

## **SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

zwana dalej w skrócie SIWZ

do postępowania na zadanie: **„Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.**

***oznaczenie sprawy: MŚ-ZP- DT-333-7/11***

Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami).

ZATWIERDZAM:

Dyrektor Muzeum Śląskiego w Katowicach  
Leszek Jodliński

**Katowice, 10.05.2011 r.**

**1) Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego.**

Muzeum Śląskie, al. W. Korfańskiego 3, 40-005 Katowice, nr tel.: **32 258 56 61-3**, nr fax: **32 259 98 04**, adres strony internetowej: [www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl)

**2) Tryb udzielenia zamówienia.**

1. Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami) zwaną w dalszej części SIWZ „PZP” o wartości zamówienia poniżej 125 000,00 euro.
2. Do czynności podejmowanych przez Zamawiającego i Wykonawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia stosuje się przepisy powołanej ustawy Prawo zamówień publicznych oraz aktów wykonawczych wydanych na jej podstawie, a w sprawach nieuregulowanych przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j.: Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93, z późniejszymi zmianami).

**3) Opis przedmiotu zamówienia.**

1. Przedmiotem postępowania i zamówienia jest przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor.

2. Postępowanie jest organizowane z podziałem na **3 CZĘŚCI:**

**CZĘŚĆ I:** „Ogólnopolska outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>” tj. wynajem 95 nośników w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia, wydruk plakatów w odpowiednich wymiarach i w odpowiedniej ilości dla nośników, wyklejenie plakatów na nośnikach i ich późniejsze usunięcie i zniszczenie.

**CZĘŚĆ II:** „Outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”, tj. wynajem 100 nośników w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia, wydruk plakatów w odpowiednich wymiarach i w odpowiedniej ilości dla nośników, wyklejenie plakatów na nośnikach i ich późniejsze usunięcie i zniszczenie.

**CZĘŚĆ III:** „Outdoorowa kampania reklamowa Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu citylight”, tj. wynajem 5 nośników w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia, wydruk plakatów w odpowiednich wymiarach i w odpowiedniej ilości dla nośników, wyklejenie plakatów na nośnikach, comiesięczna wymiana plakatów na każdym z nośników oraz zniszczenie wymienionych plakatów.

**3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik Nr 1 do SIWZ.**

4. Wykonawca musi zaoferować przedmiot zamówienia zgodny z wymogami Zamawiającego określonymi w SIWZ i jej załącznikach. Załączniki stanowią integralną część SIWZ.
5. Oznaczenie przedmiotu zamówienia według kodu Wspólnego Słownika Zamówień CPV: **79340000-9** (Usługi reklamowe i marketingowe); **79810000-5** (Usługi drukowania).
6. Oryginał Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia podpisany przez osoby uprawnione, stanowiący podstawę do rozstrzygnięcia ewentualnych sporów związanych z treścią dokumentu, dostępny jest w formie papierowej w Siedzibie Zamawiającego i udostępniony na stronie internetowej: [www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl) BIP -przetargi.

**4) Termin wykonania zamówienia:**

**Wykonawca zobowiązuje się wykonać przedmiot zamówienia w terminie:**

1. CZĘŚĆ I: od 15 sierpnia 2011 r. (+/-) 2 dni – do 15 września 2011 r. (+/-) 2 dni.
2. CZĘŚĆ II od 15 października 2011 r. (+/-) 2 dni – do 15 listopada 2011 r. (+/-) 2 dni.
3. CZĘŚĆ III: od 1 stycznia 2012 r. – do 31 grudnia 2012 r.

## 5) Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków.

1. Wykonawca musi posiadać uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania.

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie dołączone do oferty, którego wzór stanowi Załącznik Nr 1 do formularza oferty będącego integralną częścią SIWZ.

2. Wykonawca musi posiadać wiedzę i doświadczenie pozwalające na realizację zamówienia.

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie dołączone do oferty, którego wzór stanowi Załącznik Nr 1 do formularza oferty będącego integralną częścią SIWZ.

3. Wykonawca musi dysponować odpowiednim potencjałem technicznym, dlatego też musi wykazać w formie załączonego do oferty wykazu urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy w celu realizacji zamówienia, iż dysponuje:

- 3.1. 20 nośnikami (bilboardami) w Katowicach, 20 nośnikami (bilboardami) w Krakowie, 20 nośnikami (bilboardami) w Warszawie, 10 nośnikami (bilboardami) w Poznaniu, 10 nośnikami (bilboardami) w Łodzi i 15 nośnikami (bilboardami) we Wrocławiu w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia - **dotyczy CZĘŚCI I postępowania.**

- 3.2. 25 nośnikami (bilboardami) w każdym z miast (Kraków, Warszawa, Wrocław), przy czym w GOP: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia – **dotyczy CZĘŚCI II postępowania.**

- 3.3. 5 nośnikami (citylightami) w ścisłym centrum Katowic w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia - **dotyczy CZĘŚCI III postępowania.**

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie i wykaz (załączniki Nr 1 i Nr 2 do formularza oferty będące integralną częścią SIWZ) – odpowiednio do części zamówienia na którą/na które Wykonawca składa ofertę.

Wykonawca przy wykazywaniu spełniania warunków udziału w postępowaniu może polegać na potencjale technicznym innych podmiotów, zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP - w takiej sytuacji Wykonawca zobowiązany jest udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia w zakresie potencjału technicznego przedstawiając w tym celu **pisemne zobowiązanie tych podmiotów** do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia.

4. Wykonawca musi dysponować osobami zdolnymi do wykonania zamówienia.

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie dołączone do oferty, którego wzór stanowi Załącznik Nr 1 do formularza oferty będącego integralną częścią SIWZ.

5. Wykonawca musi znajdować się w sytuacji ekonomicznej i finansowej pozwalającej na realizację zamówienia.

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie dołączone do oferty, którego wzór stanowi Załącznik Nr 1 do formularza oferty będącego integralną częścią SIWZ.

## 6) Wykaz oświadczeń lub dokumentów, jakie mają dostarczyć Wykonawcy w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu i w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania.

1. W celu wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy PZP, wykonawca zobowiązany jest złożyć:

- 1.1. Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, o których mowa w art. 22 ust. 1 pkt 1 – 4 ustawy PZP (w formie oryginału).

- 1.2. Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy w celu realizacji zamówienia - odpowiednio do części zamówienia na którą/na które Wykonawca składa ofertę.
  - 1.2.1. Jeżeli Wykonawca przy wykazywaniu spełniania warunków udziału w postępowaniu zamierza polegać na potencjale technicznym innych podmiotów zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP, w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia w zakresie potencjału technicznego przedstawiając w tym celu **pisemne zobowiązanie tych podmiotów** do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia.
2. W celu wykazania braku podstaw do wykluczenia z postępowania, o którym mowa w art. 24 ust. 1 ustawy PZP, wykonawca zobowiązany jest złożyć:
  - 2.1. Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia.
  - 2.2. Aktualny na dzień składania ofert odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru (**wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert**), w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP; w przypadku, gdy ofertę składa kilka podmiotów działających wspólnie dotyczy to każdego z nich – przy czym wymóg ten nie dotyczy osób fizycznych.
  - 2.3. Aktualne na dzień składania ofert zaświadczenie od właściwego naczelnika urzędu skarbowego o nie zaleganiu z opłacaniem podatków lub o uzyskaniu przewidzianego prawem zwolnienia, odroczenia lub rozłożenia na raty zaległych płatności lub wstrzymania w całości wykonania decyzji organu podatkowego (wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert) w przypadku, gdy ofertę składa kilka osób fizycznych lub podmiotów działających wspólnie dotyczy to każdego z nich. **W przypadku gdy oferta jest składana przez osoby fizyczne prowadzące działalność w ramach spółki cywilnej obowiązek dotyczy wspólników (podatek dochodowy) jak i spółki (podatek VAT)**.
  - 2.4. Aktualne na dzień składania ofert zaświadczenie z właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego o nie zaleganiu z opłacaniem składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne lub potwierdzenie o uzyskaniu przewidzianego prawem zwolnienia, odroczenia lub rozłożenia na raty zaległych płatności lub wstrzymania w całości wykonania decyzji właściwego organu (wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert) w przypadku, gdy ofertę składa kilka osób fizycznych lub podmiotów działających wspólnie dotyczy to każdego z nich. **W przypadku gdy oferta jest składana przez osoby fizyczne prowadzące działalność w ramach spółki cywilnej obowiązek dotyczy wspólników jak też spółki w przypadku zatrudniania pracowników**.
3. W przypadku, gdy Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Polski, zamiast dokumentów, o których mowa w pkt 6)2. ppkt 2.2., 2.3. i 2.4. zobowiązany jest przedłożyć dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające że:
  - 3.1. nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości, (wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert).
  - 3.2. nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne albo, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu, (wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert);
4. Jeżeli w miejscu zamieszkania osoby lub w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów opisanych powyżej w pkt 6)3. ppkt 3.1 i 3.2. SIWZ, Wykonawca może je zastąpić dokumentami zawierającymi 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. Dokumenty te również powinny być wystawione w tych samych terminach, które określono w 6)3. ppkt. 3.1 i 3.2.
5. Dokumenty, o których mowa w pkt 6)3. i 6)4. SIWZ muszą być złożone w postaci oryginału lub kopii, przetłumaczonych na język polski i poświadczonych przez Wykonawcę za zgodność z oryginałem.
  6. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę mającego siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Polski, zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, z wnioskiem o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących przedłożonego dokumentu.
- 7) Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami oraz przekazania oświadczeń i dokumentów, a także wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z Wykonawcami.**
1. Dopuszcza się możliwość porozumiewania przy pomocy listu poleconego lub faksu (**z wyłączeniem przesyłania za pomocą faksu dokumentów i oświadczeń składanych przez Wykonawców w celu uzupełnienia zgodnie z art. 26 ust. 3 ustawy Prawo zamówień publicznych - wyłącznie forma pisemna**), z tym że oferta wraz z wymaganymi dokumentami i oświadczeniami musi zostać złożona w formie oryginału na piśmie przed upływem terminu, o którym mowa w pkt 11)1. SIWZ.
  2. Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca przekazują informacje, wnioski, zawiadomienia - faksem, każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania na wskazany w piśmie nr faksu strony żądającej potwierdzenia.
  3. Osobami uprawnionymi do kontaktowania się z Wykonawcami jest:  
Specjalista ds. zamówień publicznych Dorota Tomal, nr faksu: **32 259 98 04**.  
Specjalista ds. zamówień publicznych Justyna Gola, nr faksu: **32 259 98 04**.
  4. Adres Zamawiającego: Muzeum Śląskie, al. W. Korfańskiego 3, 40-005 Katowice, podając oznaczenie nadane sprawie przez Zamawiającego (oznaczenie sprawy wskazane w nagłówku SIWZ).
  5. **Zamawiający nie dopuszcza porozumiewania się drogą elektroniczną.**
  6. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający jest obowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż:
    - 1) na 6 dni przed upływem terminu składania ofert;
    - 2) na 4 dni przed upływem terminu składania ofert – w przetargu ograniczonym oraz negocjacjach z ogłoszeniem, jeżeli zachodzi pilna potrzeba udzielenia zamówienia;
    - 3) na 2 dni przed upływem terminu składania ofert – jeżeli wartość zamówienia jest mniejsza niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust.8 – 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.
  7. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu składania wniosku, o którym mowa w pkt 7)6. lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, zamawiający może udzielić wyjaśnień lub pozostawić wniosek bez rozpoznania.
  8. Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosku, o którym mowa w pkt 7)6.
  9. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami zamawiający przekazuje wykonawcom, którym przekazał SIWZ, bez ujawniania źródła zapytania, a jeżeli SIWZ jest udostępniona na stronie internetowej, zamieszcza na tej stronie.

### 8) Wymagania dotyczące wadium.

Nie wymaga się wniesienia wadium.

### 9) Termin związania ofertą.

1. Termin związania ofertą wynosi 30 dni.
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 do składania i otwarcia ofert.

### 10) Opis sposobu przygotowania ofert.

1. Wykonawca składa ofertę na wypełnionym i uzupełnionym formularzu oferty lub sporządza ofertę zgodnie z treścią formularza oferty.
2. Wykonawca może wypełnić tabele z formularza oferty dla jednej, dla dwóch bądź dla trzech części postępowania.
3. Oferta wraz ze stanowiącymi jej integralną część załącznikami powinna być sporządzona przez Wykonawcę według treści postanowień niniejszej SIWZ.
4. **Do oferty Wykonawca dołącza pełnomocnictwo (pełnomocnictwa) do reprezentowania go w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania go w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, jak również do poświadczania za zgodność z oryginałem lub składania oświadczeń woli w sprawie zamówienia publicznego, w formie oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii pełnomocnictwa - jeśli oferta będzie podpisana przez pełnomocnika.**
5. Dopuszcza się możliwość składania jednej oferty przez dwa lub więcej podmiotów, pod warunkiem, że taka oferta spełniać będzie następujące wymagania: Wykonawcy występujący wspólnie muszą ustanowić pełnomocnika jako przedstawiciela do reprezentowania ich w postępowaniu lub do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, a jego upoważnienie musi być udokumentowane pełnomocnictwem podpisanym przez upoważnionych przedstawicieli wszystkich Wykonawców występujących wspólnie, przy czym pełnomocnictwo to może wynikać z załączonej do oferty stosownej umowy.
6. W przypadku, gdy Wykonawca w miejsce któregoś z dokumentów, o których mowa w SIWZ dostarczy jego kopię, kopia ta musi być poświadczona za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę **z zastrzeżeniem pkt 10)7. SIWZ.**
7. **W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku podmiotów udostępniających Wykonawcy zasoby na zasadach określonych w art.26 ust.2b ustawy PZP, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio Wykonawcy lub tych podmiotów powinny być poświadczane za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę (kopie dokumentów dotyczących Wykonawcy poświadczą za zgodność z oryginałem Wykonawca) lub te podmioty (kopie dokumentów podmiotów udostępniających Wykonawcy zasoby poświadczą za zgodność z oryginałem podmiot udostępniający Wykonawcy zasoby).**
8. Zamawiający może zażądać przedstawienia oryginałów lub notarialnie poświadczonych kopii dokumentów jeśli przedstawione kserokopie będą nieczytelne lub będą wzbudzać wątpliwości co do ich prawdziwości.
9. Do oferty Wykonawca musi dołączyć komplet dokumentów i oświadczeń oraz wszelkich informacji wymaganych postanowieniami niniejszej SIWZ .

10. Oferta musi być napisana w języku polskim, na komputerze lub maszynie do pisania albo czytelnym pismem odręcznym.
11. Zaleca się aby wszystkie strony oferty wraz z załącznikami były podpisane przez osobę (osoby) uprawnione do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy, przy czym przynajmniej na formularzu oferty i jego załącznikach (oświadczeniach) oraz kopiach dokumentów poświadczanych za zgodność z oryginałem podpis (podpisy) winny być opatrzone pieczęcią firmową i imienną Wykonawcy lub czytelnym podpisem. Za osoby uprawnione do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawców uznaje się:
  - 11.1. osoby wykazane w prowadzonych przez sądy rejestrach handlowych, rejestrach spółdzielni lub rejestrach przedsiębiorstw państwowych, fundacji, stowarzyszeń itp.;
  - 11.2. osoby wykazane w zaświadczeniach o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej;
  - 11.3. osoby legitymujące się odpowiednim pełnomocnictwem udzielonym przez osoby, o których mowa powyżej; w przypadku podpisania oferty przez pełnomocnika Wykonawcy, pełnomocnictwo musi być dołączone do oferty;
  - 11.4. w przypadku, gdy ofertę składa konsorcjum czyli Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia, Wykonawcy zobowiązani są dołączyć do oferty odpowiednie pełnomocnictwo(a) udzielone przez pozostałych uczestników konsorcjum bądź stosowną umowę;
  - 11.5. w przypadku Wykonawców z siedzibą za granicą za osoby uprawnione uznaje się osoby wskazane, zgodnie z dokumentami państwa wystawienia, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania.
12. Zaleca się aby wszystkie karty oferty wraz z załącznikami były jednoznacznie ponumerowane i złożone w sposób uniemożliwiający swobodne wysunięcie się którejkolwiek karty oraz aby Wykonawca sporządził i dołączył spis treści oferty.
13. Wszelkie poprawki lub zmiany w tekście oferty muszą być podpisane przez osobę (osoby) podpisującą ofertę.
14. Wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty ponosi Wykonawca.
15. Ofertę wraz ze wszystkimi załącznikami Wykonawca winien umieścić w zamkniętej kopercie. Koperka powinna być zaadresowana do Zamawiającego, a także opatrzona nazwą i adresem Wykonawcy, aby oferty złożone po terminie mogły być zwrócone niezwłocznie Wykonawcy bez otwierania.
16. Wykonawca może wprowadzić zmiany w złożonej ofercie lub ją wycofać, pod warunkiem, że uczyni to przed terminem składania ofert. Zarówno zmiana, jak i wycofanie oferty wymagają formy pisemnej. Zmiany dotyczące treści oferty powinny być przygotowane, opakowane i zaadresowane w ten sam sposób co oferta. Dodatkowo opakowanie, w którym jest przekazywana zmieniona oferta należy opatrzyć napisem „ZMIANA”.
17. Pisemne oświadczenie o wycofaniu oferty powinno być opakowane i zaadresowane w ten sam sposób co oferta. Dodatkowo opakowanie, w którym jest przekazywane to powiadomienie należy opatrzyć napisem „WYCOFANE”.
18. Jeżeli Wykonawca zastrzega, że informacje objęte tajemnicą przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie mogą być udostępniane, informacje te należy umieścić w oddzielnej kopercie (wewnątrz opakowania oferty) oznaczonej napisem: „**Tajemnica przedsiębiorstwa**”. Informację o zastrzeżeniu dokumentów stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa trzeba podać również w formularzu oferty.

### 11) Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert.

1. Ofertę należy złożyć w nieprzejrystym opakowaniu / zamkniętej kopercie w:

**Muzeum Śląskie, al. W. Korfantego 3, 40-005 Katowice  
piętro IV, nr pokoju 406  
w terminie do dnia 25.05.2011 r. do godziny 10.00.**

Koperta / opakowanie zawierające ofertę powinno być zaadresowane do Zamawiającego na adres:

**Muzeum Śląskie, al. W. Korfantego 3, 40-005 Katowice  
piętro IV, pokój nr 406  
w terminie do dnia 25.05.2011 r. do godziny 10.00.**

Oznakowane następująco:

**„Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.**

**oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-7/11**

oraz opatry kopertę pieczęcią adresową Wykonawcy.

2. Zgodnie z art. 84 ust. 2 ustawy PZP - oferty otrzymane po terminie do składania ofert zostaną niezwłocznie zwrócone Wykonawcom.
3. Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną przez siebie ofertę pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne powiadomienie o wprowadzeniu zmian lub wycofaniu oferty przed upływem terminu składania ofert.
4. Wykonawca nie może wycofać oferty ani wprowadzić jakichkolwiek zmian w jej treści po upływie terminu składania ofert.
5. **Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi w dniu 25.05.2011 r. o godz. 10:30 w siedzibie Muzeum Śląskiego w Katowicach, przy al. W. Korfantego 3, piętro IV, pokój nr 408.**
6. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
7. 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 poszczególnych ofertach dla całości zamówienia.
8. Informacje, o których mowa w pkt 11) 6 i 7. SIWZ Zamawiający przekaze niezwłocznie Wykonawcom, którzy nie byli obecni przy otwarciu ofert, na ich wniosek.

### 12) Opis sposobu obliczenia ceny.

1. **Dotyczy CZĘŚCI I i II:** Cena oferty powinna zawierać cenę brutto za jeden billboard wyrażoną do dwóch miejsc po przecinku, którą należy wpisać w tabeli i przemnożyć przez ilość billboardów i podać cyfrą wartość brutto w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku w tabeli, a pod tabelą należy wpisać wartość netto i brutto (cyfrą i słownie), jak również stawkę i kwotę podatku od



towarów i usług (VAT) - odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę.

**Dotyczy CZĘŚCI III:** Cena oferty powinna zawierać cenę brutto za jeden nośnik citylight wyrażoną do dwóch miejsc po przecinku, którą należy wpisać w tabeli i przemnożyć przez ilość nośników citylight biorąc pod uwagę system miesięcznej wymiany plakatów = 1 typ plakatu eksponowany w każdym z 5 nośników przez okres jednego miesiąca = 12 zmian ekspozycji w każdym z 5 nośników przez okres 1 roku, i podać cyfrą wartość brutto w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku w tabeli, a pod tabelą należy wpisać wartość netto i brutto (cyfrą i słownie), jak również stawkę i kwotę podatku od towarów i usług (VAT) - w tabeli dotyczącej III części zamówienia, jeśli na tą część Wykonawca będzie składał ofertę.

- 2. Wartość brutto wpisana cyfrą w formularzu oferty w tabeli w wierszu: [wartość brutto kol. nr 2 x kol. nr 3] ma być równa wartości brutto wpisanej cyfrą i słownie pod tabelą** - odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę.
- 3. Wykonawca zobowiązany jest skalkulować cenę oferty tak, aby cena brutto za jeden billboard/jeden nośnik citylight, w lokalizacjach wybranych przez Wykonawcę spośród lokalizacji wskazanych w opisie przedmiotu zamówienia przez Zamawiającego, i w odpowiedniej ilości** - odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę - **obejmowała wszystkie koszty wykonania przedmiotu zamówienia tj. cenę wynajmu nośnika, wydruk plakatów w odpowiednich wymiarach i w odpowiedniej ilości dla tego nośnika, wyklejenie plakatu na nośniku i jego późniejsze usunięcie i zniszczenie, zysk Wykonawcy, oraz wszelkie inne koszty związane z realizacją zamówienia.**
- 4.** Cena jednostkowa brutto billboardu/nośnika citylight zawarta w tabeli - odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca składa ofertę - nie ulegnie zmianie w okresie obowiązywania Umowy.
- 5.** Nie przewiduje się zmiany ceny, tzn. iż wskazana w ofercie Wykonawcy na daną część/części postępowania cena będzie wartością stałą w okresie realizacji przedmiotu zamówienia za całość przedmiotu zamówienia odpowiednio do części postępowania, na którą Wykonawca złożył ofertę, chyba że zaistnieją okoliczności wskazane w ust.6.
- 6.** Zamawiający w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT dopuszcza możliwość zmiany wynagrodzenia o kwotę wynikającą ze zmienionej stawki podatku VAT po zawarciu stosownego aneksu.
- 7. Wykonawca może wypełnić formularz oferty dla jednej, dla dwóch bądź dla trzech części zamówienia.**
- 8.** Wykonawca może podać tylko jedną cenę odpowiednio dla jednej, dwóch lub trzech części zamówienia (bez proponowania rozwiązań wariantowych).
- 9.** W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić w cenie oferty koszt tych usług.
- 10.** Nie przewiduje się żadnych przedpłat ani zaliczek na poczet realizacji przedmiotu umowy.
- 11.** Jeżeli w postępowaniu zostanie złożona oferta, której wybór prowadziłby do powstania obowiązku podatkowego Zamawiającego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług w zakresie dotyczącym wewnątrz-wspólnotowego nabycia towarów, Zamawiający w celu oceny takiej oferty doliczy do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek wpłacić zgodnie z obowiązującymi przepisami.

**13) Opis kryteriów, którymi zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert.**

**Dla CZEŚCI I i CZEŚCI II:**

**CZEŚĆ I** - „Ogólnopolska outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

**CZEŚĆ II** - „Outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

Przy wyborze ofert Zamawiający będzie kierował się kryterium:

1. Cena oferty – 50%
2. Lokalizacja – 50%

LP = A + B, gdzie:		
KRYTERIUM		RANGA (%)
<b>A</b>	Cena	50 %
<b>B</b>	Lokalizacja	50 %
<b>LP</b>	<b>RAZEM</b>	<b>100 %</b>

$$LP = A + B$$

gdzie:

LP – łączna liczba punktów,

A – liczba uzyskanych punktów w kryterium „cena”;

B – liczba punktów w kryterium „lokalizacja”.

Przy ocenie kryterium „cena” zostanie wykorzystany wzór:

$$A = \frac{\text{Cena najniższa}}{\text{Cena badanej oferty}} \times 100 \times 50 \%$$

Oferty oceniane będą w skali punktowej od 0 do 50 punktów.

Maksymalna ilość punktów, jaką może uzyskać oferta w kryterium „cena” wynosi 50 pkt.

Obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Oferta wypełniająca w najwyższym stopniu wymagania, spośród ofert nie podlegających odrzuceniu, otrzyma maksymalną liczbę punktów (50 pkt) Pozostałym ofertom, wypełniającym wymagania kryterialne przypisana zostanie odpowiednio mniejsza (proporcjonalnie mniejsza) liczba punktów.

Wynik będzie traktowany jako wartość punktowa oferty (odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę).

Przy ocenie kryterium „**lokalizacja**” Zamawiający zastosuje poniższy wzór:

$$B = \frac{\text{Punktacja za lokalizację badanej oferty}}{\text{Punktacja oferty z najlepszą lokalizacją}} \times 100 \times 50 \%$$

Oferty oceniane będą w skali punktowej od 0 do 50 punktów.

Maksymalna ilość punktów, jaką może uzyskać oferta w kryterium „**lokalizacja**” wynosi 50 pkt. Obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Poprzez kryterium „**lokalizacja**” Zamawiający rozumie najlepsze punkty lokalizacyjne w każdym ze wskazanych miast, które Zamawiający będzie oceniał biorąc pod uwagę odległość w promieniu do 3000 m lokalizacji wybranych przez Wykonawcę spośród lokalizacji wskazanych w opisie przedmiotu zamówienia odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę.

Według Zamawiającego najkorzystniejszą ofertą według tego kryterium będzie oferta, w której przy ocenie wskazanych przez Wykonawcę lokalizacji w każdym ze podanych przez Zamawiającego miast, Wykonawca uzyska najwyższą liczbę punktów, zakładając następującą punktację do każdego z przedstawionych przez firmy miejsc lokalizacyjnych:

1. odległość do 1000 m – 5 pkt;
2. odległość od 1001 m do 1500 m – 4 pkt;
3. odległość od 1501 m do 2000 m – 3 pkt;
4. odległość od 2001 m do 2500 m – 2 pkt;
5. odległość od 2501 m do 3000 m – 1 pkt;

Maksymalnie można uzyskać 5 punktów w każdej z lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę w formularzu oferty w kol. Nr 3 odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę.

Oferta, która przedstawi najkorzystniejszy bilans (maksymalna liczba przyznanych punktów w oparciu o ustalone kryteria) zostanie uznana za najkorzystniejszą, pozostałe oferty zostaną sklasyfikowane zgodnie z ilością uzyskanych punktów. Realizacja zamówienia zostanie powierzona Wykonawcy, którego oferta (odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca będzie składał ofertę) uzyska najwyższą ilość punktów. Do obliczenia ilości punktów (bilansu) Zamawiający zastosuje wyżej opisany wzór, tj.:  $LP = A + B$ .

**Dla CZĘŚCI III:** „Outdoorowa kampania reklamowa Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu citylight”.

Przy wyborze ofert Zamawiający będzie kierował się kryterium cena oferty – 100%.

Oferty oceniane będą w skali punktowej od 0 do 100 punktów.

Zasady przyznawania odpowiedniej ilości punktów są następujące:

C min.

$KC1 = \frac{\text{-----}}{C \text{ bad.}} \times 100 \times 100\%$  gdzie:

KC1- cena

C min - cena minimalna

C bad - cena ofertowa w ofercie badanej

Obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Maksymalna ilość punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi 100 pkt.

Oferta wypełniająca w najwyższym stopniu wymagania, spośród ofert nie podlegających odrzuceniu, otrzyma maksymalną liczbę punktów (100 pkt.) Pozostałym ofertom, wypełniającym wymagania kryterialne przypisana zostanie odpowiednio mniejsza (proporcjonalnie mniejsza) liczba punktów. Wynik będzie traktowany jako wartość punktowa oferty.

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

Przed podpisaniem umowy Wykonawca winien złożyć:

- 1. Aktualna** kopię dokumentu dopuszczającego wykonawcę do obrotu prawnego, tj. na przykład odpis z właściwego rejestru lub zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, (w przypadku, gdy ofertę składa kilka podmiotów działających wspólnie dotyczy to każdego z nich) - w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
- 2. W przypadku Spółki cywilnej czy konsorcjum – umowę regulującą współpracę Spółki - w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.**
- 3. W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – Wykonawca jest zobowiązany przedstawić do akceptacji Zamawiającego Umowę z podwykonawcą - w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.**
- Zamawiający zawrze umowę w sprawie zamówienia publicznego w terminie nie krótszym niż 5 dni od dnia przesłania zawiadomienia o wyborze oferty, jeżeli zostanie ono przesłane faksem bądź 10 dni jeżeli zostanie ono przesłane w inny sposób.
- Zamawiający może zawrzeć umowę w sprawie zamówienia publicznego przed upływem terminów, o których mowa w pkt 14)4. SIWZ, jeżeli w postępowaniu o udzielenie zamówienia:
  - 5.1.** złożono tylko jedną ofertę;
  - 5.2.** nie odrzucono żadnej oferty oraz nie wykluczono żadnego Wykonawcy.
- Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny, chyba że zajdzie którakolwiek z przesłanek, o których mowa w art. 93 ust. 1 pkt 1 – 7 ustawy PZP.

#### **15) Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy.**

Nie wymaga się wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

#### **16) Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, ogólne warunki umowy albo wzór umowy, jeżeli Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby zawarł umowę w sprawie zamówienia publicznego na takich warunkach.**

1. Z Wykonawcą, który złoży ofertę najkorzystniejszą zostanie podpisana umowa, której wzór stanowi załącznik nr 5, załącznik nr 6 i załącznik nr 7 do SIWZ - odpowiednio do części zamówienia, na którą Wykonawca złożył ofertę.

**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 PZP.
2. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SIWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę prowadzoną przez Prezesa Urzędu 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 PZP.
4. Jeżeli wartość zamówienia jest mniejsza niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8, odwołanie przysługuje wyłącznie wobec czynności dotyczących: a) wyboru trybu negocjacji bez ogłoszenia, zamówienia z wolnej ręki lub zapytania o cenę; b) opisu sposobu dokonywania oceny spełniania warunków udziału w postępowaniu; c) wykluczenia odwołującego z postępowania o udzielenie zamówienia; d) odrzucenia oferty odwołującego.
5. 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.
6. Odwołanie wnosi się do Prezesa Izby w formie pisemnej albo elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Od odwołania uiszcza się wpis najpóźniej do dnia upływu terminu do wniesienia odwołania, a dowód jego uiszczenia dołącza się do odwołania.
7. 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 za pomocą jednego ze sposobów określonych w art. 27 ust.2 ustawy PZP, tj. faksem.
8. 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.
9. 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.
10. Na czynności, o których mowa powyżej, nie przysługuje odwołanie, z zastrzeżeniem art. 180 ust.2 ustawy PZP.
11. Odwołanie wnosi się w terminie 5 dni od dnia przesłania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia-jeżeli zostały przesłane w sposób określony w art. 27 ust.2, albo w terminie 10 dni – jeżeli zostały przekazane w inny sposób;
12. Odwołanie wobec treści ogłoszenia, także wobec treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, wnosi się w terminie 5 dni od dnia zamieszczenia ogłoszenia w Biuletynie Zamówień Publicznych lub SIWZ na stronie internetowej.
13. W przypadku wniesienia odwołania wobec treści ogłoszenia o zamówieniu lub postanowień SIWZ zamawiający może przedłużyć termin składania ofert.

- 14.** W przypadku wniesienia odwołania po upływie terminu składania ofert bieg terminu związania ofertą ulega zawieszeniu do czasu ogłoszenia przez Izbę orzeczenia.
- 15.** W przypadku wniesienia odwołania zamawiający nie może zawrzeć umowy do czasu ogłoszenia przez Izbę wyroku lub postanowienia kończącego postępowanie odwoławcze.
- 16.** Zamawiający przesyła niezwłocznie, nie później niż w terminie 2 dni od dnia otrzymania, kopię odwołania innym wykonawcom uczestniczącym w postępowaniu o udzielenie zamówienia, a jeżeli odwołanie dotyczy treści ogłoszenia o zamówieniu lub postanowień SIWZ, zamieszcza ją również na stronie internetowej, na której jest zamieszczone ogłoszenie o zamówieniu lub jest udostępniona SIWZ, wzywając Wykonawców do przystąpienia do postępowania odwoławczego.
- 17.** Wykonawca może zgłosić przystąpienie do postępowania odwoławczego w terminie 3 dni od dnia otrzymania kopii odwołania, wskazując stronę, do której przystępuje, i interes w uzyskaniu rozstrzygnięcia na korzyść strony, do której przystępuje. Zgłoszenie przystąpienia doręcza się przesyłając w formie pisemnej albo elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu, a jego kopię przesyła się zamawiającemu oraz Wykonawcy wnoszącemu odwołanie.
- 18.** Wykonawcy, którzy przystąpili do postępowania odwoławczego, stają się uczestnikami postępowania odwoławczego, jeżeli mają interes w tym, aby odwołanie zostało rozstrzygnięte na korzyść jednej ze stron.
- 19.** Zamawiający lub odwołujący może zgłosić opozycję przeciw przystąpieniu innego wykonawcy nie później niż do czasu otwarcia rozprawy.
- 20.** Czynności uczestnika postępowania odwoławczego nie mogą pozostawać w sprzeczności z czynnościami i oświadczeniami strony, do której przystąpili, z zastrzeżeniem zgłoszenia sprzeciwu, o którym mowa w art. 186 ust. 3, przez uczestnika, który przystąpił do postępowania po stronie Zamawiającego.
- 21.** Odwołujący oraz wykonawca wezwany do przystąpienia do postępowania odwoławczego nie mogą następnie korzystać ze środków ochrony prawnej wobec czynności zamawiającego wykonanych zgodnie z wyrokiem Izby lub sądu na podstawie art. 186 ust. 2 i 3 ustawy PZP.
- 22.** Izba rozpoznaje odwołanie w terminie 15 dni od dnia jego doręczenia przesyłając Izbie.
- 23.** Do postępowania odwoławczego stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964r., Nr 43, poz. 296, z późn. zm.) o sądzie polubownym (arbitrażowym), jeżeli ustawa PZP nie stanowi inaczej.
- 24.** Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu. W postępowaniu toczącym się wskutek wniesienia skargi stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego o apelacji, jeżeli przepisy niniejszego rozdziału nie stanowią inaczej.
- 25.** Skargę do sądu wnosi się do sądu okręgowego właściwego dla siedziby albo miejsca zamieszkania zamawiającego.
- 26.** Skargę wnosi się do sądu okręgowego właściwego dla siedziby albo miejsca zamieszkania zamawiającego za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w terminie 7 dni od dnia doręczenia orzeczenia Izby, przesyłając jednocześnie jej odpis przeciwnikowi skargi. Złożenie skargi w placówce pocztowej operatora publicznego jest równoznaczne z jej wniesieniem. Od skargi uiszcza się opłatę.
- 27.** Skarga powinna czynić zadość wymaganiom przewidzianym dla pisma procesowego oraz zawierać oznaczenie zaskarżonego orzeczenia, przytoczenie zarzutów, zwięzłe ich uzasadnienie, wskazanie dowodów, a także wniosek o uchylenie orzeczenia lub o zmianę orzeczenia w całości lub w części. W postępowaniu toczącym się na skutek wniesienia skargi nie można rozszerzyć żądania odwołania ani występować z nowymi żądaniami.
- 28.** Zamawiający informuje, iż szczegółowe uregulowanie środków ochrony prawnej zawarte jest w dziale VI ustawy, tj. art. 179 – 198g ustawy PZP.

**18) Opis części zamówienia, jeżeli Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych.**

1. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych:

**CZEŚĆ I** - „Ogólnopolska outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

**CZEŚĆ II** - „Outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

**CZEŚĆ III** – „Outdoorowa kampania reklamowa Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu citylight”.

**19) Informacja o umowie ramowej.**

1. Zamawiający nie przewiduje możliwości zawarcia umowy ramowej.

**20) Informacja o przewidywanych zamówieniach uzupełniających, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub art. 134 ust. 6 pkt 3 PZP.**

1. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielania zamówień uzupełniających.

**21) Opis sposobu przedstawiania ofert wariantowych oraz minimalne warunki, jakim muszą odpowiadać oferty wariantowe, jeżeli Zamawiający dopuszcza ich składanie.**

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.

**22) Zamawiający nie przewiduje aukcji elektronicznej.**

**23) Informacje dotyczące walut obcych, w jakich mogą być prowadzone rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą.**

1. Rozliczenia pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym będą dokonywane w złotych polskich (PLN).

**24) Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.**

**25)** Zamawiający żąda wskazania, odpowiednio do treści postanowień SIWZ, przez Wykonawcę w ofercie części zamówienia, której wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom, tj.: w przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy, do oferty musi być załączony wykaz z zakresem powierzonych im zadań (części zamówienia) - **załącznik nr 4 do formularza oferty** - wypełniony i uzupełniony lub sporządzony zgodnie z jego treścią, przy czym niedopuszczalnym jest podzlecenie prac przez podwykonawców dla kolejnych podwykonawców.

**Załącznik NR 1 do SIWZ**

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA** na zadanie: „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.

**CZĘŚĆ I** : „Ogólnopolska outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”

1. Termin ekspozycji: od 15 sierpnia 2011 r. (+/-) 2 dni – do 15 września 2011 r. (+/-) 2 dni.
2. Typ nośników: billboardy 12m<sup>2</sup> naścienne lub wolnostojące, oświetlone. Billboardy winny być umiejscowione w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, w miejscach umożliwiających dotarcie reklamy do jak najszerszego kręgu odbiorców tj.: w centrach miast o których mowa poniżej, przy drogach dojazdowych i wyjazdowych z i do miast, drogach przelotowych, głównych skrzyżowaniach, centrach handlowych itp. Każdy billboard (nośnik) ma posiadać estetyczną, wolną od jakichkolwiek graffiti lub innych malowideł, nie zniszczoną i nie uszkodzoną ramę. Reklama umieszczona na billboardzie winna być w całości widoczna (nie zasłonięta przez krzewy, drzewa). Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć do akceptacji Zamawiającego co najmniej 10 dni przed ekspozycją reklam, plan dotyczący ekspozycji. Plan musi zawierać dokładny adres umieszczenia każdego billboardu wraz z aktualnym zdjęciem, potwierdzającym lokalizację, stan techniczny oraz estetyczny nośnika wraz z opisem lokalizacji (w formie papierowej lub na nośniku CD).
3. Lokalizacja nośników:
  - a. w 6 miastach Polski: Katowice, Kraków, Warszawa, Poznań, Łódź, Wrocław;
  - b. w promieniu do 3000 m od następujących instytucji kultury lub lokalizacji:
    - w Katowicach: na następujących trasach dojazdowych do Katowic, nie dalej niż w promieniu 3000 m od Rynku: ul. Warszawska, ul. Francuska, ul. T. Kościuszki, al. Górnośląska, al. Roździeńskiego, ul. Chorzowska, al. W. Korfatego, Biblioteka Śląska, Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek, Rondo im. gen. Ziętka, Silesia City Center
    - w Krakowie: Muzeum Narodowe, Stara Synagoga (Kazimierz), Galeria Sztuki Współczesnej - Bunkier Sztuki, Akademia Górniczo-Hutnicza, Uniwersytet Jagielloński, Wawel, Galeria Handlowa Kazimierz i Galeria Handlowa Krakowska;
    - w Warszawie: Teatr Współczesny, Centrum Sztuki Współczesnej – MS2, Centrum Edukacji Artystycznej, Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza, Narodowe Centrum Kultury, Zamek Królewski, Muzeum Narodowe, Muzeum Łazienki Królewskie,



Muzeum Historyczne Miasta Warszawy, Muzeum Powstania Warszawskiego, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, Centrum Nauki Kopernik, Muzeum Techniki, Państwowe Muzeum Etnograficzne, Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina, Uniwersytet Warszawski, Akademia Sztuk Pięknych, Centrum Handlowe Manufaktura;

- w Poznaniu: Centrum Kultury Zamek, Galeria Miejska Arsenał, Muzeum Narodowe, Muzeum Etnograficzne, Muzeum Archeologiczne, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Uniwersytet Ekonomiczny, Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa, Akademia Muzyczna, Teatr Wielki, Galeria Sztuki Współczesnej;
  - w Łodzi: Muzeum Miasta Łodzi, Muzeum Sztuki Współczesnej, Muzeum Kinematografii, Muzeum Archeologiczne i Etnograficzne, Teatr Wielki, Teatr Muzyczny, Teatr Nowy im. Dejmka, Teatr Powszechny, Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania, Akademia Muzyczna, Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Łódzki, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Akademia Sztuk Pięknych;
  - we Wrocławiu: Muzeum Miejskie Wrocławia, Muzeum Narodowe, Muzeum Architektury, Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego, Muzeum Historyczne, Muzeum Etnograficzne, Muzeum Sztuki Współczesnej, Opera Wrocławska, Plac Teatralny, Galeria Dominikańska, Galeria na Solnym, Galeria Sztuki Współczesnej, Uniwersytet Wrocławski, Wyższa Szkoła Filologiczna, Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania;
- c. na wysokości: dolna krawędź nie niżej niż 2 metry od poziomu podłoża i nie wyżej niż 5 metrów od poziomu podłoża.
4. Wynajem nośników w ilości: 20 nośników w Katowicach, 20 nośników w Krakowie, 20 nośników w Warszawie, 10 nośników w Poznaniu, 10 nośników w Łodzi i 15 nośników we Wrocławiu przy czym **każda ze wskazanych przez Wykonawcę w danym mieście lokalizacji musi znajdować się w promieniu do 3000 m od jakiegokolwiek ze wskazanych przez Zamawiającego w danym mieście Instytucji kultury/lokalizacji, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.**
5. Wydrukowanie na billboardy plakatów o wymiarach co najmniej 500x235 cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu) zgodnie z dostarczonym projektem graficznym przesłanym na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub przesyłanym mailem w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia kampanii.
6. Wyklejenie plakatów na nośnikach w terminie do 48 godzin od daty rozpoczęcia Kampanii.

7. Utrzymanie reklamy na nośnikach w należyłym stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki, prowadzenie stałych, bieżących kontroli jakości plakatów oraz, w przypadku uszkodzenia lub zniszczenia, w tym na skutek aktów wandalizmu, wymiana plakatów na nowe na koszt Wykonawcy;
8. Wymianę plakatów w terminie 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich zniszczeniu lub uszkodzeniu, również na podstawie informacji przekazanej Wykonawcy przez Zamawiającego telefonicznie lub za pomocą poczty elektronicznej.
9. Po zakończeniu Kampanii - usunięcie plakatów z billboardów oraz ich zniszczenie na koszt Wykonawcy;
10. Umożliwienie Zamawiającemu monitorowania drogą elektroniczną systemu wyklejania przez Wykonawcę plakatów.
11. Dostarczenie przez Wykonawcę raportu z kampanii reklamowej zawierającego datę wyklejenia każdego plakatu i fotografię dokumentującą daną lokalizację do 14 dni roboczych po jej zakończeniu.
12. Współpraca na zasadzie patronatu medialnego. Zamawiający umieści w projekcie graficznym logo Wykonawcy o wymiarach 50x20 cm.

Warunki realizacji zostały również określone we wzorze Umowy stanowiącym integralną część SIWZ (Załącznik Nr 5 do formularza oferty).

---

**CZĘŚĆ II:** „Outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

1. Termin ekspozycji: od 15 października 2011 r. (+/-) 2 dni – do 15 listopada 2011 r. (+/-) 2 dni.
2. Typ nośników: billboardy 12m<sup>2</sup> naścienne lub wolnostojące oświetlone. Billboardy winny być umiejscowione w miejscach o dużym natężeniu ruchu pojazdów i pieszych, w miejscach umożliwiających dotarcie reklamy do jak najszerszego kręgu odbiorców tj.: w centrach miast o których mowa poniżej, przy drogach dojazdowych i wyjazdowych z i do miast, drogach przelotowych, głównych skrzyżowaniach, centrach handlowych itp. Każdy billboard (nośnik) ma posiadać estetyczną, wolną od jakichkolwiek graffiti lub innych malowideł, nie zniszczoną i nie uszkodzoną ramę. Reklama umieszczona na billboardzie winna być w całości widoczna (nie zasłonięta przez krzewy, drzewa). Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć do akceptacji Zamawiającego co najmniej 10 dni przed ekspozycją reklam, plan dotyczący ekspozycji. Plan musi

zawierać dokładny adres umieszczenia każdego billboardu wraz z aktualnym zdjęciem, potwierdzającym lokalizację, stan techniczny oraz estetyczny nośnika wraz z opisem lokalizacji (w formie papierowej lub na nośniku CD).

**3. Lokalizacja nośników:**

**a.** w 4 miejscach w Polsce: GOP, Kraków, Warszawa, Wrocław;

**b.** w promieniu do 3000 m od następujących instytucji kultury lub lokalizacji:

- GOP: w Katowicach: na następujących trasach dojazdowych do Katowic, nie dalej niż w promieniu 3000 m od Rynku: ul. Warszawska, ul. Francuska, ul. T. Kościuszki, al. Górnośląska, al. Roździeńskiego, ul. Chorzowska, al. W. Korfanteo, Biblioteka Śląska, Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek, Rondo im. gen. Ziętka, Silesia City Center; w Gliwicach: nie dalej niż w promieniu 3000 m od skrzyżowania ulic Zwycięstwa i Kardynała Wyszyńskiego lub Centrum Handlowego Forum; w Bytomiu: nie dalej niż 3000 m od Placu Kościuszki; w Tychach: nie dalej niż 3000 m od placu Baczyńskiego
- w Krakowie: Muzeum Narodowe, Stara Synagoga (Kazimierz), Galeria Sztuki Współczesnej - Bunkier Sztuki, Akademia Górniczo-Hutnicza, Uniwersytet Jagielloński, Wawel, Galeria Handlowa Kazimierz i Galeria Handlowa Krakowska;
- w Warszawie: Teatr Współczesny, Centrum Sztuki Współczesnej – MS2, Centrum Edukacji Artystycznej, Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza, Narodowe Centrum Kultury, Zamek Królewski, Muzeum Narodowe, Muzeum Łazienki Królewskie, Muzeum Historyczne Miasta Warszawy, Muzeum Powstania Warszawskiego, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, Centrum Nauki Kopernik, Muzeum Techniki, Państwowe Muzeum Etnograficzne, Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina, Uniwersytet Warszawski, , Akademia Sztuk Pięknych, Centrum Handlowe Manufaktura;
- we Wrocławiu: Muzeum Miejskie Wrocławia, Muzeum Narodowe, Muzeum Architektury, Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego, Muzeum Historyczne, Muzeum Etnograficzne, Muzeum Sztuki Współczesnej, Opera Wrocławska, Plac Teatralny, Galeria Dominikańska, Galeria na Solnym, Galeria Sztuki Współczesnej, Uniwersytet Wrocławski, Wyższa Szkoła Filologiczna, Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania.

**c.** na wysokości: dolna krawędź nie niżej niż 2 metry od poziomu podłoża i nie wyżej niż 5 metrów od poziomu podłoża;

**4.** Wynajem nośników w ilości: 25 w każdym z miast (Kraków, Warszawa, Wrocław) przy czym w GOP: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu tj. **każda ze wskazanych przez Wykonawcę w danym mieście lokalizacji musi znajdować się w promieniu do 3000 m od jakiegokolwiek ze wskazanych przez Zamawiającego w danym mieście**

**Instytucji kultury/lokalizacji, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.**

5. Wydrukowanie na billboardy plakatów o wymiarach co najmniej 500x235 cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu) zgodnie z dostarczonym projektem graficznym przesłanym na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub przesyłanym mailem w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Kampanii.
6. Wyklejenie plakatów na nośnikach w terminie do 48 godzin od daty rozpoczęcia Kampanii.
7. Utrzymanie reklamy na nośnikach w należyłym stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki, prowadzenie stałych, bieżących kontroli jakości plakatów oraz, w przypadku uszkodzenia lub zniszczenia, w tym na skutek aktów wandalizmu, wymiana plakatów na nowe na koszt Wykonawcy.
8. Wymianę plakatów w terminie 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich uszkodzeniu lub zniszczeniu, również na podstawie informacji przekazanej Wykonawcy przez Zamawiającego telefonicznie lub za pomocą poczty elektronicznej.
9. Po zakończeniu Kampanii - usunięcie plakatów z billboardów oraz ich zniszczenie na koszt Wykonawcy.
10. Umożliwienie Zamawiającemu monitorowania drogą elektroniczną systemu wyklejania przez Wykonawcę plakatów.
11. Dostarczenie przez Wykonawcę raportu z kampanii reklamowej zawierającego datę wyklejenia każdego plakatu i fotografię dokumentującą daną lokalizację do 14 dni roboczych po jej zakończeniu.
12. Współpraca na zasadzie patronatu medialnego. Zamawiający umieści w projekcie graficznym logo Wykonawcy o wymiarach 50x20 cm.

Warunki realizacji zostały również określone we wzorze Umowy stanowiącym integralną część SIWZ (Załącznik Nr 6 do formularza oferty).

---

**CZĘŚĆ III:** „Outdoorowa kampania reklamowa Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu citilight”.

1. Termin ekspozycji: od 1 stycznia 2012 r. – do 31 grudnia 2012 r.

- 2.** Ekspozycja plakatów reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach typu citylight usytuowanych w wiatkach przystankowych tramwajowych lub autobusowych (strona wewnętrzna) lub na terenie przystanków tramwajowych lub autobusowych (jeżeli przystanek nie posiada wiaty) również od strony wewnętrznej.
- 3.** Wynajem nośników w ilości: 5 sztuk, tj. po jednym nośniku w danej lokalizacji wybranej przez Wykonawcę spośród lokalizacji wymienionych w ust. 5.
- 4.** System miesięcznej wymiany plakatów = 1 typ plakatu eksponowany w każdym z 5 nośników przez okres jednego miesiąca = 12 zmian ekspozycji w każdym z 5 nośników przez okres 1 roku.
- 5.** Lokalizacja: ścisłe centrum Katowic, miejsca: Teatr Śląski – ul. Warszawska, Uniwersytet Śląski - Plac Sejmu Śl., Akademia Ekonomiczna – ul. 1-Maja, Pałac Młodzieży – ul. Mikołowska, Rondo Sztuki – Rondo im. gen. Ziętka, Rynek, Plac Młodzieży Powstańczej, Plac Wolności, SCC – ul. Chorzowska, Biblioteka Śląska – plac Rady Europy.
- 6.** Comiesięczny wydruk plakatów o wymiarach co najmniej 180x120 cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia Kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu) zgodnie z dostarczonym przez zamawiającego projektem graficznym przesłanym na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub przesyłanym mailem w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie 5 dni roboczych przed pierwszym dniem każdego miesiąca.
- 7.** Wyklejenie plakatów na nośnikach w terminie do 48 godzin od daty rozpoczęcia Kampanii.
- 8.** Comiesięczna wymiana plakatów w wiatkach w terminie do dwóch dni od pierwszego dnia danego miesiąca oraz zniszczenie wymienionych plakatów.
- 9.** Wymianę plakatów w terminie 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich uszkodzeniu, również na podstawie informacji przekazanej przez Zamawiającego telefonicznie lub za pomocą poczty elektronicznej.
- 10.** Całoroczny monitoring nośników + utrzymanie reklamy na nośnikach w należyтым stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki.
- 11.** Współpraca na zasadzie patronatu medialnego. Zamawiający umieści w projekcie graficznym logo Wykonawcy o wymiarach 5x8 cm.

Warunki realizacji zostały również określone we wzorze Umowy stanowiącym integralną część SIWZ (Załącznik Nr 7 do formularza oferty).

**FORMULARZ OFERTY**

**ZAMAWIAJĄCY – Muzeum Śląskie, al. W. Korfańskiego 3, 40-005 Katowice.**

Nazwa (Firma) Wykonawcy –

Adres siedziby –

Adres do korespondencji –

Tel. - .....; fax - .....

NIP - .....; REGON - .....

1. Oferuję wykonanie przedmiotu zamówienia określonego w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia na zadanie: „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”, za cenę:

**CZEŚĆ I** - „Ogólnopolska outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

	1.	2.	3.
Lp.	Cena brutto jednego billboardu	Ilość billboardów	Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]
1.		95	

Obliczenie ceny z uwzględnieniem zapisów pkt 12). SIWZ „Opis sposobu obliczenia ceny”.

Wartość netto za 95 billboardów: ..... zł

Słownie (...../100)

VAT ..... % ..... zł

Wartość brutto za 95 billboardów: ..... zł

Słownie (...../100)

**W następujących lokalizacjach:**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji (wskazany/ch przez Wykonawcę) i rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w promieniu do 3000 m wybranej przez Wykonawcę lokalizacji spośród lokalizacji wskazanych w kolumnie nr 2, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
<b>1.</b>	<b>Katowice Rynek</b>	ul. Warszawska		
		ul. Francuska		
		ul. T. Kościuszki		
		al. Górnośląska		
		al. Roździeńskiego		
		ul. Chorzowska		
		al. W. Korfantego		
		Biblioteka Śląska		
		Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek		

		Rondo im. gen. Ziętka		
		Silesia City Center		
<b>2.</b>	<b>Kraków</b>	Muzeum Narodowe		
		Stara Synagoga (Kazimierz)		
		Galeria Sztuki Współczesnej- Bunkier sztuki		
		Galeria Handlowa Kazimierz		
		Galeria Handlowa Krakowska		
		Akademia Górniczo-Hutnicza		
		Uniwersytet Jagielloński		
		Wawel		



3.	Warszawa	Teatr Współczesny		
		Centrum Sztuki Współczesnej – MS2		
		Centrum Edukacji Artystycznej		
		Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza		
		Narodowe Centrum Kultury		
		Zamek Królewski		
		Muzeum Narodowe		
		Muzeum Łazienki Królewskie		
		Muzeum Historyczne Miasta Warszawy		
		Muzeum Powstania Warszawskiego		
		Zachęta Narodowa Galeria Sztuki		

		Centrum Nauki Kopernik		
		Muzeum Techniki		
		Państwowe Muzeum Etnograficzne		
		Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina		
		Uniwersytet Warszawski		
		Akademia Sztuk Pięknych		
		Centrum Handlowe Manufaktura		
<b>4.</b>	<b>Poznań</b>	Centrum Kultury Zamek		
		Galeria Miejska Arsenał		
		Muzeum Narodowe		

		Muzeum Etnograficzne		
		Muzeum Archeologiczne		
		Uniwersytet Adama Mickiewicza		
		Uniwersytet Ekonomiczny		
		Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa		
		Akademia Muzyczna		
		Teatr Wielki		
		Galeria Sztuki Współczesnej		
<b>5.</b>	<b>Łódź</b>	Muzeum Miasta Łodzi		
		Muzeum Sztuki Współczesnej		

	Muzeum Kinematografii		
	Muzeum Archeologiczne i Etnograficzne		
	Teatr Wielki		
	Teatr Muzyczny		
	Teatr Nowy im. Dejmka		
	Teatr Powszechny		
	Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania		
	Akademia Muzyczna		
	Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych		
	Uniwersytet Łódzki		
	Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna		

		Akademia Sztuk Pięknych		
<b>6.</b>	<b>Wrocław</b>	Muzeum Miejskie Wrocławia		
		Muzeum Narodowe		
		Muzeum Architektury		
		Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego		
		Muzeum Historyczne		
		Muzeum Etnograficzne		
		Muzeum Sztuki Współczesnej		
		Opera Wrocławska		
		Plac Teatralny		
		Galeria Dominikańska		

	Galeria na Solnym		
	Galeria Sztuki Współczesnej		
	Uniwersytet Wrocławski		
	Wyższa Szkoła Filologiczna		
	Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania		

Ilość nośników: 20 nośników w Katowicach, 20 nośników w Krakowie, 20 nośników w Warszawie, 10 nośników w Poznaniu, 10 nośników w Łodzi i 15 nośników we Wrocławiu.

**W tabeli, w kolumnie nr 4 Wykonawca wpisuje cyfrą odległość (w metrach) w związku z pkt 13). SIWZ, a mianowicie punktacją przyznawaną przez Zamawiającego w kryterium „lokalizacja”.**

**CZĘŚĆ II** - „Outdoorowa kampania informacyjno-promocyjna Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>”.

	1.	2.	3.
Lp.	Cena brutto jednego billboardu	Ilość billboardów	Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]
1.		100	

**Obliczenie ceny z uwzględnieniem zapisów pkt 12). SIWZ „Opis sposobu obliczenia ceny”.**

**Wartość netto za 100 billboardów: ..... zł**

**Słownie (...../100)**

**VAT ..... % ..... zł**

**Wartość brutto za 100 billboardów: ..... zł**

**Słownie (...../100)**

**W następujących lokalizacjach:**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji (wskazany/ch przez Wykonawcę) i rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w promieniu do 3000 m wybranej przez Wykonawcę lokalizacji spośród lokalizacji wskazanych w kolumnie nr 2, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
<b>1.</b>	<b>GOP</b>	Katowice, ul. Warszawska		
		Katowice, ul. Francuska		
		Katowice, ul. T. Kościuszki		
		Katowice, al. Górnośląska		
		Katowice, al. Roździeńskiego		

		Katowice, ul. Chorzowska		
		Katowice, al. W. Korfantego		
		Katowice, Biblioteka Śląska		
		Katowice, Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek		
		Katowice, Rondo im. gen. Ziętka		
		Katowice, Silesia City Center		
		Gliwice, Skrzyżowanie ulic Zwycięstwa i Kardynała Wyszyńskiego lub Centrum Handlowego Forum		
		Bytom, Plac Kościuszki		
		Tychy, Plac Baczyńskiego		



<b>2.</b>	<b>Kraków</b>	Muzeum Narodowe		
		Stara Synagoga (Kazimierz)		
		Galeria Sztuki Współczesnej- Bunkier Sztuki		
		Galeria Handlowa Kazimierz		
		Galeria Handlowa Krakowska		
		Akademia Górniczno-Hutnicza		
		Uniwersytet Jagielloński		
		Wawel		
<b>3.</b>	<b>Warszawa</b>	Teatr Współczesny		
		Centrum Sztuki Współczesnej – MS2		
		Centrum Edukacji Artystycznej		

	Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza		
	Narodowe Centrum Kultury		
	Zamek Królewski		
	Muzeum Narodowe		
	Muzeum Łazienki Królewskie		
	Muzeum Historyczne Miasta Warszawy		
	Muzeum Powstania Warszawskiego		
	Zachęta Narodowa Galeria Sztuki		
	Centrum Nauki Kopernik		
	Muzeum Techniki		
	Państwowe Muzeum Etnograficzne		

		Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina		
		Uniwersytet Warszawski		
		Akademia Sztuk Pięknych		
		Centrum Handlowe Manufaktura		
<b>4.</b>	<b>Wrocław</b>	Muzeum Miejskie Wrocławia		
		Muzeum Narodowe		
		Muzeum Architektury		
		Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego		
		Muzeum Historyczne		
		Muzeum Etnograficzne		
		Muzeum Sztuki Współczesnej		
		Opera Wrocławska		

	Plac Teatralny		
	Galeria Dominikańska		
	Galeria na Solnym		
	Galeria Sztuki Współczesnej		
	Uniwersytet Wrocławski		
	Wyższa Szkoła Filologiczna		
	Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania		

Ilość nośników: 25 w każdym z miast (Kraków, Warszawa, Wrocław) przy czym w GOP: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu.

**W tabeli, w kolumnie nr 4 Wykonawca wpisuje cyfrą odległość (w metrach) w związku z pkt 13). SIWZ, a mianowicie punktacją przyznawaną przez Zamawiającego w kryterium „lokalizacja”.**

**CZEŚĆ III** – „Outdoorowa kampania reklamowa Muzeum Śląskiego przeprowadzona przy wykorzystaniu nośników typu citylight”.

	1.	2.	3.
Lp.	<b>Cena brutto jednego nośnika citylight przy założeniu 12 zmian ekspozycji w jednym nośniku przez okres 1 roku</b>	<b>Ilość nośników</b>	<b>Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]</b>

<b>1.</b>		<b>5</b>	
-----------	--	----------	--

**Obliczenie ceny z uwzględnieniem zapisów pkt 12). SIWZ „Opis sposobu obliczenia ceny”.**

**Wartość netto za 5 nośników citylight: ..... zł**

**Słownie (...../100)**

**VAT ..... % ..... zł**

**Wartość brutto za 5 nośników citylight: ..... zł**

**Słownie (...../100)**

**W następujących lokalizacjach:**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę Wiaty przystankowe tramwajowe/autobusowe; po jednym nośniku w lokalizacji wybranej przez Wykonawcę spośród lokalizacji wymienionych w kolumnie Nr 2.
<b>1.</b>	<b>Ścisłe centrum Katowic</b>	Teatr Śląski – ul. Warszawska	
		Uniwersytet Śląski – Plac Sejmu Śl.	
		Akademia Ekonomiczna – ul. 1-Maja	
		Pałac Młodzieży – ul. Mikołowska	

		Rondo Sztuki – Rondo im. gen. Ziętka	
		Rynek	
		Plac Młodzieży Powstańczej	
		Plac Wolności	
		SCC – ul. Chorzowska	
		Biblioteka Śląska – plac Rady Europy	

**Ilość nośników: 5 sztuk.**

**Uwaga:**

**Wykonawca wypełnia tabelę (odnośnie ceny i lokalizacji) w tej/tych części/częściach postępowania, na którą/na które składa ofertę.**

**Ceny w tabeli/tabelach należy określić tylko cyfrą bez podawania jej słownie.**

Ceny winny być liczone do dwóch miejsc po przecinku.

1. Oferujemy termin realizacji zamówienia z uwzględnieniem zapisu pkt 4) SIWZ - odpowiednio do części zamówienia na którą/które Wykonawca składa ofertę.
2. Oświadczamy, że uważamy się za związanych niniejszą ofertą na czas wskazany w SIWZ, tj. 30 dni od daty jej otwarcia.
3. Oświadczamy zgodnie z art. 44 ustawy PZP, że spełniamy warunki udziału w postępowaniu określone w SIWZ oraz że zapoznaliśmy się ze SIWZ i uznajemy się za związanych określonymi w niej warunkami i zasadami postępowania.
4. Oświadczamy, że zawarty w SIWZ wzór umowy został przez nas zaakceptowany i zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty do zawarcia umowy na warunkach określonych w

załączniku nr 5\*, w załączniku nr 6\*, w załączniku nr 7\* do formularza oferty, po dopełnieniu formalności określonych w pkt **14)**. **SIWZ**, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

**5.** Oferta liczy .....\* kolejno ponumerowanych kart.

**6.** Załącznikami do niniejszego formularza oferty są:

**Załącznik Nr 1** - Oświadczenie Wykonawcy o spełnianiu warunków;

**Załącznik Nr 2** - Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy I części postępowania);

**Załącznik Nr 2** - Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy II części postępowania);

**Załącznik Nr 2** - Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy III części postępowania);

**Załącznik Nr 3** - Oświadczenie Wykonawcy o braku podstaw do wykluczenia;

**Załącznik Nr 4** - w przypadku korzystania z podwykonawców Wykonawca zobowiązany jest do złożenia wypełnionego Zał. Nr 4 do SIWZ.

**Załącznik Nr 5** - wzór umowy (fakultatywnie)\*.

**Załącznik Nr 6** - wzór umowy (fakultatywnie)\*.

**Załącznik Nr 7** - wzór umowy (fakultatywnie)\*.

inne:

.....  
.....  
.....

**Miejsca wykropkowane i/lub oznaczone „\*” we wzorze formularza oferty i wzorach jego załączników Wykonawca zobowiązany jest odpowiednio do ich treści wypełnić lub skreślić.**

Miejscowość ..... dnia ..... 2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)

**Załącznik Nr 1 do formularza oferty**

*(Pieczęć firmowa Wykonawcy)*

**OŚWIADCZENIE**

Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na wyłonienie Wykonawcy na zadanie:

**„Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”**

oświadczamy, że spełniamy warunki dotyczące:

- 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania;
- 2) posiadania wiedzy i doświadczenia;
- 3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
- 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej.

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)



**Załącznik Nr 2 do formularza oferty**

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

**Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy I części postępowania)**

na zadanie: „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”

L.p.	1. Nazwa miasta	2. Ilość billboardów w każdym z miast wymienionych w kol. Nr 1	3. Podstawa do dysponowania billboardami (wraz z podaniem ilości)	
			Własność Wykonawcy	Inna forma dysponowania
1.	Katowice	20		
2.	Kraków	20		
3.	Warszawa	20		
4.	Poznań	10		
5.	Łódź	10		
6.	Wrocław	15		

**Uwaga!**

Nie wykazanie zgodnie z pkt 5)3.1. SIWZ, iż Wykonawca dysponuje 20 nośnikami (billboardami) w Katowicach, 20 nośnikami (billboardami) w Krakowie, 20 nośnikami (billboardami) w Warszawie, 10 nośnikami (billboardami) w Poznaniu, 10 nośnikami (billboardami) w Łodzi i 15 nośnikami (billboardami) we Wrocławiu w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia - skutkuje wykluczeniem Wykonawcy.

**Uwaga!**

**Do oferty należy dołączyć pisemne zobowiązanie zgodnie z pkt 6) 1.2.1. SIWZ i w formie określonej w pkt 10)7. SIWZ, jeżeli Wykonawca przy wykazywaniu spełniania powyższego warunku będzie korzystał z zasobów innych podmiotów zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP.**

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)

**Załącznik Nr 2 do formularza oferty**

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

**Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy II części postępowania).**

na zadanie: „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.

L.p.	1.		2.	3.	
	Nazwa miasta		Ilość billboardów w każdym z miast wymienionych w kol. Nr 1	Podstawa do dysponowania bilbordem/bilboardami (wraz z podaniem ilości)	
				Własność Wykonawcy	Inna forma dysponowania
1.	GOP	Katowice	20		
		Gliwice	3		
		Tychy	1		
		Bytom	1		
2.	Kraków		25		
3.	Warszawa		25		
4.	Wrocław		25		

**Uwaga!**

Nie wykazanie zgodnie z pkt 5)3.2. SIWZ, iż Wykonawca dysponuje 25 nośnikami (bilboardami) w każdym z miast (Kraków, Warszawa, Wrocław) przy czym w GOP: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia - skutkuje wykluczeniem Wykonawcy.

**Uwaga!**

**Do oferty należy dołączyć pisemne zobowiązanie zgodnie z pkt 6) 1.2.1. SIWZ i w formie określonej w pkt 10)7. SIWZ, jeżeli Wykonawca przy wykazywaniu spełniania powyższego warunku będzie korzystał z zasobów innych podmiotów zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP.**

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)

**Załącznik Nr 2 do formularza oferty**

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

**Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy (dotyczy III części postępowania).**

na zadanie: „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.

	1.	2.	3.	
L.p.	Miasto lokalizacji nośników	Ilość nośników	Podstawa do dysponowania citylightami (wraz z podaniem ilości)	
			Własność Wykonawcy	Inna forma dysponowania
1.	Ścisłe centrum Katowic	5		

**Uwaga!**

Nie wykazanie zgodnie z pkt 5)3.3. SIWZ, iż Wykonawca dysponuje 5 nośnikami (citylightami) w ścisłym centrum Katowic w odpowiednich lokalizacjach zgodnych z opisem przedmiotu zamówienia - skutkuje wykluczeniem Wykonawcy.

**Uwaga!**

**Do oferty należy dołączyć pisemne zobowiązanie zgodnie z pkt 6) 1.2.1. SIWZ i w formie określonej w pkt 10)7. SIWZ, jeżeli Wykonawca przy wykazywaniu spełniania powyższego warunku będzie korzystał z zasobów innych podmiotów zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP.**

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)

**Załącznik Nr 3 do formularza oferty**

*(Pieczęć firmowa Wykonawcy)*

**OŚWIADCZENIE**

Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na wyłonienie Wykonawcy na zadanie:

**„Przeprowadzenie Kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”**

oświadczamy, że:

- brak jest podstaw do wykluczenia nas z powodu niespełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami).

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
*(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)*

**Załącznik Nr 4 do formularza oferty**

*(Pieczęć firmowa Wykonawcy)*

**Oświadczenie o podwykonawcach**

na zadanie: : „Przeprowadzenie kampanii reklamowych Muzeum Śląskiego na nośnikach outdoor”.

Niniejszy załącznik zawiera zakres rzeczowy części zamówienia (czynności, usług i/lub dostaw) przewidywanych do realizacji przez podwykonawcę (ów), wraz z fakultatywnym (nieobowiązkowym) podaniem ich nazw (firm), adresu i telefonu, odpowiednio dla danej części zamówienia, tj.:

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....

Miejscowość ..... dnia .....2011 roku.

.....  
(pieczęć i podpis osoby (ób) uprawnionej (ych) do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy)

**Uwaga!**

**Załącznik ten jest wymagany obligatoryjnie jedynie w przypadku, gdy Wykonawca zapowiada zatrudnienie podwykonawców.**

**Załącznik Nr 5 do formularza oferty**

**UMOWA**

W dniu .... 2011 r. pomiędzy:

**Muzeum Śląskim w Katowicach**, al. W. Korfanteo 3, 40-005 Katowice, wpisanym do Rejestru Instytucji Kultury **prowadzonego przez Województwo Śląskie** – Zarząd Województwa Śląskiego, pod numerem RIK-M/12/99, NIP 634-23-11-686, reprezentowanym przez:

Dyrektora Muzeum                      Leszka Jodlińskiego  
Główną Księgową                      Jolanę Grabalską

zwanym dalej *Zamawiającym*

a

firmą:

.....

reprezentowanym (-ą) przez:

.....

zwanym (-ą) dalej *Wykonawcą*,

zwanymi w dalszej części umowy „Stronami”

zgodnie z przepisami art. 39-46 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami) zawarto umowę o następującej treści:

**§ 1. Przedmiot Umowy.**

1. Na mocy niniejszej umowy („Umowy”) Zamawiający powierza, a Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu umowy, tj. usługi polegającej na przeprowadzeniu ogólnopolskiej outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Nowej Siedziby Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy i **Załącznikiem Nr 1 i Nr 2 do Umowy**, dalej zwany przedmiotem umowy lub Kampanią.
2. Przedmiotem umowy jest:
  - a. wynajem nośników w ilości: 20 nośników w Katowicach, 20 nośników w Krakowie, 20 nośników w Warszawie, 10 nośników w Poznaniu, 10 nośników w Łodzi i 15 nośników we Wrocławiu, w zw. z §1 ust. 2 lit. c;
  - b. wydrukowanie przez Wykonawcę plakatów o wymiarach co najmniej 500x235cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia Kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu), zamieszczenia plakatów na billboardach o powierzchni 12m<sup>2</sup>, których dolna krawędź położona jest nie niżej niż 2 metry od poziomu podłoża i nie wyżej niż 5 metrów od poziomu podłoża, zgodnie z dostarczonym projektem graficznym przesłanym na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub przesyłanym za pomocą poczty e-mail w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Kampanii;

- c. wyklejenie plakatów na billboardach, których rodzaj oraz lokalizację określono szczegółowo w **Załączniku Nr 1 do niniejszej Umowy** w terminie do 48 godzin od daty rozpoczęcia Kampanii;
- d. utrzymanie reklamy na nośnikach w należyłym stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki, prowadzenie stałych, bieżących kontroli jakości plakatów oraz, w przypadku uszkodzenia lub zniszczenia, w tym na skutek aktów wandalizmu, wymiana plakatów na nowe („**Przedmiot Umowy**”) na koszt Wykonawcy;
- e. wymiana plakatów na koszt Wykonawcy w terminie do 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich zniszczeniu lub uszkodzeniu, również na podstawie informacji przekazanej Wykonawcy przez Zamawiającego za pomocą faksu lub poczty elektronicznej;
- f. po zakończeniu Kampanii - usunięcie plakatów z billboardów oraz ich zniszczenie na koszt Wykonawcy.

## § 2. Termin wykonania.

Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia Kampanii w terminie: od dnia 15 sierpnia 2011 r. do dnia 15 września 2011 r.

## § 3. Zobowiązania Stron.

### 1. Wykonawca zobowiązuje się do:

- a. wykonania obowiązków, o których mowa w § 1 ust. 2 Umowy z należyłą starannością, z uwzględnieniem zawodowego charakteru prowadzonej działalności gospodarczej, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy **oraz zgodnie z Załącznikami Nr 1 i Nr 2 do Umowy**;
- b. umożliwienia Zamawiającemu monitorowania drogą elektroniczną systemu wyklejania przez Wykonawcę plakatów;
- c. dostarczenia do akceptacji Zamawiającego co najmniej 10 dni przed ekspozycją reklam, planu dotyczącego ekspozycji. Plan musi zawierać dokładny adres umieszczenia każdego billboardu wraz z aktualnym zdjęciem, potwierdzającym lokalizację, stan techniczny oraz estetyczny nośnika wraz z opisem lokalizacji (w formie papierowej lub na nośniku CD);
- d. sporządzenia i doręczenia Zamawiającemu raportu z Kampanii zawierającego w szczególności datę wyklejania każdego plakatu i fotografię dokumentującą daną lokalizację – w terminie do 14 dni roboczych po zakończeniu Kampanii.

### 2. Zamawiający zobowiązuje się do:

- a. dostarczenia Wykonawcy projektu graficznego na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub za pomocą poczty e-mail na adres określony w §8 ust.1 w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie do 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Kampanii;
- b. umieszczenia w projekcie graficznym, o którym mowa w § 1 ust. 2 lit. b loga Wykonawcy. Logo to, po wydrukowaniu plakatów, będzie miało wymiary 50x20 cm;
- c. upoważnienia Wykonawcy do podawania do publicznej wiadomości przez czas trwania Kampanii, informacji, iż jest on Patronem Medialnym Kampanii;
- d. umieszczenia logotypu Wykonawcy we wszystkich materiałach promocyjnych i reklamowych, drukowanych i elektronicznych, towarzyszących Kampanii, na stronie

[www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl) w zakładce „Sponsorzy/Partnerzy”, a także w informacjach prasowych rozsyłanych do mediów drogą elektroniczną;

- e. zapłaty wynagrodzenia w terminie i na zasadach określonych w § 4 Umowy.

#### **§ 4. Cena i warunki płatności.**

1. Z tytułu wykonania czynności, o których mowa w § 1 ust. 2 Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w kwocie netto.....zł (słownie:.....) + VAT ....%..... brutto ..... zł (słownie:.....).
2. Zamawiający nie udziela zaliczek na poczet wykonania przedmiotu umowy.
3. Cena brutto, o której mowa w ust. 1 jest ostateczną, stanowi wynagrodzenie za wszelkie wynikające z Umowy obowiązki Wykonawcy i obejmuje wszelkie należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług.
4. Zamawiający w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT dopuszcza możliwość zmiany wynagrodzenia o kwotę wynikającą ze zmienionej stawki podatku VAT po zawarciu stosownego aneksu.
5. Podstawą wystawienia faktury jest przekazanie przez Wykonawcę raportu z Kampanii, o którym mowa w §3 ust. 1 lit. d oraz podpisanie przez Strony Umowy protokołu potwierdzającego prawidłowość przeprowadzonej Kampanii.
6. Wykonawca wystawi oraz doręczy Zamawiającemu fakturę VAT na kwotę brutto wskazaną w ust.1 niniejszego paragrafu w terminie do 7 dni od podpisania przez Strony Umowy protokołu.
7. Wynagrodzenie płatne będzie na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany w treści faktury VAT, w terminie 30 dni od dnia otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury VAT.
8. Za dzień zapłaty uznaje się datę wpływu na rachunek bankowy Wykonawcy.

#### **§ 5. Dopuszczalne zmiany Umowy**

1. Dopuszcza się wprowadzanie zmian niniejszej Umowy za zgodą Zamawiającego.
2. Zmiany Umowy mogą być inicjowane:
  - a. przez Zamawiającego lub
  - b. przez Wykonawcę.
3. Zmiany Umowy, o których mowa w ust. 1 muszą być dokonywane z zachowaniem przepisu art. 140 ust. 3 PZP, stanowiącego, że Umowa jest nieważna w części wykraczającej poza określenie przedmiotu zamówienia zawarte w SIWZ.
4. Zmiany, o których mowa w ust. 1 mogą dotyczyć:
  - a. możliwości przesunięcia przez Wykonawcę terminów określonych w §2 o 2 dni, w taki jednak sposób, aby plakaty zamieszczone były na billboardach przez okres nie krótszy niż 30 dni;
  - b. zmiany wynagrodzenia Wykonawcy wynikającego z umowy, w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT;
  - c. zmiany lokalizacji nośników w przypadku zniszczenia, dewastacji lub innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy, na skutek których dana lokalizacja przestanie istnieć – zmiana nie będzie miała wpływu na zmianę ceny brutto wskazanej w §4 ust. 1 niniejszej Umowy.
5. Warunkiem dokonania zmian, o których mowa w ust. 4 jest złożenie przez stronę inicjującą zmianę - wniosku zawierającego:



- a. opis propozycji zmiany;
  - b. uzasadnienie zmiany;
  - c. obliczenie kosztów zmiany.
6. Wykonawca nie będzie uprawniony do **przedłużenia terminów wykonywania Umowy**, jeżeli zmiana jest wymuszona z powodu przyczyn leżących po stronie Wykonawcy. W takim przypadku koszty dodatkowe związane z takimi zmianami ponosi Wykonawca.
7. Dokonanie zmian, o których mowa w ust. 4 wymaga podpisania aneksu do Umowy.

### § 6. Odpowiedzialność i kary umowne.

1. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za treść i formę plakatów. Jeżeli treść plakatu reklamowego jest zdaniem Wykonawcy, niezgodna z przepisami prawa lub dobrymi obyczajami, Wykonawca zobowiązany jest do zwrócenia Zamawiającemu uwagi na ten fakt w terminie do 3 dni roboczych od dnia otrzymania projektów graficznych, o których mowa w § 1 ust. 2 lit. b Umowy, z jednoczesnym wskazaniem kwestionowanych treści oraz uzasadnieniem. Po upływie tego terminu Wykonawca traci uprawnienie do odmowy umieszczenia plakatów na billboardach.
2. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne w wysokości:
  - 20 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 w przypadku odstąpienia od Umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy;
  - 3 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 za każdy dzień opóźnienia w wyklejaniu plakatów lub usunięcia wad w terminie określonym w § 1 ust. 2 lit. c i e w zw. z §2 Umowy.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2, Zamawiający uprawniony jest do potrącenia kwot należnych Wykonawcy tytułem wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 o kwoty wynikające z należnej Zamawiającemu kary umownej.
4. Zamawiający zapłaci Wykonawcy karę umowną w wysokości 20% wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1, jeżeli Wykonawca odstąpi od Umowy z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego.
5. Każda ze Stron uprawniona jest do odstąpienia od Umowy w przypadku istotnego naruszenia przez drugą Stronę jej postanowień w terminie 7 dni od dnia powzięcia informacji o naruszeniu.
6. Każda ze Stron uprawniona jest do dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych w sytuacji, w której poniesiona szkoda przekracza wysokość zastrzeżonej na ten cel kary umownej.

### § 7. Postanowienia dodatkowe.

1. Umowa zawarta jest na czas oznaczony w § 2 Umowy.
2. Cesja wierzytelności przysługujących Wykonawca wobec Zamawiającego z tytułu wykonania Umowy może nastąpić jedynie za uprzednią pisemną zgodą Zamawiającego.
3. W razie zaistnienia 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. W takim przypadku Zleceniobiorca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części Umowy.
4. W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – wyłącznie Wykonawca ponosi wszelką odpowiedzialność względem Zamawiającego i osób trzecich za działania i zaniechania podwykonawcy - jak za własne; dotyczy to także ewentualnych rozliczeń Wykonawcy z podwykonawcą.

### § 8. Postanowienia końcowe.

1. Strony ustanawiają osoby właściwe dla spraw realizacji Umowy:
  - a. dla Zamawiającego - Beata Bieniek, specjalista ds. sponsoringu i współpracy zagranicznej, nr tel: 783838463, adres e-mail: [b.bieniek@muzeumslaskie.pl](mailto:b.bieniek@muzeumslaskie.pl);
  - b. dla Wykonawcy - \_\_\_\_\_, nr tel: \_\_\_\_\_, adres e-mail: \_\_\_\_\_.
2. Każda ze Stron zobowiązuje się do niezwłocznego informowania drugiej Strony o zmianie osób określonych w ust. 1 lub ich danych, jak również o wszelkich zmianach adresu dla doręczeń, pod rygorem uznania za skuteczne doręczenia pod adres wskazany w Umowie.
3. W sprawach nieuregulowanych postanowieniami niniejszej Umowy mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami).
4. Wszelkie spory związane z wykonaniem Umowy Strony poddają właściwości miejscowej sądu powszechnego właściwego dla siedziby Zamawiającego.
5. Umowę sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, w tym 2 dla Zamawiającego i 1 dla Wykonawcy.
6. Integralną część umowy stanowią: oferta Wykonawcy oraz dokumentacja postępowania o udzielenie zamówienia publicznego – oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-7/11 przechowywana w siedzibie Zamawiającego.

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 1 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji (wskazany/ch przez Wykonawcę) i rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w promieniu do 3000 m wybranej przez Wykonawcę lokalizacji spośród lokalizacji wskazanych w kolumnie nr 2, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
<b>1.</b>	<b>Katowice Rynek</b>	ul. Warszawska		
		ul. Francuska		
		ul. T. Kościuszki		
		al. Górnos Śląska		
		al. Roździeńskiego		
		ul. Chorzowska		
		al. W. Korfańtego		
		Biblioteka Śląska		
		Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek		
		Rondo im. gen. Ziętka		

		Silesia City Center		
<b>2.</b>	<b>Kraków</b>	Muzeum Narodowe		
		Stara Synagoga (Kazimierz)		
		Galeria Sztuki Współczesnej- Bunkier sztuki		
		Galeria Handlowa Kazimierz		
		Galeria Handlowa Krakowska		
		Akademia Górniczo-Hutnicza		
		Uniwersytet Jagielloński		
		Wawel		
<b>3.</b>	<b>Warszawa</b>	Teatr Współczesny		
		Centrum Sztuki Współczesnej – MS2		
		Centrum Edukacji Artystycznej		
		Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza		

	Narodowe Centrum Kultury		
	Zamek Królewski		
	Muzeum Narodowe		
	Muzeum Łazienki Królewskie		
	Muzeum Historyczne Miasta Warszawy		
	Muzeum Powstania Warszawskiego		
	Zachęta Narodowa Galeria Sztuki		
	Centrum Nauki Kopernik		
	Muzeum Techniki		
	Państwowe Muzeum Etnograficzne		
	Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina		
	Uniwersytet Warszawski		
	Akademia Sztuk Pięknych		
	Centrum Handlowe Manufaktura		

<b>4.</b>	<b>Poznań</b>	Centrum Kultury Zamek		
		Galeria Miejska Arsenał		
		Muzeum Narodowe		
		Muzeum Etnograficzne		
		Muzeum Archeologiczne		
		Uniwersytet Adama Mickiewicza		
		Uniwersytet Ekonomiczny		
		Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa		
		Akademia Muzyczna		
		Teatr Wielki		
		Galeria Sztuki Współczesnej		
<b>5.</b>	<b>Łódź</b>	Muzeum Miasta Łodzi		

		Muzeum Sztuki Współczesnej		
		Muzeum Kinematografii		
		Muzeum Archeologiczne i Etnograficzne		
		Teatr Wielki		
		Teatr Muzyczny		
		Teatr Nowy im. Dejmka		
		Teatr Powszechny		
		Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania		
		Akademia Muzyczna		
		Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych		
		Uniwersytet Łódzki		
		Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna		
		Akademia Sztuk Pięknych		
<b>6.</b>	<b>Wrocław</b>	Muzeum Miejskie Wrocławia		
		Muzeum Narodowe		

	Muzeum Architektury		
	Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego		
	Muzeum Historyczne		
	Muzeum Etnograficzne		
	Muzeum Sztuki Współczesnej		
	Opera Wroclawska		
	Plac Teatralny		
	Galeria Dominikańska		
	Galeria na Solnym		
	Galeria Sztuki Współczesnej		
	Uniwersytet Wrocławski		
	Wyższa Szkoła Filologiczna		
	Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania		

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**



**Załącznik Nr 2 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
<b>Lp.</b>	<b>Cena brutto jednego billboardu</b>	<b>Ilość billboardów</b>	<b>Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]</b>
<b>1.</b>		95	

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 6 do formularza oferty**

**UMOWA**

W dniu .... 2011 r. pomiędzy:

**Muzeum Śląskim w Katowicach**, al. W. Korfanteo 3, 40-005 Katowice, wpisanym do Rejestru Instytucji Kultury **prowadzonego przez Województwo Śląskie** – Zarząd Województwa Śląskiego, pod numerem RIK-M/12/99, NIP 634-23-11-686, reprezentowanym przez:

Dyrektora Muzeum                      Leszka Jodlińskiego  
Główną Księgową                      Jolanę Grabalską

zwanym dalej *Zamawiającym*

a

firmą:

.....

reprezentowanym (-ą) przez:

.....

zwanym (-ą) dalej *Wykonawcą*,

zwanymi w dalszej części umowy „Stronami”

zgodnie z przepisami art. 39-46 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami) zawarto umowę o następującej treści:

**§ 1. Przedmiot Umowy.**

1. Na mocy niniejszej umowy („Umowy”) Zamawiający powierza, a Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu umowy, tj. usługi polegającej na przeprowadzeniu outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m<sup>2</sup>, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy i **Załącznikiem Nr 1 i Nr 2 do Umowy**, dalej zwany przedmiotem umowy lub Kampanią.
2. Przedmiotem umowy jest:
  - a. wynajem nośników w ilości: 25 w każdym z miast (Kraków, Warszawa, Wrocław), przy czym w GOP: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu, w zw. z § 1 ust. 2 lit. c;
  - b. wydrukowanie przez Wykonawcę plakatów o wymiarach co najmniej 500x235cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia Kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu) zamieszczenia plakatów na billboardach o powierzchni 12m<sup>2</sup>, których dolna krawędź położona jest nie niżej niż 2 metry od poziomu podłoża i nie wyżej niż 5 metrów od poziomu podłoża zgodnie z dostarczonym projektem graficznym przesłanym na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub przesyłanym za pomocą poczty e-mail w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Kampanii;

- c. wyklejenie plakatów na billboardach, których rodzaj oraz lokalizację określono szczegółowo w **Załączniku Nr 1 do niniejszej Umowy** w terminie do 48 godzin od daty rozpoczęcia Kampanii;
- d. utrzymanie reklamy na nośnikach w należyłym stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki, prowadzenie stałych, bieżących kontroli jakości plakatów oraz, w przypadku uszkodzenia lub zniszczenia, w tym na skutek aktów wandalizmu, wymiana plakatów na nowe („**Przedmiot Umowy**”) na koszt Wykonawcy;
- e. wymiana plakatów na koszt Wykonawcy w terminie do 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich zniszczeniu lub uszkodzeniu na podstawie informacji przekazanej Wykonawcy przez Zamawiającego telefonicznie lub za pomocą poczty elektronicznej;
- f. po zakończeniu Kampanii - usunięcie plakatów z billboardów oraz ich zniszczenie na koszt Wykonawcy.

## § 2. Termin wykonania.

Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia Kampanii w terminie od dnia 15 października 2011 r. do dnia 15 listopada 2011 r.

## § 3. Zobowiązania Stron.

### 1. Wykonawca zobowiązuje się do:

- a. wykonania obowiązków, o których mowa w § 1 ust. 2 Umowy z należyłą starannością, z uwzględnieniem zawodowego charakteru prowadzonej działalności gospodarczej, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy **oraz zgodnie z Załącznikiem Nr 1 i Nr 2 do Umowy**;
- b. umożliwienie Zamawiającemu monitorowania drogą elektroniczną systemu wyklejania przez Wykonawcę plakatów;
- c. wykonawca zobowiązany jest dostarczyć do akceptacji Zamawiającego co najmniej 10 dni przed ekspozycją reklam, plan dotyczący ekspozycji. Plan musi zawierać dokładny adres umieszczenia każdego billboardu wraz z aktualnym zdjęciem, potwierdzającym lokalizację, stan techniczny oraz estetyczny nośnika wraz z opisem lokalizacji (w formie papierowej lub na nośniku CD);
- d. sporządzenie i doręczenie Zamawiającemu raportu z Kampanii zawierającego w szczególności datę wyklejania każdego plakatu i fotografię dokumentującą daną lokalizację – w terminie do 14 dni roboczych po zakończeniu Kampanii.

### 2. Zamawiający zobowiązuje się do:

- a. dostarczenia Wykonawcy projektu graficznego na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub za pomocą poczty e-mail na adres określony w §8 ust.1 w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie do 14 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Kampanii;
- b. umieszczenia w projekcie graficznym, o którym mowa w § 1 ust. 2 lit. b loga Wykonawcy. Logo to, po wydrukowaniu plakatów, będzie miało wymiary 50x20 cm;
- c. upoważnienia Wykonawcy do podawania do publicznej wiadomości przez czas trwania Kampanii, informacji, iż jest on Patronem Medialnym Kampanii;
- d. umieszczenia logotypu Wykonawcy we wszystkich materiałach promocyjnych i reklamowych, drukowanych i elektronicznych, towarzyszących Kampanii, na stronie

[www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl) w zakładce „Sponsorzy/Partnerzy”, a także w informacjach prasowych rozsyłanych do mediów drogą elektroniczną;

- e. zapłaty wynagrodzenia w terminie i na zasadach określonych w § 4 Umowy.

#### **§ 4. Cena i warunki płatności.**

1. Z tytułu wykonania czynności, o których mowa w § 1 ust. 2 Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w kwocie netto.....zł (słownie:.....)+ VAT ....%..... brutto ..... zł (słownie:.....).
2. Zamawiający nie udziela zaliczek na poczet wykonania przedmiotu umowy.
3. Cena brutto, o której mowa w ust. 1 jest ostateczną, stanowi wynagrodzenie za wszelkie wynikające z Umowy obowiązki Wykonawcy i obejmuje wszelkie należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług.
4. Zamawiający w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT dopuszcza możliwość zmiany wynagrodzenia o kwotę wynikającą ze zmienionej stawki podatku VAT po zawarciu stosownego aneksu.
5. Podstawą wystawienia faktury jest przekazanie przez Wykonawcę raportu z Kampanii, o którym mowa w §3 ust. 1 lit. d oraz podpisanie przez Strony Umowy protokołu potwierdzającego prawidłowość przeprowadzonej Kampanii.
6. Wykonawca wystawi oraz doręczy Zamawiającemu fakturę VAT na kwotę brutto wskazaną w ust.1 niniejszego paragrafu w terminie do 7 dni od podpisania przez Strony Umowy protokołu.
7. Wynagrodzenie płatne będzie na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany w treści faktury VAT, w terminie 30 dni od dnia otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury VAT.
8. Za dzień zapłaty uznaje się datę wpływu na rachunek bankowy Wykonawcy.

#### **§ 5. Dopuszczalne zmiany Umowy**

1. Dopuszcza się wprowadzanie zmian niniejszej Umowy za zgodą Zamawiającego.
2. Zmiany Umowy mogą być inicjowane:
  - a. przez Zamawiającego lub
  - b. przez Wykonawcę.
3. Zmiany Umowy, o których mowa w ust. 1 muszą być dokonywane z zachowaniem przepisu art. 140 ust. 3 PZP, stanowiącego, że Umowa jest nieważna w części wykraczającej poza określenie przedmiotu zamówienia zawarte w SIWZ.
4. Zmiany, o których mowa w ust. 1 mogą dotyczyć:
  - a. możliwości przesunięcia przez Wykonawcę terminów określonych w §2 o 2 dni, w taki jednak sposób, aby plakaty zamieszczone były na billboardach przez okres nie krótszy niż 30 dni;
  - b. zmiany wynagrodzenia Wykonawcy wynikającego z umowy, w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT;
  - c. zmiany lokalizacji nośników w przypadku zniszczenia, dewastacji lub innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy, na skutek których dana lokalizacja przestanie istnieć –

zmiana nie będzie miała wpływu na zmianę ceny brutto wskazanej w §4 ust. 1 niniejszej Umowy.

5. Warunkiem dokonania zmian, o których mowa w ust. 4 jest złożenie przez stronę inicjującą zmianę - wniosku zawierającego:
  - a. opis propozycji zmiany;
  - b. uzasadnienie zmiany;
  - c. obliczenie kosztów zmiany.
6. Wykonawca nie będzie uprawniony do **przedłużenia terminów wykonywania Umowy**, jeżeli zmiana jest wymuszona z powodu przyczyn leżących po stronie Wykonawcy. W takim przypadku koszty dodatkowe związane z takimi zmianami ponosi Wykonawca.
7. Dokonanie zmian, o których mowa w ust. 4 wymaga podpisania aneksu do Umowy.

### § 6. Odpowiedzialność i kary umowne.

1. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za treść i formę plakatów. Jeżeli treść plakatu reklamowego jest zdaniem Wykonawcy, niezgodna z przepisami prawa lub dobrymi obyczajami, Wykonawca zobowiązany jest do zwrócenia Zamawiającemu uwagi na ten fakt w terminie do 3 dni roboczych od dnia otrzymania projektów graficznych, o których mowa w § 1 ust. 2 lit. b Umowy, z jednoczesnym wskazaniem kwestionowanych treści oraz uzasadnieniem. Po upływie tego terminu Wykonawca traci uprawnienie do odmowy umieszczenia plakatów na billboardach.
2. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne w wysokości:
  - 20 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 w przypadku odstąpienia od Umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy;
  - 3 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 za każdy dzień opóźnienia w wyklejaniu plakatów lub usunięcia wad w terminie określonym w § 1 ust. 2 lit. c i e w zw. z § 2 Umowy.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2, Zamawiający uprawniony jest do potrącenia kwot należnych Wykonawcy tytułem wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 o kwoty wynikające z należnej Zamawiającemu kary umownej.
4. Zamawiający zapłaci Wykonawcy karę umowną w wysokości 20% wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1, jeżeli Wykonawca odstąpi od Umowy z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego.
5. Każda ze Stron uprawniona jest do odstąpienia od Umowy w przypadku istotnego naruszenia przez drugą Stronę jej postanowień w terminie 7 dni od dnia powzięcia informacji o naruszeniu.
6. Każda ze Stron uprawniona jest do dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych w sytuacji, w której poniesiona szkoda przekracza wysokość zastrzeżonej na ten cel kary umownej.

### § 7. Postanowienia dodatkowe.

1. Umowa zawarta jest na czas oznaczony w § 2 Umowy.
2. Cesja wierzytelności przysługujących Wykonawca wobec Zamawiającego z tytułu wykonania Umowy może nastąpić jedynie za uprzednią pisemną zgodą Zamawiającego.
3. W razie zaistnienia 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. W

takim przypadku Zleceniobiorca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części Umowy.

4. W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – wyłącznie Wykonawca ponosi wszelką odpowiedzialność względem Zamawiającego i osób trzecich za działania i zaniechania podwykonawcy - jak za własne; dotyczy to także ewentualnych rozliczeń Wykonawcy z podwykonawcą.

### **§ 8. Postanowienia końcowe.**

1. Strony ustanawiają osoby właściwe dla spraw realizacji Umowy:
  - a. dla Zamawiającego - Beata Bieniek, specjalista ds. sponsoringu i współpracy zagranicznej, nr tel: 783838463, adres e-mail: [b.bieniek@muzeumslaskie.pl](mailto:b.bieniek@muzeumslaskie.pl);
  - b. dla Wykonawcy - \_\_\_\_\_, nr tel: \_\_\_\_\_, adres e-mail: \_\_\_\_\_.
2. Każda ze Stron zobowiązuje się do niezwłocznego informowania drugiej Strony o zmianie osób określonych w ust. 1 lub ich danych, jak również o wszelkich zmianach adresu dla doręczeń, pod rygorem uznania za skuteczne doręczenia pod adres wskazany w Umowie.
3. W sprawach nieuregulowanych postanowieniami niniejszej Umowy mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami).
4. Wszelkie spory związane z wykonaniem Umowy Strony poddają właściwości miejscowej sądu powszechnego właściwego dla siedziby Zamawiającego.
5. Umowę sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, w tym 2 dla Zamawiającego i 1 dla Wykonawcy.
6. Integralną część umowy stanowią: oferta Wykonawcy oraz dokumentacja postępowania o udzielenie zamówienia publicznego – oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-7/11 przechowywana w siedzibie Zamawiającego.

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 1 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji (wskazany/ch przez Wykonawcę) i rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w promieniu do 3000 m wybranej przez Wykonawcę lokalizacji spośród lokalizacji wskazanych w kolumnie nr 2, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
<b>1.</b>	<b>GOP</b>	Katowice, ul. Warszawska		
		Katowice, ul. Francuska		
		Katowice, ul. T. Kościuszki		
		Katowice, al. Górnośląska		
		Katowice, al. Roździeńskiego		
		Katowice, ul. Chorzowska		
		Katowice, al. W. Korfantego		

		Katowice, Biblioteka Śląska		
		Katowice, Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek		
		Katowice, Rondo im. gen. Ziętka		
		Katowice, Silesia City Center		
		Gliwice, Skrzyżowanie ulic Zwycięstwa i Kardynała Wyszyńskiego lub Centrum Handlowego Forum		
		Bytom, Plac Kościuszki		
		Tychy, Plac Baczyńskiego		
<b>2.</b>	<b>Kraków</b>	Muzeum Narodowe		
		Stara Synagoga (Kazimierz)		
		Galeria Sztuki Współczesnej- Bunkier Sztuki		



		Galeria Handlowa Kazimierz		
		Galeria Handlowa Krakowska		
		Akademia Górniczo-Hutnicza		
		Uniwersytet Jagielloński		
		Wawel		
<b>3.</b>	<b>Warszawa</b>	Teatr Współczesny		
		Centrum Sztuki Współczesnej – MS2		
		Centrum Edukacji Artystycznej		
		Centrum Sztuki Studio im. S. I. Witkiewicza		
		Narodowe Centrum Kultury		

	Zamek Królewski		
	Muzeum Narodowe		
	Muzeum Łazienki Królewskie		
	Muzeum Historyczne Miasta Warszawy		
	Muzeum Powstania Warszawskiego		
	Zachęta Narodowa Galeria Sztuki		
	Centrum Nauki Kopernik		
	Muzeum Techniki		
	Państwowe Muzeum Etnograficzne		
	Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina		
	Uniwersytet Warszawski		

		Akademia Sztuk Pięknych		
		Centrum Handlowe Manufaktura		
<b>4.</b>	<b>Wrocław</b>	Muzeum Miejskie Wrocławia		
		Muzeum Narodowe		
		Muzeum Architektury		
		Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego		
		Muzeum Historyczne		
		Muzeum Etnograficzne		
		Muzeum Sztuki Współczesnej		
		Opera Wroclawska		

	Plac Teatralny		
	Galeria Dominikańska		
	Galeria na Solnym		
	Galeria Sztuki Współczesnej		
	Uniwersytet Wrocławski		
	Wyższa Szkoła Filologiczna		
	Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania		

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 2 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
<b>Lp.</b>	<b>Cena brutto jednego billboardu</b>	<b>Ilość billboardów</b>	<b>Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]</b>
<b>1.</b>		100	

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 7 do formularza oferty**

**UMOWA**

W dniu .... 2011 r. pomiędzy:

**Muzeum Śląskim w Katowicach**, al. W. Korfanteo 3, 40-005 Katowice, wpisanym do Rejestru Instytucji Kultury **prowadzonego przez Województwo Śląskie** – Zarząd Województwa Śląskiego, pod numerem RIK-M/12/99, NIP 634-23-11-686, reprezentowanym przez:

Dyrektora Muzeum  
Główną Księgową

Leszka Jodlińskiego  
Jolanę Grabalską

zwanym dalej *Zamawiającym*

a

firmą:

.....

reprezentowanym (-ą) przez:

.....

zwanym (-ą) dalej *Wykonawcą*,

zwanymi w dalszej części umowy „Stronami”

zgodnie z przepisami art. 39-46 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami) zawarto umowę o następującej treści:

**§ 1.**

1. Na mocy niniejszej umowy („Umowy”) Zamawiający powierza, a Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu umowy, tj. usługi polegającej na przeprowadzeniu outdoorowej kampanii reklamowej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu citylight, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy i **Załącznikiem Nr 1 i Nr 2 do Umowy**, dalej zwany przedmiotem umowy lub Kampanią.
2. Przedmiotem umowy jest:
  - a. wynajem nośników w ilości: 5 sztuk w ścisłym centrum Katowic w zw. z §1 ust. 2 lit. c, w systemie miesięcznej wymiany plakatów = 1 typ plakatu eksponowany w każdym z 5 nośników przez okres jednego miesiąca = 12 zmian ekspozycji w każdym z 5 nośników przez okres 1 roku;
  - b. comiesięczny wydruk przez Wykonawcę plakatów reklamowych o wymiarach co najmniej 180x120 cm i w ilości wystarczającej dla przeprowadzenia Kampanii (również w przypadku konieczności wymienienia zniszczonego plakatu) zgodnie z projektami graficznymi przesłanymi na wskazany przez Zleceniobiorcę serwer ftp lub przesyłanym za pomocą poczty e-mail w postaci plików PDF, JPG, TIFF, przy czym projekt graficzny plakatu wyklejanego w styczniu 2012 r. dostarczony zostanie Wykonawcy w terminie do 5 dni roboczych przed rozpoczęciem terminu, o którym mowa w § 2;

- c. umieszczenie plakatów na nośnikach typu citylight usytuowanych w wiatkach przystankowych tramwajowych lub autobusowych (strona wewnętrzna) lub na terenie przystanków tramwajowych lub autobusowych (jeżeli przystanek nie posiada wiaty) również od strony wewnętrznej, lokalizację nośników citylight określono szczegółowo w **Załączniku Nr 1 do Umowy**;
- d. comiesięczna wymiana plakatów na każdym z nośników na plakaty, o których mowa powyżej pod lit. b w zw. z § 3 ust. 2 lit. a oraz zniszczenie wymienionych plakatów;
- e. utrzymanie reklamy na nośnikach w należyłym stanie technicznym, zgodnie z wymogami estetyki, prowadzenie stałych, bieżących kontroli jakości plakatów oraz, w przypadku uszkodzenia lub zniszczenia, w tym na skutek aktów wandalizmu, wymiana plakatów na nowe („**Przedmiot Umowy**”) na koszt Wykonawcy.

## § 2. Termin wykonania.

Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia Kampanii w terminie od dnia 1 stycznia 2012 r. do dnia 31 grudnia 2012 r.

## § 3. Zobowiązania Stron.

### 1. Wykonawca zobowiązuje się do:

- a. wykonania obowiązków, o których mowa w § 1 ust. 2 z należytą starannością, z uwzględnieniem zawodowego charakteru prowadzonej działalności gospodarczej, zgodnie z treścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, złożonej oferty oraz postanowieniami Umowy i zgodnie z Załącznikiem Nr 1 i Nr 2 do Umowy;
- b. wymiany plakatów w każdym nośniku w terminie do drugiego dnia każdego miesiąca, z uwzględnieniem postanowień ust. 2 lit. a.;
- c. przeprowadzania stałych, bieżących kontroli jakości plakatów przez cały czas obowiązywania Umowy;
- d. wymiany plakatów w terminie do 48 godzin od chwili powzięcia przez Wykonawcę wiadomości o ich zniszczeniu lub uszkodzeniu, również na podstawie informacji przekazanej Wykonawcy przez Zamawiającego telefonicznie lub za pomocą poczty elektronicznej.

### 2. Zamawiający zobowiązuje się do:

- a. dostarczenia Wykonawcy projektów graficznych na wskazany przez Wykonawcę serwer ftp lub za pomocą poczty e-mail na adres określony w § 8 ust. 1 w postaci plików PDF, JPG, TIFF w terminie do 5 dni roboczych przed rozpoczęciem terminu, o którym mowa w § 2;
- b. umieszczenia w projekcie graficznym, o którym mowa w § 1 ust. 2 lit. b logo Wykonawcy. Logo to, po wydrukowaniu plakatów, będzie miało wymiary 5x8 cm;
- c. zapłaty wynagrodzenia w terminie i na zasadach określonych w § 4 Umowy.

## § 4. Cena i warunki płatności.

1. Z tytułu wykonania czynności, o których mowa w § 1 ust. 2 Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie w kwocie netto.....zł (słownie:.....)+ VAT .....%..... brutto ..... zł (słownie:.....).

2. Wynagrodzenie przysługujące Wykonawcy wskazane w ust. 1 zostanie zapłacone Wykonawcy w terminie do 31 grudnia 2011 r.
3. Cena brutto, o której mowa w ust. 1 jest ostateczna, stanowi wynagrodzenie za wszelkie wynikające z Umowy obowiązki Wykonawcy i obejmuje wszelkie należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług.
4. Zamawiający w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT dopuszcza możliwość zmiany wynagrodzenia o kwotę wynikającą ze zmienionej stawki podatku VAT po zawarciu stosownego aneksu.
5. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 płatne będzie na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany w treści faktury VAT, w terminie 30 dni od dnia otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury VAT.
6. Za dzień zapłaty uznaje się datę wpływu na rachunek bankowy Wykonawcy.

### **§ 5. Dopuszczalne zmiany Umowy**

1. Dopuszcza się wprowadzanie zmian niniejszej Umowy za zgodą Zamawiającego.
2. Zmiany Umowy mogą być inicjowane:
  - a. przez Zamawiającego lub
  - b. przez Wykonawcę.
3. Zmiany Umowy, o których mowa w ust. 1 muszą być dokonywane z zachowaniem przepisu art. 140 ust. 3 PZP, stanowiącego, że Umowa jest nieważna w części wykraczającej poza określenie przedmiotu zamówienia zawarte w SIWZ.
4. Zmiany, o których mowa w ust. 1 mogą dotyczyć:
  - a. zmiany wynagrodzenia Wykonawcy wynikającego z umowy, w przypadku ustawowej zmiany stawki podatku od towarów i usług VAT.
  - b. zmiany lokalizacji nośników w przypadku zniszczenia, dewastacji lub innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy, na skutek których dana lokalizacja przestanie istnieć – zmiana nie będzie miała wpływu na zmianę ceny brutto wskazanej w §4 ust. 1 niniejszej Umowy.
  - c. zmiany lokalizacji nośników w przypadku nastąpienia zmian w organizacji ruchu komunikacji miejskiej, na skutek których wynajęta lokalizacja przestanie spełniać swoje funkcje - zmiana nie będzie miała wpływu na zmianę ceny brutto wskazanej w §4 ust. 1 niniejszej Umowy.
5. Warunkiem dokonania zmian, o których mowa w ust. 4 jest złożenie przez stronę inicjującą zmianę - wniosku zawierającego:
  - a. opis propozycji zmiany;
  - b. uzasadnienie zmiany;
  - c. obliczenie kosztów zmiany.
6. Wykonawca nie będzie uprawniony do **przedłużenia terminów wykonywania Umowy**, jeżeli zmiana jest wymuszona z powodu przyczyn leżących po stronie Wykonawcy. W takim przypadku koszty dodatkowe związane z takimi zmianami ponosi Wykonawca.
7. Dokonanie zmian, o których mowa w ust. 4 wymaga podpisania aneksu do Umowy.



## **§ 6. Odpowiedzialność i kary umowne.**

1. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za treść i formę plakatów. Jeżeli treść plakatu reklamowego jest zdaniem Wykonawcy, niezgodna z przepisami prawa lub dobrymi obyczajami, Wykonawca zobowiązany jest do zwrócenia Zamawiającemu uwagi na ten fakt w terminie do 3 dni roboczych od dnia otrzymania projektów graficznych, o których mowa w § 1 ust. 2 lit. b Umowy, z jednoczesnym wskazaniem kwestionowanych treści oraz uzasadnieniem. Po upływie tego terminu Wykonawca traci uprawnienie do odmowy umieszczenia plakatów na nośnikach citylight.
2. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne w wysokości:
  - 20 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 w przypadku odstąpienia od Umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy;
  - 3 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1 za każdy dzień opóźnienia w wyklejaniu plakatów lub usunięcia wad w terminie określonym w § 3 ust. 1 lit. b i d.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2, Zamawiający uprawniony jest do potrącenia kwot należnych Wykonawcy tytułem wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 o kwoty wynikające z należnej Zamawiającemu kary umownej.
4. Zamawiający zapłaci Wykonawcy karę umowną w wysokości 20 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1, jeżeli Wykonawca odstąpi od Umowy z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego.
5. Zamawiający jest uprawniony do żądania od Wykonawcy zwrotu zapłaconego mu wynagrodzenia w przypadku stwierdzenia niewykonania lub nienależytego wykonywania umowy, przy czym Zamawiający jest zobowiązany do uprzedniego wezwania Wykonawcy do przystąpienia do wykonywania lub należytego wykonywania umowy i zakreślenia mu w tym celu 7-dniowego terminu. Przez nienależyte wykonywanie umowy należy rozumieć wykonywanie umowy niezgodnie z jej postanowieniami. Każda ze Stron uprawniona jest do odstąpienia od Umowy w przypadku istotnego naruszenia przez drugą Stronę jej postanowień w terminie 7 dni od dnia powzięcia informacji o naruszeniu.
6. Każda ze Stron uprawniona jest do dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych w sytuacji, w której poniesiona szkoda przekracza wysokość zastrzeżonej na ten cel kary umownej.

## **§ 7. Postanowienia dodatkowe.**

1. Umowa zawarta jest na czas oznaczony w § 2 Umowy.
2. Cesja wierzytelności przysługujących Wykonawca wobec Zamawiającego z tytułu wykonania Umowy może nastąpić jedynie za uprzednią pisemną zgodą Zamawiającego.
3. W razie zaistnienia 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. W takim przypadku Zleceniobiorca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części Umowy.
4. W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – wyłącznie Wykonawca ponosi wszelką odpowiedzialność względem Zamawiającego i osób trzecich za działania i zaniechania podwykonawcy - jak za własne; dotyczy to także ewentualnych rozliczeń Wykonawcy z podwykonawcą.

### § 8. Postanowienia końcowe.

1. Strony ustanawiają osoby właściwe dla spraw realizacji Umowy:
  - a. dla Zamawiającego - Beata Bieniek, specjalista ds. sponsoringu i współpracy zagranicznej, nr tel: 783838463, adres e-mail: [b.bieniek@muzeumslaskie.pl](mailto:b.bieniek@muzeumslaskie.pl)
  - b. dla Wykonawcy - \_\_\_\_\_, nr tel: \_\_\_\_\_, adres e-mail: \_\_\_\_\_.
2. Każda ze Stron zobowiązuje się do niezwłocznego informowania drugiej Strony o zmianie osób określonych w ust. 1 lub ich danych, jak również o wszelkich zmianach adresu dla doręczeń, pod rygorem uznania za skuteczne doręczenia pod adres wskazany w Umowie.
3. W sprawach nieuregulowanych postanowieniami niniejszej Umowy mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późniejszymi zmianami).
4. Wszelkie spory związane z wykonaniem Umowy Strony poddają właściwości miejscowej sądu powszechnego właściwego dla siedziby Zamawiającego.
5. Umowę sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, w tym 2 dla Zamawiającego i 1 dla Wykonawcy.
6. Integralną część umowy stanowią: oferta Wykonawcy oraz dokumentacja postępowania o udzielenie zamówienia publicznego – oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-7/11 przechowywana w siedzibie Zamawiającego.

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 1 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
L.p.	Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Dokładny adres lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę Wiaty przystankowe tramwajowe/autobusowe; po jednym nośniku w lokalizacji wybranej przez Wykonawcę spośród lokalizacji wymienionych w kolumnie Nr 2.
<b>1.</b>	<b>Ścisłe centrum Katowic</b>	Teatr Śląski – ul. Warszawska	
		Uniwersytet Śląski – Plac Sejmu Śl.	
		Akademia Ekonomiczna – ul. 1-Maja	
		Pałac Młodzieży – ul. Mikołowska	
		Rondo Sztuki – Rondo im. gen. Ziętka	
		Rynek	
		Plac Młodzieży Powstańczej	
		Plac Wolności	

		SCC – ul. Chorzowska	
		Biblioteka Śląska – plac Rady Europy	

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**

**Załącznik Nr 2 do Umowy**

	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
<b>Lp.</b>	<b>Cena brutto jednego nośnika citylight</b>	<b>Ilość nośników</b>	<b>Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]</b>
<b>1.</b>		5	

**ZAMAWIAJĄCY**

**WYKONAWCA**