

SIWZ – „Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”.

Oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-12/11

Strona 1/44

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

zwana dalej w skrócie SIWZ

do postępowania na zadanie:

„Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”.

oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-12/11

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:

**Wicedyrektor Muzeum Śląskiego w Katowicach
Janusz Gawron**

Katowice, 18.07.2011 r.

1) Nazwa (firma) oraz adres Zamawiającego.

Muzeum Śląskie, al. W. Korfantego 3, 40-005 Katowice, nr tel.: **32 258 56 61-3**, nr fax: **32 259 98 04**, adres strony internetowej: 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 outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”, tj. wynajem 80 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 - zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia stanowiącym **Załącznik Nr 1 do SIWZ**.
2. Wykonawca musi zaoferować przedmiot zamówienia zgodny z wymogami Zamawiającego określonymi w SIWZ i jej załącznikach. Załączniki stanowią integralną część SIWZ.
3. Oznaczenie przedmiotu zamówienia według kodu Wspólnego Słownika Zamówień CPV: **79340000-9** (Usługi reklamowe i marketingowe); **79810000-5** (Usługi drukowania).
4. 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 BIP -przetargi.

4) Termin wykonania zamówienia:

Wykonawca zobowiązuje się wykonać przedmiot zamówienia w terminie: od dnia 15 października 2011 r. do dnia 15 listopada 2011 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 2 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 2 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, **iz dysponuje: 20 nośnikami (bilboardami) w Warszawie, 20 nośnikami w Krakowie, 15 nośnikami we Wrocławiu, i 25 nośnikami w GOP, przy czym 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu.**

Ocena spełnienia warunku będzie dokonywana metodą 0 – 1, tj. spełnia/nie spełnia, w oparciu o oświadczenie i wykaz (załączniki Nr 2 i Nr 3 do formularza oferty będące integralną częścią SIWZ) – Wykonawca przy wykazywaniu spełnienia 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 2 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 2 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 spełnienia 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.
- 1.2.1. Jeżeli Wykonawca przy wykazywaniu spełnienia 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.**

3. W przypadku, gdy Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Polski, zamiast dokumentu, o którym mowa w pkt 6)2. ppkt 2.2. zobowiązany jest przedłożyć dokument wystawiony w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzający że:
 - 3.1. nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości, (wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy 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 dokumentu opisanego powyżej w pkt 6)3. ppkt 3.1 SIWZ, Wykonawca może go zastąpić dokumentem zawierającym 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. Dokument ten również powinien być wystawiony w tych samych terminach, które określono w 6)3. ppkt. 3.1.
 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. Osobą uprawnioną do kontaktowania się z Wykonawcami jest:
Specjalista ds. zamówień publicznych Dorota Tomal, 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. Oferta wraz ze stanowiącymi jej integralną część załącznikami powinna być sporządzona przez Wykonawcę według treści postanowień niniejszej SIWZ.
3. **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 poświadczonych kopii pełnomocnictwa - jeśli oferta będzie podpisana przez pełnomocnika.**
4. **Do oferty Wykonawca dołącza „Wykaz lokalizacji” (Załącznik Nr 1 do formularza oferty), zaleca się wypełnienie tabeli na komputerze – w celu zapewnienia przejrzystości oferty lub sporządzenie i wypełnienie „Wykazu lokalizacji” zgodnie z treścią Załącznika Nr 1 do formularza oferty.**
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 piśmem 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 związane 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. Koperta 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. Korfanteo 3, 40-005 Katowice
piętro IV, nr pokoju 406
w terminie do dnia 26.07.2011 r. do godziny 10.00.**

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

**Muzeum Śląskie, al. W. Korfanteo 3, 40-005 Katowice
piętro IV, pokój nr 406
w terminie do dnia 26.07.2011 r. do godziny 10.00.**

Oznakowane następująco:

„Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”.

oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-12/11

oraz opatrzeć 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 26.07.2011 r. o godz. 10:30 w siedzibie Muzeum Śląskiego w Katowicach, przy al. W. Korfanteo 3, piętro IV, pokój nr 406.**
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. **Cena oferty powinna zawierać cenę brutto za jeden billboard wyrażoną do dwóch miejsc po przecinku, którą należy wpisać w formularzu oferty w tabeli i przemnożyć przez ilość billboardów (80) 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 - w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku), jak również prawidłową stawkę i kwotę podatku od towarów i usług (VAT).**
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.**
3. **Wykonawca zobowiązany jest skalkulować cenę oferty tak, aby cena brutto za jeden billboard 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 zawarta w tabeli - nie ulegnie zmianie w okresie obowiązywania Umowy.**
5. **Nie przewiduje się zmiany ceny, tzn. iż wskazana w ofercie Wykonawcy cena będzie wartością stałą w okresie realizacji przedmiotu zamówienia za całość przedmiotu zamówienia, 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 podać tylko jedną cenę za całość zamówienia (bez proponowania rozwiązań wariantowych).**
8. **W przypadku, gdy Wykonawca zamierza powierzyć część obowiązków podwykonawcy – Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić w cenie oferty koszt tych usług.**
9. **Nie przewiduje się żadnych przedpłat ani zaliczek na poczet realizacji przedmiotu umowy.**
10. **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.

Przy wyborze ofert Zamawiający będzie kierował się kryterium:

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

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

$$LP = A + B$$

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.

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 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.

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

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 wskazanej przez Wykonawcę w Załączniku Nr 1 do formularza oferty, tj. w „Wykazie lokalizacji”.

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 uzyska najwyższą ilość punktów. Do obliczenia ilości punktów (bilansu) Zamawiający zastosuje wyżej opisany wzór, tj.: $LP = A + B$.

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. **Aktualną** 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.
4. 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.
5. 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.
6. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyli 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 6 do SIWZ.

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 prezesowi Izby 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 prezesowi Izby.
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 nie dopuszcza składania ofert częściowych.

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 5 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 outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”.

1. Termin ekspozycji: od dnia 15 października 2011 r. – do dnia 15 listopada 2011 r.
2. Typ nośników: billboardy 12m² 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:
 - w GOP:
w Katowicach:
 - nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Rynku na jakichkolwiek (do wyboru) z następujących tras dojazdowych do Katowic (ul. Warszawska, ul. Francuska, ul. T. Kościuszki, al. Górnośląska, al. Roździeńskiego, ul. Chorzowska, al. W. Korfatego) - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
 - nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Biblioteki Śląskiej w Katowicach - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
 - nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek- przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.

- nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Ronda im. gen. Ziętka w Katowicach - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.

- nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Silesia City Center w Katowicach - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.

w Gliwicach: nie dalej niż w promieniu do 3000 m od skrzyżowania ulic Zwycięstwa i Kardynała Wyszyńskiego lub Centrum Handlowego Forum - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.

w Bytomiu: nie dalej niż w promieniu do 3000 m od Placu Kościuszki;

w Tychach: nie dalej niż do 3000 m od Placu Baczyńskiego.

- w Krakowie, nie dalej niż w promieniu do 3000 m od jakichkolwiek (do wyboru) z następujących lokalizacji: Muzeum Narodowe, Stara Synagoga (Kazimierz), Galeria Sztuki Współczesnej - Bunkier Sztuki, Akademia Górniczo-Hutnicza, Uniwersytet Jagielloński, Wawel, Galeria Handlowa Kazimierz i Galeria Handlowa Krakowska - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
- w Warszawie, nie dalej niż w promieniu do 3000 m od jakichkolwiek (do wyboru) z następujących lokalizacji: 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 - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.
- we Wrocławiu, nie dalej niż w promieniu do 3000 m od jakichkolwiek (do wyboru) z następujących lokalizacji: 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 - przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.

- b. 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 w Warszawie, 20 w Krakowie, 15 we Wrocławiu i 25 w GOP, przy czym: 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 należyтым 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 wyklejania 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).

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 outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”, za cenę:

	1.	2.	3.
Lp.	Cena brutto jednego billboardu	Ilość billboardów	Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]
1.		80	

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

Wartość netto za 80 billboardów: zł

Słownie (...../100)

VAT % zł

Wartość brutto za 80 billboardów: zł

Słownie (...../100)

Uwaga:

Ceny w tabeli 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.
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 6 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 – Wykaz lokalizacji;

Załącznik Nr 2 - Oświadczenie Wykonawcy o spełnianiu warunków;

Załącznik Nr 3 - Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy w celu realizacji zamówienia;

Załącznik Nr 4 - Oświadczenie Wykonawcy o braku podstaw do wykluczenia;

Załącznik Nr 5 - w przypadku korzystania z podwykonawców Wykonawca zobowiązany jest do złożenia wypełnionego Zał. Nr 4 do SIWZ.

Załącznik Nr 6 - wzór umowy (fakultatywnie)*.

inne:

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

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 będzie korzystał z zasobów innych podmiotów zgodnie z art. 26 ust. 2b ustawy PZP*.

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

WYKAZ LOKALIZACJI

1.	2.	3.	4.	5.
Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Adres lokalizacji wskazanych w promieniu do 3000 m od Rynku w Katowicach na jakichkolwiek z tras dojazdowych wskazanych przez Zamawiającego w kol. Nr 2, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie	rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w metrach (w promieniu do 3000 m, w związku z kol. Nr 2 i kol. Nr 3)
1. GOP	Katowice ul. Warszawska			
	Katowice ul. Francuska			
	Katowice ul. T. Kościuszki			
	Katowice al. Górniośląska			
	Katowice al. Roździeńskiego			

	Katowice ul. Chorzowska				
	Katowice al. W. Korfantego				
	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Adres lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę w promieniu do 3000 m od jakichkolwiek ze wskazanych przez Zamawiającego w kol. Nr 2 w danym mieście Instytucji Kultury/lokalizacji, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.	rodzaj billboardu naścienny/ wolnostojący	Odległość w metrach (w promieniu do 3000 m, w związku z kol. Nr 2 i kol. Nr 3)	
	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			
		Muzeum Narodowe			
2.	Kraków	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				
4.	Wrocław	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 Wroclawski				
	Wyższa Szkoła Filologiczna				
	Wyższa Szkoła Rzemiosł Artystycznych i Zarządzania				

SIWZ – „Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”.

Oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-12/11

Strona 27/46

Uwaga:

Ilość nośników: 20 w Warszawie, 20 w Krakowie, 15 we Wrocławiu i 25 w GOP, przy czym: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu.

W tabeli, w kolumnie nr 5 Wykonawca wpisuje cyfrą odległość (w metrach) w związku z pkt 13). SIWZ, a mianowicie punktacją przyznawaną przez Zamawiającego w kryterium „lokalizacja”.

Miejscowość dnia2011 roku.

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

Załącznik Nr 2 do formularza oferty

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE

Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na wyłonienie Wykonawcy na zadanie:

„Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”

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 dnia2011 roku.

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

Załącznik Nr 3 do formularza oferty

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

Wykaz urządzeń technicznych dostępnych Wykonawcy

na zadanie: „Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”

L.p.	1.		2.	3.	
	Nazwa miasta		Ilość billboardów w każdym z miast wymienionych w kol. Nr 1	Podstawa do dysponowania billboardem/bilboardami (wraz z podaniem ilości)	
				Własność Wykonawcy	Inna forma dysponowania
1.	GOP	Katowice	20		
		Gliwice	3		
		Tychy	1		
		Bytom	1		
2.	Kraków		20		
3.	Warszawa		20		
4.	Wrocław		15		

Uwaga!

Nie wykazanie zgodnie z pkt 5)3. SIWZ, iż Wykonawca dysponuje 20 nośnikami (bilboardami) w Warszawie, 20 w Krakowie, 15 we Wrocławiu i 25 w GOP, przy czym: 20 w Katowicach, 3 w Gliwicach, 1 w Tychach i 1 w Bytomiu - skutkuje wykluczeniem Wykonawcy.

Miejscowość dnia2011 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

Składając ofertę w przetargu nieograniczonym na wyłonienie Wykonawcy na zadanie:

„Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”

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 dnia2011 roku.

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

Załącznik Nr 5 do formularza oferty

(Pieczęć firmowa Wykonawcy)

Oświadczenie o podwykonawcach

na zadanie: „**Przeprowadzenie outdoorowej kampanii informacyjno-promocyjnej Muzeum Śląskiego przy wykorzystaniu nośników typu billboard 12m²”**

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 dnia2011 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 6 do formularza oferty

UMOWA

W dniu 2011 r. pomiędzy:

Muzeum Śląskim w Katowicach, al. W. Korfańskiego 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 12m², 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 w Warszawie, 20 w Krakowie, 15 we Wrocławiu i 25 w GOP, przy czym: 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 12m², 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 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 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. 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 31 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;
 - 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: Załącznik Nr 1 i Nr 2 do Umowy, oferta Wykonawcy oraz dokumentacja postępowania o udzielenie zamówienia publicznego – oznaczenie sprawy: MŚ-ZP-DT-333-12/11 przechowywana w siedzibie Zamawiającego.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załącznik Nr 1 do Umowy

1.	2.	3.	4.	5.
Nazwa miasta lokalizacji nośników	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Adres lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę w promieniu do 3000 m od Rynku w Katowicach na jakichkolwiek z tras dojazdowych wskazanych przez Zamawiającego w kol. Nr 2 , przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie	rodzaj billboardu naścienny/wolnostojący	Odległość w metrach (w promieniu do 3000 m, w związku z kol. Nr 2 i kol. Nr 3)
1.	GOP			
	Katowice ul. Warszawska			
	Katowice ul. Francuska			
	Katowice ul. T. Kościuszki			
	Katowice al. Górniośląska			
	Katowice al. Roździeńskiego			

	Katowice ul. Chorzowska				
	Katowice al. W. Korfantego				
	Lokalizacja wskazana przez Zamawiającego	Adres lokalizacji wskazanych przez Wykonawcę w promieniu do 3000 m od jakichkolwiek ze wskazanych przez Zamawiającego w kol. Nr 2 w danym mieście Instytucji Kultury/lokalizacji, przy czym poszczególne nośniki nie mogą znajdować się w odległości mniejszej niż 500 m od siebie.	rodzaj billboardu naścienny/ wolnostojący	Odległość w metrach (w promieniu do 3000 m, w związku z kol. Nr 2 i kol. Nr 3)	
	Katowice, Biblioteka Śląska				
	Katowice, Centrum Kultury Katowice im. K. Bochenek				
	Katowice, Rondo im. gen. Ziętka				
	Katowice, Silesia City Center				

		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				

4.	Wrocław	Akademia Sztuk Pięknych			
		Centrum Handlowe Manufaktura			
		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				

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Załącznik Nr 2 do Umowy

	1.	2.	3.
Lp.	Cena brutto jednego billboardu	Ilość billboardów	Wartość brutto [kol. nr 1 x kol. nr 2]
1.		80	

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA