

**Ogłoszenie o zamówieniu
Usługi**

Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych oraz artykułów w prasie w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" na terenie województwa mazowieckiego

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego

Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 142148155

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: Ogrodowa 5/7

1.5.2.) Miejscowość: Warszawa

1.5.3.) Kod pocztowy: 00-893

1.5.4.) Województwo: mazowieckie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL911 - Miasto Warszawa

1.5.7.) Numer telefonu: 22 504 41 00

1.5.8.) Numer faksu: 22 504 41 39

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: poczta@wfosigw.pl

1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: www.wfosigw.pl

1.6.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - inny zamawiający

samorządowa osoba prawna

1.7.) Przedmiot działalności zamawiającego: Środowisko

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Ogłoszenie dotyczy:

Zamówienia publicznego

2.2.) Ogłoszenie dotyczy usług społecznych i innych szczególnych usług: Nie

2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:

Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych oraz artykułów w prasie w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" na terenie województwa mazowieckiego

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-d40973ce-31fd-11ee-9aa3-96d3b4440790

2.5.) Numer ogłoszenia: 2023/BZP 00339999

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2023-08-03

2.8.) Zamówienie albo umowa ramowa zostały ujęte w planie postępowań: Tak

2.9.) Numer planu postępowań w BZP: 2022/BZP 00498508/06/P

2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:

1.3.13 Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych oraz artykułów w prasie w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" na terenie województwa mazowieckiego

2.11.) O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wyłącznie wykonawcy, o których mowa w art. 94 ustawy: Nie

2.14.) Czy zamówienie albo umowa ramowa dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej: Nie

2.16.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną

Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 1 ustawy

SEKCJA III – UDOSTĘPNIANIE DOKUMENTÓW ZAMÓWIENIA I KOMUNIKACJA

3.1.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania

<https://platformazakupowa.pl/pn/wfosigw>

3.2.) Zamawiający zastrzega dostęp do dokumentów zamówienia: Nie

3.4.) Wykonawcy zobowiązani są do składania ofert, wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, oświadczeń oraz innych dokumentów wyłącznie przy użyciu środków komunikacji elektronicznej: Tak

3.5.) Informacje o środkach komunikacji elektronicznej, przy użyciu których zamawiający będzie komunikował się z wykonawcami - adres strony internetowej: <https://platformazakupowa.pl/pn/wfosigw>

3.6.) Wymagania techniczne i organizacyjne dotyczące korespondencji elektronicznej: 1. Komunikacja między Zamawiającym a Wykonawcami, w tym wszelkie oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje, były przekazywane w formie elektronicznej za pośrednictwem platformazakupowa.pl i formularza „Wyślij wiadomość do Zamawiającego”. Za datę przekazania (wpływu) oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji przyjmuje się datę ich przesłania za pośrednictwem platformazakupowa.pl poprzez kliknięcie przycisku „Wyślij wiadomość do Zamawiającego”, po których pojawi się komunikat, że wiadomość została wysłana do Zamawiającego.

2. Wykonawca za pośrednictwem Platformy Zakupowej i formularza „Wyślij wiadomość do Zamawiającego” może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści SWZ.

3. Zamawiający będzie przekazywał Wykonawcom informacje w formie elektronicznej za pośrednictwem platformazakupowa.pl. Informacje dotyczące odpowiedzi na pytania, zmiany specyfikacji, zmiany terminu składania i otwarcia ofert Zamawiający będzie zamieszczał na platformie w sekcji „Komunikaty”. Korespondencja, której zgodnie z obowiązującymi przepisami adresatem jest konkretny Wykonawca, będzie przekazywana w formie elektronicznej za pośrednictwem platformazakupowa.pl do konkretnego Wykonawcy.

4. Wykonawca jako podmiot profesjonalny ma obowiązek sprawdzania komunikatów i wiadomości bezpośrednio na platformazakupowa.pl przesłanych przez Zamawiającego, gdyż system powiadomień może ulec awarii lub powiadomienie może trafić do folderu SPAM.

5. Zamawiający, zgodnie z § 3 ust. 3 Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów w sprawie użycia środków komunikacji elektronicznej w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego oraz udostępnienia i przechowywania dokumentów elektronicznych, określa niezbędne wymagania sprzętowo - aplikacyjne umożliwiające pracę na platformazakupowa.pl, tj.:

a) stały dostęp do sieci Internet o gwarantowanej przepustowości nie mniejszej niż 512 kb/s, b) komputer klasy PC lub MAC o następującej konfiguracji: pamięć min. 2 GB Ram, procesor Intel IV 2 GHz lub jego nowsza wersja, jeden z systemów operacyjnych - MS Windows 7, Mac Os x 10 4, Linux, lub ich nowsze wersje,

c) zainstalowana dowolna przeglądarka internetowa, w przypadku Internet Explorer minimalnie wersja 10.0.,

d) włączona obsługa JavaScript,

e) zainstalowany program Adobe Acrobat Reader lub inny obsługujący format plików .pdf,

f) Platformazakupowa.pl działa według standardu przyjętego w komunikacji sieciowej - kodowanie UTF8,

g) Oznaczenie czasu odbioru danych przez platformę zakupową stanowi datę oraz dokładny czas (hh:mm:ss) generowany według czasu lokalnego serwera synchronizowanego z zegarem Głównego Urzędu Miar.

6. Wykonawca, przystępując do niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego:

1) akceptuje warunki korzystania z platformazakupowa.pl określone w Regulaminie zamieszczonym na stronie internetowej pod linkiem w zakładce „Regulamin” oraz uznaje go za wiążący;

2) zapoznał i stosuje się do Instrukcji składania ofert/wniosków dostępnej pod linkiem.

7. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za złożenie oferty w sposób niezgodny z Instrukcją korzystania z platformazakupowa.pl, w szczególności za sytuację, gdy Zamawiający zapozna się z treścią oferty przed upływem terminu składania ofert (np. złożenie oferty w zakładce „Wyślij wiadomość do Zamawiającego”). Taka oferta zostanie uznana przez Zamawiającego za ofertę handlową i nie będzie brana pod uwagę w przedmiotowym postępowaniu ponieważ nie został spełniony obowiązek narzucony w art. 221 ustawy Pzp.

8. Zamawiający informuje, że instrukcje korzystania z platformazakupowa.pl dotyczące w szczególności logowania, składania wniosków o wyjaśnienie treści SWZ, składania ofert oraz innych czynności podejmowanych w niniejszym postępowaniu przy użyciu platformazakupowa.pl znajdują się w zakładce „Instrukcje dla Wykonawców” na stronie internetowej pod adresem:

<https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje><https://platformazakupowa.pl/strona/45-instrukcje>

3.8.) Zamawiający wymaga sporządzenia i przedstawienia ofert przy użyciu narzędzi elektronicznego modelowania danych budowlanych lub innych podobnych narzędzi, które nie są ogólnie dostępne: Nie

3.12.) Oferta - katalog elektroniczny: Nie dotyczy

3.14.) Języki, w jakich mogą być sporządzane dokumenty składane w postępowaniu:

polski

3.15.) RODO (obowiązek informacyjny): Administratorem danych osobowych Oferenta i osób wskazanych przez niego do kontaktu

(w związku z realizacją zamówienia) jest Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie z siedzibą ul. Ogrodowa 5/7, 00-893 Warszawa, tel. (22) 504 41 00, fax (22) 504 41 39, e-mail: poczta@wfosigw.pl Szczegółowa informacja dotycząca przetwarzania danych osobowych przez Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie znajduje się na stronie www.wfosigw.pl w zakładce Ochrona danych osobowych/klauzule informacyjne oraz w BIP w zakładce Ochrona danych osobowych/klauzule informacyjne.

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Informacje ogólne odnoszące się do przedmiotu zamówienia.

4.1.1.) Przed wszczęciem postępowania przeprowadzono konsultacje rynkowe: Nie

4.1.2.) Numer referencyjny: ZP-15/2023

4.1.3.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.1.4.) Zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania: Nie

4.1.8.) Możliwe jest składanie ofert częściowych: Tak

4.1.9.) Liczba części: 12

4.1.10.) Ofertę można składać na wszystkie części

4.1.11.) Zamawiający ogranicza liczbę części zamówienia, którą można udzielić jednemu wykonawcy: Nie

4.1.13.) Zamawiający uwzględni aspekty społeczne, środowiskowe lub etykiety w opisie przedmiotu zamówienia: Nie

4.2. Informacje szczegółowe odnoszące się do przedmiotu zamówienia:

Część 1

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 1: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion warszawski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 1 jest:

1) usługa produkcji:

- a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz
- c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

- a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz
- c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłoszeniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 1 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79342200-5 - Usługi w zakresie promocji

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%
- Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + D$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: dodatkowa propozycja Wykonawcy

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 2

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 2: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Softys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion ciechanowski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 2 jest:

1) usługa produkcji:

- a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz
- c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

- a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz
- c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Softys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłośniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 2 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + D$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: dodatkowa propozycja Wykonawcy

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 3

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 3: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion ostrołęcki.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 3 jest:

1) usługa produkcji:

a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz

b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz

c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz

b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz

c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Softys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłośniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 3 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + D$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: dodatkowa propozycja Wykonawcy

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 4

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 4: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Softys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion płocki.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 4 jest:

1) usługa produkcji:

- a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz
- c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

- a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz
- c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Softys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłośniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 4 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%
 - Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%
2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + D$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**Kryterium 1****4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena**4.3.6.) Waga:** 60**Kryterium 2****4.3.4.) Rodzaj kryterium:** inne.**4.3.5.) Nazwa kryterium:** dodatkowa propozycja Wykonawcy**4.3.6.) Waga:** 40**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie**Część 5****4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Część 5: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion radomski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 5 jest:

1) usługa produkcji:

- a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz
- c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

- a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz
- c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłośniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 5 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej**4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:**

79342200-5 - Usługi w zakresie promocji

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 35 dni**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie**4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane:** Nie**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%
 - Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%
2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.
3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;
C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;
C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz

sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$P = C + D$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: dodatkowa propozycja Wykonawcy

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 6

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 6: Produkcja i emisja audycji i spotów radiowych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w rozgłośni radiowej obejmującej swym zasięgiem subregion siedlecki.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 6 jest:

1) usługa produkcji:

- a) 4 różnych audycji (15 minutowych) oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego (1 minutowego) oraz
- c) 4 zajawek (do 30 sekund)

2) usługa emisji dla wyprodukowanych usług:

- a) 4 różnych audycji - 4 emisje oraz
- b) 1 spotu informacyjno-promocyjnego - 120 emisji (6 dziennie przez 5 dni w tygodniu, w terminie 4 tygodni) oraz
- c) 4 zajawek - 8 emisji (każda z 4 zajawek emitowana dwukrotnie - pierwsza emisja w przeddzień emisji audycji, druga emisja w dzień emisji audycji),

na temat Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" i zagadnień związanych z Programem Priorytetowym „Czyste Powietrze” w rozgłośniach radiowych na terenie województwa mazowieckiego.

Szczegółowy zakres Usług dla części 6 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5A do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 92211000-3 - Usługi produkcji radiowej

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79342200-5 - Usługi w zakresie promocji

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%

- Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punkcja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.1. Opis kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” (D), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Za każdą dodatkową propozycję, np. dodatkowa audycja i jej emisja, dodatkowy spot i jego emisja, dodatkowa ilość emisji powtórek (ilość powtórek nie mniej niż 2), dodatkowa forma promocji za pośrednictwem radia itp. Zamawiający przyzna max 10% za każdą dodatkową propozycję. Zamawiający oceni maksymalnie 4 dodatkowe propozycje Wykonawcy.

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) dodatkowej propozycji, Zamawiający uzna, że Wykonawca nie oferuje dodatkowych propozycji i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + D$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

D - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „dodatkowa propozycja Wykonawcy”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: dodatkowa propozycja Wykonawcy

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 7

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 7: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego - zasięg wydania subregion warszawski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 7 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaże Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji.

Szczegółowy zakres Usług dla części 7 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 35 dni**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie**4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane:** Nie**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%

- Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt

2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt

3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + PE$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**Kryterium 1****4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena**4.3.6.) Waga:** 60

Kryterium 2**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** inne.**4.3.5.) Nazwa kryterium:** publikacja elektroniczna**4.3.6.) Waga:** 40**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie**Część 8****4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Część 8: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego – zasięg wydania subregion ciechanowski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 8 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaże Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji.

Szczegółowy zakres Usług dla części 8 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji**4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:**

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 35 dni**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie**4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane:** Nie**4.3.) Kryteria oceny ofert:****4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

- 1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt
- 2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt
- 3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + PE$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: publikacja elektroniczna

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 9

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 9: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego - zasięg wydania subregion ostrołęcki.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 9 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaze Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji.

Szczegółowy zakres Usług dla części 9 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

- Kryterium „cena” (C) – waga 60%

- Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt

2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt

3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + PE$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: publikacja elektroniczna

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 10**4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Część 10: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego - zasięg wydania subregion płocki. Przedmiotem zamówienia w zakresie części 10 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaże Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji. Szczegółowy zakres Usług dla części 10 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt

2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt

3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + PE$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: publikacja elektroniczna

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 11

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 11: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego - zasięg wydania subregion radomski.

Przedmiotem zamówienia w zakresie części 11 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaże Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji. Szczegółowy zakres Usług dla części 11 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt

2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt

3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$P = C + PE$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: publikacja elektroniczna

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 12

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Część 12: Opracowanie projektu, skład oraz publikacja artykułów sponsorowanych w ramach Kampanii "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza" w prasie na terenie województwa mazowieckiego - zasięg wydania subregion siedlecki. Przedmiotem zamówienia w zakresie części 12 jest wykonanie usługi opracowania projektu, składu, korekty i publikacji artykułów sponsorowanych Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie, na temat Programu Priorytetowego „Czyste Powietrze” i Kampanii edukacyjno-informacyjnej "Sołtys Ambasadorem Czystego Powietrza". Oprócz treści merytorycznych artykuły będą zawierać infografiki/grafiki/rysunki/zdjęcia przygotowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego, które wpłyną na uatrakcyjnienie przekazu. Istnieje możliwość udostępnienia fotografii do artykułu przez Zamawiającego w zależności od posiadanych zasobów. Zamawiający przekaże Wykonawcy tekst na podstawie, którego Wykonawca będzie musiał opracować projekty do publikacji. Szczegółowy zakres Usług dla części 12 określony został w załączniku nr 1 do umowy, stanowiącej załącznik nr 5B do SWZ.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79970000-4 - Usługi publikacji

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

79822500-7 - Usługi projektów graficznych

79810000-5 - Usługi drukowania

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 35 dni

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Nie

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i odpowiadającymi im znaczeniami oraz w następujący sposób będzie oceniał spełnienie kryteriów:

• Kryterium „cena” (C) – waga 60%

• Kryterium „publikacja elektroniczna” (PE) – waga 40%

2. Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach kryterium oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

3. Opis kryteriów oceny ofert:

3.1. Opis kryterium „cena” (C), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert. Oferta w tym kryterium może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

Kryterium będzie rozpatrywane na podstawie łącznej wartości brutto oferty. Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona na podstawie poniższego wzoru:

$$C = C_{min} / C_{ob} \times 60 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

C_{min} – najniższa cena brutto jaka została zaoferowana spośród nieodrzuconych ofert;

C_{ob} – cena brutto jaka została zaoferowana w badanej ofercie;

Punktacja zostanie zaokrąglona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

3.2. Opis kryterium „publikacja elektroniczna” (PE), którym będzie kierował się Zamawiający przy wyborze oferty oraz sposób oceny ofert.

Kryterium „publikacja elektroniczna” będzie rozpatrywane na podstawie poniższych zasad:

Zamawiający przyzna punkty w tym kryterium, jeżeli wraz z publikacją artykułu sponsorowanego drukiem (artykuł opublikowany w wersji drukowanej) Wykonawca zamieści dany artykuł w Internecie, tzn. na portalu/stronie internetowej lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie, w którym ukaże się wersja drukowana artykułu, przy czym:

a) artykuł musi ukazać się w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych od publikacji w prasie;

b) dostęp do artykułu musi być bezpłatny oraz bez konieczności logowania się czytelników.

Umieszczenie artykułów sponsorowanych na innych nośnikach, niż wyżej wymienione (np.: fan page), traktowane będzie jako działanie fakultatywne, nie będzie podlegało ocenie

i Wykonawca nie otrzyma punktów za poza cenowe kryterium oceny ofert. Punkty zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

1) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 0 do 1 artykułu - 0 pkt

2) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego od 2 do 3 artykułów - 20 pkt

3) Liczba artykułów Zamawiającego, które Wykonawca zamieści także na portalu/stronie internetowej danego tytułu prasowego lub jako wersję elektroniczną/e-wydanie danego tytułu prasowego 4 artykuły - 40 pkt

Uwaga:

Jeżeli Wykonawca nie wskaże w Formularzu oferty (załącznik nr 1 do SWZ) liczby artykułów, Zamawiający uzna, że Wykonawca oferuje liczbę artykułów od 0 do 1 i oferta tego Wykonawcy otrzyma 0 punktów w tym kryterium.

4. Łączna suma uzyskanych punktów z wszystkich kryteriów stanowić będzie końcową ocenę danej oferty, obliczenia dokonywane będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku wg wzoru:

$$P = C + PE$$

Gdzie:

P - całkowita liczba punktów uzyskana przez ofertę;

C - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „cena”;

PE - całkowita liczba punktów oferty w kryterium „publikacja elektroniczna”.

5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą ilością punktów, maksymalnie oferta może uzyskać 100 pkt.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: publikacja elektroniczna

4.3.6.) Waga: 40

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

SEKCJA V - KWALIFIKACJA WYKONAWCÓW

5.1.) Zamawiający przewiduje fakultatywne podstawy wykluczenia: Tak

5.2.) Fakultatywne podstawy wykluczenia:

Art. 109 ust. 1 pkt 5

Art. 109 ust. 1 pkt 7

Art. 109 ust. 1 pkt 10

5.3.) Warunki udziału w postępowaniu: Nie

5.5.) Zamawiający wymaga złożenia oświadczenia, o którym mowa w art.125 ust. 1 ustawy: Tak

5.6.) Wykaz podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie niepodlegania wykluczeniu: Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 5 dni od dnia wezwania, aktualnych na dzień złożenia, następujących podmiotowych środków dowodowych:

1) oświadczenie Wykonawcy, w zakresie art. 108 ust. 1 pkt 5 ustawy, o braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów z innym Wykonawcą, który złożył odrębną ofertę albo oświadczenia o przynależności do tej samej grupy kapitałowej wraz z dokumentami lub informacjami potwierdzającymi przygotowanie oferty niezależnie od innego Wykonawcy należącego do tej samej grupy kapitałowej. Wzór oświadczenia stanowi załącznik 4 do SWZ.

W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez Wykonawców oświadczenie wymienione powyżej składa każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie.

5.7.) Wykaz podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu: Zamawiający nie będzie żądał podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu.

5.9.) Zamawiający przewiduje uzupełnienie przedmiotowych środków dowodowych: Nie

5.11.) Wykaz innych wymaganych oświadczeń lub dokumentów:

1) wypełniony Formularz oferty (załącznik nr 1 SWZ);

2) oświadczenie Wykonawcy o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu;

3) w przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez Wykonawców, oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu składa każdy z Wykonawców. Oświadczenia te potwierdzają spełnianie warunków udziału

w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia w zakresie, w którym każdy

z Wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia;

4) oświadczenie Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, z którego wynika, które usługi wykonają poszczególni Wykonawcy (jeżeli dotyczy);

5) w przypadku Wykonawcy, który polega na zdolnościach podmiotów udostępniających zasoby, przedstawia, wraz z oświadczeniem, o którym mowa w pkt 2), także oświadczenie podmiotu udostępniającego zasoby, potwierdzające brak podstaw wykluczenia tego podmiotu oraz odpowiednio spełnianie warunków udziału w postępowaniu, w zakresie, w jakim wykonawca powołuje się na jego zasoby;

6) pełnomocnictwo upoważniające do złożenia oferty, o ile ofertę składa pełnomocnik;

7) pełnomocnictwo dla pełnomocnika do reprezentowania w postępowaniu Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia - dotyczy ofert składanych przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.

SEKCJA VI - WARUNKI ZAMÓWIENIA

6.1.) Zamawiający wymaga albo dopuszcza oferty wariantowe: Nie

6.3.) Zamawiający przewiduje aukcję elektroniczną: Nie

6.4.) Zamawiający wymaga wadium: Nie

6.5.) Zamawiający wymaga zabezpieczenia należytego wykonania umowy: Nie

6.6.) Wymagania dotyczące składania oferty przez wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia:

- 1) Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie zamówienia;
- 2) Wykonawcy, którzy wspólnie będą ubiegać się o udzielenie zamówienia, zgodnie z art. 58 ust. 2 ustawy Pzp muszą ustanowić Pełnomocnika do reprezentowania ich w niniejszym postępowaniu albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy o udzielenie przedmiotowego zamówienia publicznego;
- 3) do oferty wspólnej Wykonawcy dołączają pełnomocnictwo;
- 4) Pełnomocnik pozostaje w kontakcie z Zamawiającym w toku postępowania i do niego Zamawiający kieruje informacje, korespondencję, itp.;
- 5) Oferta wspólna, składana przez dwóch lub więcej Wykonawców, powinna spełniać następujące wymagania: oferta wspólna powinna być sporządzona zgodnie z SWZ.

6.7.) Zamawiający przewiduje unieważnienie postępowania, jeśli środki publiczne, które zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia nie zostały przyznane: Nie

SEKCJA VII - PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY

7.1.) Zamawiający przewiduje udzielenia zaliczek: Nie

7.3.) Zamawiający przewiduje zmiany umowy: Tak

7.4.) Rodzaj i zakres zmian umowy oraz warunki ich wprowadzenia:

Zmiany umowy zostały szczegółowo opisane we wzorze umowy stanowiącym Załącznik nr 5A i 5B do SWZ.

7.5.) Zamawiający uwzględnił aspekty społeczne, środowiskowe, innowacyjne lub etykiety związane z realizacją zamówienia: Tak

7.6.) Zamawiający przewiduje następujące wymagania związane z realizacją zamówienia:

w zakresie zatrudnienia na podstawie stosunku pracy, w okolicznościach, o których mowa w art. 95 ustawy

SEKCJA VIII – PROCEDURA

8.1.) Termin składania ofert: 2023-08-11 10:00

8.2.) Miejsce składania ofert: <https://platformazakupowa.pl/pn/wfosigw>

8.3.) Termin otwarcia ofert: 2023-08-11 10:30

8.4.) Termin związania ofertą: do 2023-09-09

SEKCJA IX – POZOSTAŁE INFORMACJE

W przypadku wyboru oferty złożonej przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia, Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania, przed podpisaniem umowy w sprawie udzielenia zamówienia publicznego, kopii umowy regulującej współpracę tych Wykonawców.

Przed podpisaniem umowy, Wykonawca powinien przedstawić:

- pełnomocnictwo do jej podpisania, jeżeli nie wynika ono z załączonych do oferty dokumentów