ustaleń dotyczących poszczególnych części zamówienia, raportowanie wykonania poszczególnych części zamówienia, dokumentowanie wykonania poszczególnych części zamówienia: przedłożenie planów emisji, przedstawienie dokumentacji fotograficznej w przypadku dystrybucji materiałów, przekazywanie okazowych egzemplarzy i nagrań oraz wynagrodzenie Oferenta za okres trwania umowy Kampania musi zostać przeprowadzona z uwzględnieniem wytycznych Instytucji

Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Śląskiego, w zakresie informacji i promocji, umieszczonych na stronie internetowej <http://rpo.silesia-region.pl> a we wszystkich materiałach muszą pojawić się logotypy zgodnie z obowiązującym zestawem znaków graficznych wg ww wytycznych oraz logotypami dostarczonymi przez Zamawiającego (logo jubileuszu 1200- lecia miasta, logo miasta Cieszyna, logo patronów medialnych etc.), a spoty radiowe muszą zawierać stosowną informację o współfinansowaniu przez Unię Europejską.

**II.1.4) Czy przewiduje się udzielenie zamówień uzupełniających:** tak.

**Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówień uzupełniających**

W zakresie tak jak zamówienie podstawowe

**II.1.5) Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 79.34.14.00-0, 79.34.00.00-9, 79.34.20.00-3, 79.34.21.00-4, 79.34.22.00-5, 79.41.60.00-3, 79.53.00.00-8, 79.82.25.00-7, 79.82.40.00-6.

**II.1.6) Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej:** nie.

**II.1.7) Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej:** nie.

**II.2) CZAS TRWANIA ZAMÓWIENIA LUB TERMIN WYKONANIA:** Zakończenie: 27.12.2010.

## **SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM**

### **III.1) WADIUM**

**Informacja na temat wadium:** Wymagania dotyczące wadium 1 Każdy Wykonawca zobowiązany jest zabezpieczyć swą ofertę wadium w wysokości 3000 PLN. 2 Forma wadium Wadium może być wniesione w następujących formach: a)pieniędzy; b)poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowokredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym; c)gwarancjach bankowych; d)gwarancjach ubezpieczeniowych; e)poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. 2007 Nr 42, poz. 275, z późn. zm.). W przypadku składania przez Wykonawcę wadium w formie gwarancji, gwarancja powinna być sporządzona zgodnie z obowiązującym prawem i winna zawierać następujące elementy: a) nazwę dającego zlecenie (Wykonawcy), beneficjenta gwarancji (Zamawiającego), gwaranta (banku lub instytucji ubezpieczeniowej udzielających gwarancji) oraz wskazanie ich siedzib, b) określenie wiarygodności, która ma być zabezpieczona gwarancją, c) kwotę gwarancji, d) termin ważności gwarancji e) zobowiązanie gwaranta do: zapłacenia kwoty gwarancji na pierwsze pisemne żądanie Zamawiającego zawierające oświadczenie, iż Wykonawca, którego ofertę wybrano: odmówił podpisania umowy na warunkach określonych w ofercie, lub nie wniósł zabezpieczenia należytego wykonania umowy, lub zawarcie umowy stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, lub w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3, nie złożył dokumentów lub oświadczeń, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy Pzp, lub pełnomocnictw, chyba że udowodni, że wynika to z przyczyn nieleżących po jego stronie. W przypadku wspólnego ubiegania się o udzielenie niniejszego zamówienia przez dwóch lub więcej Wykonawców wadium może zostać wniesione

przez Lidera konsorcjum występującego w imieniu wszystkich jego uczestników, pod warunkiem, że został on do tego upoważniony. 3 Miejsce i sposób wniesienia wadium 1)Wadium wnoszone w pieniądzu należy wpłacić na następujący rachunek Zamawiającego: ING Bank Śląski S.A. o\_Cieszyn, nr konta: 44 1050 1083 1000 0022 6985 8169 z dopiskiem: Wadium Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej obchodów 1200-lecia legendarnego założenia miasta Cieszyna w ramach projektu Ciesz się Cieszynem - 1200 lat. Do oferty należy dołączyć kopię polecenia przelewu poświadczoną za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę składającego ofertę. 2)Wadium w innych dopuszczonych formach (oryginały dokumentów) należy wnieść (zdeponować) w Kasie Urzędu Miejskim w Cieszynie, Rynek 1, pok. Nr 26, od poniedziałku do piątku, w godz. 8:00 - 14:00, a do oferty należy dołączyć poświadczoną przez Wykonawcę za zgodność z oryginałem kopię. 3)Za skuteczne wniesienie wadium w pieniądzu Zamawiający uzna wadium, które w oznaczonym terminie w dniu otwarcia ofert znajduje się na rachunku Zamawiającego. 4)Wadium w formie nie pieniężnej Zamawiający uzna za skutecznie wniesione - jeżeli przedmiotowy dokument znajdzie się w kasie Zamawiającego w terminie wyznaczonym do składania ofert. 4 Termin wniesienia wadium Wadium należy wnieść przed upływem terminu składania ofert, przy czym wniesienie wadium w pieniądzu za pomocą przelewu bankowego Zamawiający będzie uważał za skuteczne tylko wówczas, gdy bank prowadzący rachunek Zamawiającego potwierdzi, że otrzymał taki przelew przed upływem terminu składania ofert. W wymienionym przypadku dołączenie do oferty kopii polecenia przelewu wystawionego przez Wykonawcę jest warunkiem koniecznym, ale nie wystarczającym do stwierdzenia przez Zamawiającego terminowego wniesienia wadium przez Wykonawcę. 5 Zwrot wadium Zamawiający, z zastrzeżeniem art. 46 ust. 4a ustawy Pzp, zwraca wadium: a)wszystkim Wykonawcom niezwłocznie po wyborze oferty najkorzystniejszej lub unieważnieniu postępowania, z wyjątkiem Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza b)Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza niezwłocznie po zawarciu umowy w sprawie zamówienia publicznego oraz wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy c)na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert. 6 Utrata wadium 1.Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli wykonawca w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3, nie złożył dokumentów lub oświadczeń, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy Pzp, lub pełnomocnictw, chyba że udowodni, że wynika to z przyczyn nieleżących po jego stronie. 2.Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana: a)odmówił podpisania umowy w sprawie zamówienia publicznego na warunkach określonych w ofercie; b)nie wniósł wymaganego zabezpieczenia należytego wykonania umowy; c)zawarcie umowy w sprawie zamówienia publicznego stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy. 7 Zamawiający żąda ponownego wniesienia wadium przez Wykonawcę, któremu zostało ono zwrócone, jeżeli w wyniku rozstrzygnięcia odwołania jego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza. Wykonawca wnosi wadium w terminie określonym przez Zamawiającego..

### **III.2) ZALICZKI**

**Czy przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:** nie

### **III.3) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY**



## **SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW**

**III.3.1) Uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania**

**III.3.2) Wiedza i doświadczenie**

**Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku**

Wykonawca wykonał w ciągu ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie co najmniej jedną usługę polegającą na opracowaniu i realizacji kampanii promocyjnej jednostki samorządu terytorialnego o wartości co najmniej 300 000 zł brutto. Dokonanie oceny: na podstawie oświadczeń i dokumentów

**III.3.3) Potencjał techniczny**

**III.3.4) Osoby zdolne do wykonania zamówienia**

**III.3.5) Sytuacja ekonomiczna i finansowa**

**Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku**

Oświadczenie Wykonawcy, że posiada środki finansowe w kwocie nie mniejszej niż 150.000 zł lub zdolność kredytową na kwotę nie mniejszą niż 150.000 zł w banku lub spółdzielczej kasie oszczędnościowo-kredytowej, jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę co najmniej 150.000 zł. Dokonanie oceny: na podstawie złożonych oświadczeń i dokumentów

## **III.4) INFORMACJA O OŚWIADCZENIACH LUB DOKUMENTACH, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ NIEPODLEGANIA WYKLUCZENIU NA PODSTAWIE ART. 24 UST. 1 USTAWY**

**III.4.1) W zakresie wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, oprócz oświadczenia o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu, należy przedłożyć:**

- wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, dostaw lub usług w zakresie niezbędnym do wykazania spełniania warunku wiedzy i doświadczenia w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i odbiorców, oraz załączeniem dokumentu potwierdzającego, że te dostawy lub usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie

**III.4.2) W zakresie potwierdzenia niepodlegania wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:**

- oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia
- aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, w

celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenie w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy

#### **III.4.3) Dokumenty podmiotów zagranicznych**

**Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, przedkłada:**

**III.4.3.1) dokument wystawiony w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania potwierdzający, że:**

- nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości - wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert

**III.4.3.2)** zaświadczenie właściwego organu sądowego lub administracyjnego miejsca zamieszkania albo zamieszkania osoby, której dokumenty dotyczą, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 4-8 ustawy - wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert - albo oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się takiego zaświadczenia

**III.7) Czy ogranicza się możliwość ubiegania się o zamówienie publiczne tylko dla wykonawców, u których ponad 50 % pracowników stanowią osoby niepełnosprawne:** nie

## **SEKCJA IV: PROCEDURA**

### **IV.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA**

**IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia:** przetarg nieograniczony.

### **IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT**

**IV.2.1) Kryteria oceny ofert:** najniższa cena.

**IV.2.2) Czy przeprowadzona będzie aukcja elektroniczna** nie.

### **IV.3) ZMIANA UMOWY**

**Czy przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy:** nie

### **IV.4) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE**

**IV.4.1) Adres strony internetowej, na której jest dostępna specyfikacja istotnych warunków zamówienia:** [www.um.cieszyn.pl](http://www.um.cieszyn.pl)

**Specyfikację istotnych warunków zamówienia można uzyskać pod adresem:** Urząd Miejski w Cieszynie  
Biuro Promocji i Informacji ul. Rynek 1 43 - 400 Cieszyn.

**IV.4.4) Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub ofert:**

19.03.2010 godzina 09:00, miejsce: Urząd Miejski w Cieszynie, ul. Rynek 1, 43-400 Cieszyn - Biuro  
Podawcze, parter..

**IV.4.5) Termin związania ofertą:** okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert).

**IV.4.16) Informacje dodatkowe, w tym dotyczące finansowania projektu/programu ze środków**

**Unii Europejskiej:** Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju  
Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego 2007-2013.

**IV.4.17) Czy przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku  
nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi  
środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym  
Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia:** nie