

ZATWIERDZAM

Agnieszka Szmit

Dział Komunikacji i Promocji

Warszawa, dnia 11 maja 3 lipca 2020 r.

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA
(SIWZ)**

tekst ujednoczony uwzględniający zmiany z dnia 10 czerwca 2020 r.
oraz 3 lipca 2020 r.

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-
promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR:

Przedsięwzięcie pn. *Wielkie Wyzwanie: Energia*

oraz

Osiem nowych przedsięwzięć, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej.

Przedmiot będzie realizowany w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez wdrożenie nowego modelu finansowania przełomowych projektów badawczych (projekt realizowany z poddziałania 4.1.3 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój) oraz projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez realizację przedsięwzięć badawczych w trybie innowacyjnych zamówień publicznych w celu wsparcia realizacji strategii Europejskiego Zielonego Ładu, który jest realizowany w ramach poddziałania 4.1.3 Innowacyjne metody zarządzania badaniami Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego :

Nr postępowania 13/20/PN/P9

Strona 1 z 65

**Zamawiający oczekuje, że Wykonawcy zapoznają się dokładnie z treścią niniejszego SIWZ.
Wykonawca ponosi ryzyko niedostarczenia wszystkich wymaganych informacji
i dokumentów, oraz przedłożenia oferty nie odpowiadającej wymaganiom określonym przez
Zamawiającego.**

1. ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

<p>adres: NARODOWE CENTRUM BADAŃ I ROZWOJU w WARSZAWIE ul. Nowogrodzka 47a 00-695 Warszawa www.ncbr.gov.pl</p>	<p>kontakt : <u>Olga Golińska</u> <u>przetargi@ncbr.gov.pl</u></p>
--	---

2. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

- 2.1. Niniejsze postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 ze zm.) zwanej dalej „ustawą PZP” lub „uPzp” – oraz przepisów wykonawczych wydanych na jej podstawie, w szczególności rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz. U. z 2016 r. poz. 1126) – zwanego dalej „Rozporządzeniem MR”
- 2.2. W zakresie nieuregulowanym niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia, zwaną dalej „SIWZ”, zastosowanie mają przepisy ustawy PZP.
- 2.3. Wartość niniejszego zamówienia przekracza równowartość kwoty określonej w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy PZP.
- 2.4. -Zgodnie z art. 24aa ustawy PZP, Zamawiający najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

3. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.

3.1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR (dalej jako „Dwie Inicjatywy”):

- a) Przedsięwzięcie pn. ~~pn.~~ Wielkie Wyzwanie: Energia (dalej jako „Przedsięwzięcie WWE”),
- b) ~~oraz o~~ Osiem nowych przedsięwzięć ~~miu nowym przedsięwzięciom~~ NCBR, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej tj.: Innowacyjna biogazownia, Oczyszczalnia przyszłości, Elektrociepłownia przyszłości, Technologie domowej retencji, Budownictwo efektywne energetycznie i procesowo, Magazynowanie energii elektrycznej, Magazynowanie ciepła i chłodu oraz; Wentylacja dla szkół i -domów (dalej jako „Osiem przedsięwzięć”).-

W zakresie iniejącywyPrzedsięwzięcia Wielkie Wyzwanie: EnergiaWWE Przedmiot będzie realizowany w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez wdrożenie nowego modelu finansowania przełomowych projektów badawczych (projekt realizowany z poddziałania 4.1.3 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój), a w zakresie Ośmiu nowych przedsięwzięć w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez realizację przedsięwzięć badawczych w trybie innowacyjnych zamówień publicznych w celu wsparcia realizacji strategii Europejskiego Zielonego Ładu, który jest realizowany w ramach poddziałania 4.1.3 Innowacyjne metody zarządzania badaniami Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Więcej informacji nt. Wielkiego Wyzwania: Energia można uzyskać pod poniższym linkiem: <https://wielkiewyzwanie.ncbr.gov.pl/>: W trzech nowych przedsięwzięciach prowadzone są obecnie dialogi techniczne, więcej informacji dostępnych jest w Biuletynie Informacji Publicznej NCBR <https://bip.ncbr.gov.pl/>.

3.2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ) znajduje się w Załączniku nr 1 do niniejszej SIWZ i stanowi jej integralną część. Zamawiający na podstawie art. 29 ust. 3b ustawy PZP wymaga przeniesienia praw własności intelektualnej do wszystkich opracowań, raportów, dzieł powstałych w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia.

3.3. Zamawiający wymaga, aby co najmniej jedna osoba skierowana do realizacji usług była zatrudniona przez Wykonawcę lub podwykonawcę na podstawie umowy o pracę, w takim wymiarze czasu pracy, w jakim będzie realizować usługę. Zasady kontroli sposobu realizacji wyżej wymienionego obowiązku i sankcje za jego niedotrzymanie określone są w istotnych postanowieniach umowy.

3.4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

3.5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

3.6. Zamawiający nie przewiduje: aukcji elektronicznej, zawarcia umowy ramowej, zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.

3.7. Zamawiający nie przewiduje ustanowienia dynamicznego systemu zakupów.

3.8. Zamawiający nie zastrzega obowiązku osobistego wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia.

3.9. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy PZP.

3.10. Wniesienie zabezpieczenia należytego wykonania umowy nie jest wymagane.

3.11. Pozycja we Wspólnym Słowniku Zamówień CPV:

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe
79341000-6 Usługi reklamowe
79341200-8 Usługi zarządzania reklamą
79342200-5 Usługi w zakresie promocji
79341100-7 Doradcze usługi reklamowe
79822500-7 Usługi projektów graficznych

4. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Kampania będzie realizowana od dnia podpisania umowy i nie będzie trwała dłużej niż do 31 listopada maja 2021 r. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu zakończenia kampanii z przyczyn niezależnych od Zamawiającego.

5. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIENIA TYCH WARUNKÓW

- 5.1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:
- 5.1.1. nie podlegają wykluczeniu,
 - 5.1.2. spełniają warunki udziału w postępowaniu, określone przez Zamawiającego w ogłoszeniu o zamówieniu i niniejszej SIWZ.
- 5.2. W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki udziału w postępowaniu:
- 5.2.1. W zakresie warunku określonego w art. 22 ust. 1b pkt 3 ustawy Pzp - zdolność techniczna lub zawodowa, **Wykonawca winien wykazać że:**
 - 5.2.1.1. **w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał z należytą starannością:**
 - a) co najmniej jedną usługę o wartości nie mniejszej niż 100 000,00 zł brutto, polegającą na przeprowadzeniu ogólnopolskiej kampanii informacyjno - edukacyjnej,
 - b) co najmniej jedną usługę o wartości minimum 50 000,00 zł brutto, polegającą na przeprowadzeniu kampanii PR o zasięgu ogólnopolskim (tj. wykorzystujące media ogólnokrajowe) w ramach, których środki finansowe były przeznaczone np. na przygotowanie materiałów prasowych i ich wysyłkę do mediów i ich follow up,

Strona 5 z 65

media relations, spotkania one-to-one z dziennikarzami, organizację konferencji prasowych, realizację wysyłek kreatywnych, fee agencyjne za realizowane działania bezkosztowe, monitoring mediów itd. Przy czym wartość kampanii nie może obejmować kosztów emisji materiałów w mediach (tj. kosztów zakupu powierzchni reklamowej, czasu antenowego), kosztów produkcji spotów reklamowych oraz kosztów produkcji i emisji audycji telewizyjnych lub radiowych;

- c) jedną kampanię z zakresu marketingu online (kampanię promocyjną w internecie), z wykorzystaniem co najmniej dwóch mediów społecznościowych.

5.2.1.2. dysponuje lub będzie dysponował – skieruje do realizacji zamówienia – zespołem posiadającym nw. doświadczenie, w tym:

- a) Jedna osoba pełniąca funkcję koordynatora/kierownika projektu kampanii posiadająca min. 5-letnie doświadczenie zawodowe oraz koordynowała co najmniej 3 kampanie zakończone sukcesem, odpowiadające swoim rodzajem i zakresem usłudze będącej przedmiotem zamówienia z zakresu społeczno-edukacyjnego lub nowych technologii (np. kampanie promocyjne o zasięgu ogólnopolskim, kampanie online);
- b) Jedna osoba pełniąca funkcję eksperta ds. Public Relations posiadająca min. 5-letnie doświadczenie zawodowe w prowadzeniu działań komunikacyjnych, organizacji konferencji prasowych, działań z zakresu media relations, w tym w social mediach oraz odpowiadała za realizację co najmniej 8 konferencji prasowych tego typu;
- c) Jedna osoba pełniąca funkcję eksperta ds. zakupu i planowania mediów posiadająca min. 3-letnie doświadczenie zawodowe w planowaniu kampanii reklamowych, strategii, budżetu i harmonogramu działań, a tym samym przygotowaniu oferty dla klienta;
- d) Jedna osoba pełniąca funkcję copywriter'a posiadająca min. 2-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu haseł reklamowych komunikatów, scenariuszy, tekstów prasowych;
- e) Jedna osoba pełniąca funkcję specjalisty grafika posiadająca min. 3-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu kreacji wizualnych, projektów graficznych, animacji itp.;
- f) Jedna osoba pełniąca funkcję specjalisty ds. digital marketing'u posiadająca co najmniej 2-letnie doświadczenie zawodowe w planowaniu, realizowaniu kampanii marketingowych online z wykorzystaniem przynajmniej 2 ze wskazanych rodzajów działań: social media marketing, influencer marketing, kampanie PPC / Google Ads lub e-mail marketing.

Uwaga:

Zamawiający nie dopuszcza możliwości łączenia żadnej funkcji z opisanymi w punkcie a – f powyżej.

Zamawiający dopuszcza wykazanie dla spełnienia warunku, doświadczenia w pełnych latach przyjmując, że 1 rok = 12 miesięcy bez względu na formę zatrudnienia.

- 5.3. W przypadku oferty składanej przez Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie warunek określony w pkt 5.2.1. SIWZ musi spełniać jeden z nich samodzielnie lub Wykonawcy spełnią go łącznie.
- 5.4. Ocena spełnienia ww. warunku odbywać się będzie metodą spełnia/nie spełnia.
- 5.5. Zamawiający wykluczy z postępowania Wykonawców:
 - 5.5.1. którzy nie wykazali spełniania warunków określonych w pkt 5.2 niniejszego SIWZ,
 - 5.5.2. którzy nie wykażą, że nie zachodzą wobec nich przesłanki, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 13-23 ustawy PZP,
 - 5.5.3. wobec których zachodzą przesłanki określone w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy PZP, o których mowa w pkt 6 SIWZ.
- 5.6. Zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że Wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych Wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze Wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.
- 5.7. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunku udziału w postępowaniu, o których mowa w pkt 5.2. SIWZ polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych. W takim przypadku:
 - 5.7.1. Wykonawca, który polega na zdolnościach podmiotów musi udowodnić Zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów, w szczególności przedstawiając zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.
 - 5.7.2. W celu oceny czy Wykonawca polegając na zdolnościach innych podmiotów będzie dysponował zasobami w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia oraz oceny czy stosunek łączący Wykonawcę z innymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów Zamawiający żąda przedstawienia dowodów, które określają w szczególności:
 - a) zakres dostępnych Wykonawcy zasobów innego podmiotu,

b) sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu przez Wykonawcę przy wykonywaniu zamówienia publicznego,

c) zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego;

d) - czy podmiot, na zdolnościach którego wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

Dokumenty określone w pkt 5.7.2 SIWZ nie są wymagane, o ile dokument określony w pkt 5.7.1. SIWZ będzie potwierdzał, że Wykonawca będzie dysponował zasobami innych podmiotów w stopniu umożliwiającym należytego wykonania zamówienia oraz że stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów, a jego treść będzie zawierała informacje, o których mowa w pkt 5.7.2. a)-~~de~~) SIWZ.

5.7.3. Zamawiający oceni, czy udostępniane Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe pozwalają na wykazanie przez Wykonawcę spełnienia warunku udziału w postępowaniu oraz zbada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt 13-22 i ust. 5 pkt 1 uPzp.

5.7.4. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe podmiotu, o którym mowa w pkt 5.7. powyżej, nie potwierdza spełnienia przez Wykonawcę warunku udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, Zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez Zamawiającego:

5.7.4.1. zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami lub

5.7.4.2. zobowiązał się do osobistego wykonania zamówienia, jeżeli wykaże zdolność techniczną lub zawodową, o których mowa w pkt 5.7. powyżej.

5.8. Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę na każdym etapie z postępowania o udzielenie zamówienia.

6.

6. PODSTAWY WYKLUCZENIA, O KTÓRYCH MOWA W ART. 24 UST. 5 USTAWY PZP.

~~6.1.~~ Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę w stosunku do którego otwarto likwidację, w zatwierdzonym przez sąd układzie w postępowaniu restrukturyzacyjnym jest przewidziane zaspokojenie wierzycieli przez likwidację jego majątku lub sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 332 ust. 1 ustawy z dnia 15 maja 2015 r. – *Prawo restrukturyzacyjne* (Dz. U. z 2019

poz. 243 ze zm.) lub którego upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Wykonawcy, który po ogłoszeniu upadłości zawarł układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego, chyba że sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 366 ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. – *Prawo upadłościowe* (Dz.U. 2019 poz. 498 ze zm.).

7.

7. INFORMACJE O OŚWIADCZENIACH I DOKUMENTACH, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ BRAK PODSTAW DO WYKLUCZENIA

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia muszą dostarczyć Zamawiającemu następujące dokumenty:

7.1. Wykonawca jest zobowiązany złożyć, za pośrednictwem miniPortalu (<https://miniportal.uzp.gov.pl/>), Zamawiającemu razem z ofertą aktualne na dzień składania ofert oświadczenie w zakresie wskazanym w załączniku nr 4 do SIWZ (JEDZ). Informacje zawarte w oświadczeniu będą stanowić wstępne potwierdzenie, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu. W treści przesłanej wiadomości należy wskazać oznaczenie i nazwę postępowania, którego JEDZ dotyczy. Komisja Europejska udostępniła narzędzie umożliwiające utworzenie, wypełnienie i ponowne wykorzystanie standardowego formularza Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia (JEDZ/ESPD) w wersji elektronicznej (eESPD – <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/espd/filter?lang=pl>). Szczegółowe informacje można także znaleźć na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych - <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejski-dokument-zamowienia/elektroniczne-narzedzie-do-wypelniania-jedzespd>.

W przypadku, gdyby serwis eESPD nie funkcjonował Urząd Zamówień Publicznych przygotował narzędzie do wypełniania JEDZ. Szczegółowe informacje można znaleźć pod adresem: <https://espd.uzp.gov.pl/filter?lang=pl>.

7.2. JEDZ należy przekazać w postaci elektronicznej opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Oświadczenia podmiotów składających ofertę wspólnie oraz podmiotów udostępniających potencjał składane na formularzu JEDZ powinny mieć formę dokumentu elektronicznego, podpisanego kwalifikowanym podpisem elektronicznym przez każdego z nich w zakresie w jakim potwierdzają okoliczności, o których mowa w treści art. 22 ust. 1 ustawy Pzp. Analogiczny wymóg dotyczy JEDZ składanego przez podwykonawcę, na podstawie art. 25a ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp.

UWAGA! Złożenie JEDZ wraz z ofertą na nośniku danych (np. CD, pendrive) jest niedopuszczalne, nie stanowi bowiem jego złożenia przy użyciu środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 18 lipca 2002 o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2017 poz. 1219).

a) Zamawiający dopuszcza w szczególności następujący format przesyłanych danych: .pdf, .doc, .docx, .rtf, .xps, .odt.

b) Wykonawca wypełnia JEDZ, tworząc dokument elektroniczny. Może korzystać z narzędzia ESPD lub innych dostępnych narzędzi lub oprogramowania, które umożliwiają wypełnienie JEDZ i utworzenie dokumentu elektronicznego, w szczególności w jednym z ww. formatów.

c) Po stworzeniu lub wygenerowaniu przez wykonawcę dokumentu elektronicznego JEDZ, wykonawca podpisuje ww. dokument kwalifikowanym podpisem elektronicznym, wystawionym przez dostawcę kwalifikowanej usługi zaufania, będącego podmiotem świadczącym usługi certyfikacyjne - podpis elektroniczny, spełniające wymogi bezpieczeństwa określone w ustawie*

d) Obowiązek złożenia JEDZ w postaci elektronicznej opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym w sposób określony powyżej dotyczy również JEDZ składanego na wezwanie w trybie art. 26 ust. 3 ustawy Pzp.

Uwaga: wypełniając JEDZ w zakresie Część IV: Kryteria kwalifikacji, Wykonawca może ograniczyć się do wypełnienia sekcji α w części IV i nie musi wypełniać żadnej z pozostałych sekcji w części IV.

7.3. W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez Wykonawców oświadczenie, o którym mowa w pkt 7.1. SIWZ przesyła każdy z Wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie. Oświadczenie to ma potwierdzać spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia w zakresie, w którym każdy z Wykonawców wykazuje spełnianie warunków udziału w postępowaniu, brak podstaw wykluczenia.

7.4. Wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcom, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia z udziału w postępowaniu składa dotyczące ich oświadczenia, o którym mowa w pkt 7.1 SIWZ.

7.5. W przypadku, gdy Wykonawcy będą polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych musi udowodnić Zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów. W tym celu, dodatkowo winni oni przedłożyć:

* Ustawa z dnia 5 września 2016 r. – o usługach zaufania oraz identyfikacji elektronicznej (Dz. U. z 2016 r. poz. 1579, z późn. zm.)

- 7.5.1. dokument potwierdzający, że będą dysponować zasobami innego podmiotu niezbędnymi do realizacji zamówienia np. pisemne zobowiązanie tego podmiotu do oddania do dyspozycji Wykonawcy niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia,
- 7.5.2. dokument (np. umowa Wykonawcy z podmiotem), określający w szczególności:
- zakres dostępnych Wykonawcy zasobów innego podmiotu,
 - sposobu wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez Wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego,
 - zakresu i okresu udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego,
 - czy podmiot, na zdolnościach którego wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

Ww. dokument wymagany jest w celu oceny, czy Wykonawca będzie dysponował niezbędnymi zasobami innych podmiotów w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz oceny, czy stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów. Dokument określony w pkt 7.5.2. SIWZ nie jest wymagany, o ile dokument określony w pkt 7.5.1. SIWZ będzie potwierdzał, że Wykonawca będzie dysponował zasobami innych podmiotów w stopniu umożliwiającym należytego wykonania zamówienia oraz że stosunek łączący Wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów, a jego treść będzie zawierała informacje, o których mowa w pkt 7.5.2. a)-~~de~~) SIWZ.

- 7.6. Wykonawca, który powołuje się na zasoby innych podmiotów, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia oraz spełnienia - w zakresie, w jakim powołuje się na ich zasoby - warunków udziału w postępowaniu składa także oświadczenie o którym mowa w pkt 7.1. SIWZ dotyczące tych podmiotów, a następnie przedstawia dokumenty, o których mowa w 7.7.1.-7.7.5. SIWZ, potwierdzające brak istnienia przesłanek wykluczenia wobec tych podmiotów.
- 7.7. Zamawiający przed udzieleniem zamówienia, wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia drogą elektroniczną w wyznaczonym, nie krótszym niż 10 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia następujących oświadczeń lub dokumentów:

- 7.7.1. **informację(-e) z Krajowego Rejestru Karnego** w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 13, 14 i 21 ustawy Pzp, **wystawiona(-e) nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.**
- 7.7.2. **odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej**, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw do wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy PZP.
- 7.7.3. **oświadczenia Wykonawcy** o braku wydania wobec niego prawomocnego wyroku sądu lub ostatecznej decyzji administracyjnej o zaleganiu z uiszczaniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne albo - w przypadku wydania takiego wyroku lub decyzji - dokumentów potwierdzających dokonanie płatności tych należności wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami lub zawarcie wiążącego porozumienia w sprawie spłat tych należności. Oświadczenie należy sporządzić zgodnie z załącznikiem nr 5 do SIWZ;
- 7.7.4. **oświadczenia Wykonawcy** o braku orzeczenia wobec niego tytułem środka zapobiegawczego zakazu ubiegania się o zamówienia publiczne. Oświadczenie należy sporządzić zgodnie z załącznikiem nr 5 do SIWZ;
- 7.7.5. **oświadczenia wykonawcy** o niezaleganiu z opłacaniem podatków i opłat lokalnych, o których mowa w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 716). Oświadczenie należy sporządzić zgodnie z załącznikiem nr 5 do SIWZ.
- 7.7.6. **Wykaz usług** z podaniem przedmiotu usług, wartości, dat wykonania, nazwy podmiotu na rzecz, którego była świadczona usługa **oraz załączenie dowodów w rozumieniu Rozporządzenia MR**, że zostały wykonane należycie. Do ewentualnego wykorzystania przy sporządzaniu tego dokumentu służy Załącznik nr 6 do SIWZ.
- 7.7.7. **Wykaz osób**, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami. Powyższe informacje należy przedstawić w Załączniku Nr 7 do SIWZ.
- 7.8. **Wykonawca w terminie 3 dni** od dnia zamieszczenia na stronie internetowej informacji, o której mowa w art. 86 ust. 5 ustawy PZP, **przekaze Zamawiającemu oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej**, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy PZP- do sporządzenia tego dokumentu służy Załącznik Nr 8 do

SIWZ. Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym Wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.

- 7.9. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów, o których mowa w pkt 7.7.1. i 7.7.2. powyżej:
- dotyczy pkt 7.7.1 powyżej - składa informację z odpowiedniego rejestru albo, w przypadku braku takiego rejestru, inny równoważny dokument wydany przez właściwy organ sądowy lub administracyjny kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dotyczy informacja albo dokument, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 13, 14 i 21 ustawy Pzp, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
 - dotyczy pkt 7.7.2. powyżej - składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające że:
 - a) ~~nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości~~;
- ~~Dokumenty o których mowa w punkcie a) powyżej powinny być~~ wystawione ~~nie~~ wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
- 7.10. Jeżeli w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt 7.9. powyżej, zastępuje się je dokumentem zawierającym odpowiednio oświadczenie Wykonawcy, ze wskazaniem osoby albo osób uprawnionych do jego reprezentacji, lub oświadczenie osoby, której dokument miał dotyczyć, złożone przed notariuszem lub przed organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego właściwym ze względu na siedzibę lub miejsce zamieszkania Wykonawcy lub miejsce zamieszkania tej osoby. Dokumenty muszą być wystawione w terminach analogicznych jak wskazane w pkt 7.9. powyżej. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę, Zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących tego dokumentu.
- 7.11. Wykonawca mający siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w odniesieniu do osoby mającej miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, której dotyczy dokument wskazany w pkt 7.7.1 powyżej, składa dokument, o którym mowa w pkt 7.9. tiret pierwsze powyżej, w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 13,14 i 21 ustawy Pzp. Jeżeli w kraju, w którym miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument miał dotyczyć, nie wydaje się

takich dokumentów, zastępuje się go dokumentem zawierającym oświadczenie tej osoby złożonym przed notariuszem lub przed organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego właściwym ze względu na miejsce zamieszkania tej osoby. Dokument musi być wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

- 7.12. Jeżeli Wykonawca nie złoży oświadczenia, o którym mowa w pkt 7.1. SIWZ, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy PZP, lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez Zamawiającego wątpliwości, Zamawiający wezwie do ich złożenia, uzupełnienia, poprawienia w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia oferta Wykonawcy podlegałaby odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.

W przypadku podpisywania oferty przez pełnomocnika wraz z ofertą, Wykonawcy winni przedłożyć oryginał pełnomocnictwa, w formie dokumentu elektronicznego opatrzonego kwalifikowanym podpisem elektronicznym osoby upoważnionej do udzielenia pełnomocnictwa. Z treści pełnomocnictwa winno wynikać uprawnienie pełnomocnika do reprezentowania Wykonawcy.

Wykonawcy ubiegający się wspólnie o udzielenie zamówienia (np. spółki cywilne, konsorcja), zgodnie z art. 23 ust. 2 ustawy PZP, **zobowiązani są ustanowić pełnomocnika.** Z treści pełnomocnictwa winno wynikać prawo pełnomocnika do reprezentowania Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego albo do reprezentowania i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego w imieniu Wykonawcy. Dokument ten winien być podpisany przez osobę/osoby uprawnioną(-e) do jego udzielenia tj. zgodnie z formą reprezentacji każdego z Wykonawców.

- 7.13. Zamawiający zastrzega sobie prawo do skorzystania z art. 26 ust. 2f ustawy Pzp który stanowi, że „jeżeli jest to niezbędne do zapewnienia odpowiedniego przebiegu postępowania o udzielenie zamówienia, zamawiający może na każdym etapie postępowania wezwać wykonawców do złożenia wszystkich lub niektórych oświadczeń lub dokumentów potwierdzających, że nie podlegają wykluczeniu, spełniają warunki udziału w postępowaniu lub kryteria selekcji, a jeżeli zachodzą uzasadnione podstawy do uznania, że złożone uprzednio oświadczenia lub dokumenty nie są już aktualne, do złożenia aktualnych oświadczeń lub dokumentów.”

8. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI

- 8.1. W postępowaniu o udzielenie zamówienia komunikacja między Zamawiającym a Wykonawcami odbywa się przy użyciu miniPortalu <https://miniportal.uzp.gov.pl/>, ePUAPu <https://epuap.gov.pl/wps/portal> oraz poczty elektronicznej.
- 8.2. Wykonawca zamierzający wziąć udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, musi posiadać konto na ePUAP. Wykonawca posiadający konto na ePUAP ma dostęp do formularzy: złożenia, zmiany, wycofania oferty lub wniosku oraz do formularza do komunikacji.
- 8.3. Wymagania techniczne i organizacyjne wysyłania i odbierania dokumentów elektronicznych, elektronicznych kopii dokumentów i oświadczeń oraz informacji przekazywanych przy ich użyciu opisane zostały w Regulaminie korzystania z miniPortalu (załącznik nr 12 do SIWZ) oraz Regulaminie ePUAP.
- 8.4. Maksymalny rozmiar plików przesyłanych za pośrednictwem dedykowanych formularzy do: złożenia, zmiany, wycofania oferty lub wniosku oraz do komunikacji wynosi 150 MB (dotyczy MiniPortalu oraz ePUAP). Maksymalny rozmiar wiadomości przesyłanych za pośrednictwem poczty elektronicznej wynosi 15 MB.
- 8.5. Za datę przekazania oferty, wraz z załącznikami oraz JEDZ składnego wraz z ofertą, przyjmuje się datę ich przekazania na ePUAP.
- 8.6. Za datę przekazania wniosków, zawiadomień, dokumentów elektronicznych, oświadczeń lub elektronicznych kopii dokumentów lub oświadczeń oraz innych informacji przyjmuje się datę ich przekazania drogą elektroniczną.
- 8.7. Identyfikator postępowania i klucz publiczny dla danego postępowania o udzielenie zamówienia dostępne są na Liście wszystkich postępowań na miniPortalu oraz został zamieszczony na stronie internetowej Zamawiającego.
- 8.8. Dokumenty elektroniczne, oświadczenia lub elektroniczne kopie dokumentów lub oświadczeń składane są przez Wykonawcę za pośrednictwem Formularza do komunikacji jako załączniki. Zamawiający dopuszcza również możliwość składania dokumentów elektronicznych, oświadczeń lub elektronicznych kopii dokumentów lub oświadczeń za pomocą poczty elektronicznej, na wskazany w pkt 1 adres email. Sposób sporządzenia dokumentów elektronicznych, oświadczeń lub elektronicznych kopii dokumentów lub oświadczeń musi być zgodny z wymaganiami określonymi w rozporządzeniu Prezesa Rady Ministrów z dnia 27 czerwca 2017 r. w sprawie użycia środków komunikacji elektronicznej w postępowaniu

o udzielenie zamówienia publicznego oraz udostępniania i przechowywania dokumentów elektronicznych oraz rozporządzeniu MR.

- 8.9. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SIWZ. Zamawiający niezwłocznie udzieli wyjaśnień jednak nie później niż **6 dni** przed terminem składania ofert – pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynie do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert i nie dotyczy udzielonych wyjaśnień. Przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania ww. wniosków. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu, o którym mowa powyżej lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
- 8.10. Pytania należy przysyłać za pośrednictwem ePUAP lub za pomocą poczty elektronicznej na adres: przetargi@ncbr.gov.pl. W temacie pisma należy podać tytuł i znak przetargu.
- 8.11. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający przekaże niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którym przekazał SIWZ, bez ujawniania źródła zapytania oraz zamieści na stronie internetowej Zamawiającego.
- 8.12. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Zamawiający może w każdym czasie, przed upływem terminu składania ofert zmodyfikować treść niniejszej SIWZ.
- 8.13. Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią SIWZ i zostanie niezwłocznie przekazana wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego.
- 8.14. W przypadku rozbieżności pomiędzy treścią SIWZ, a treścią udzielonych odpowiedzi, jako obowiązującą należy przyjąć treść pisma zawierającego późniejsze oświadczenie Zamawiającego.
- 8.15. Zamawiający przedłuży termin składania ofert, jeżeli w wyniku modyfikacji treści SIWZ niezbędny będzie dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach.
- 8.16. O przedłużeniu terminu składania ofert Zamawiający niezwłocznie zawiadomi wszystkich Wykonawców, którym przekazano SIWZ oraz zamieści stosowną informację na stronie internetowej Zamawiającego.

9. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM

- 9.1 W niniejszym postępowaniu Wykonawca zobowiązany jest do wniesienia wadium przed upływem terminu składania ofert. Wadium należy wnieść w wysokości ~~13 000,00 zł (słownie: trzynaście tysięcy złotych 00/100).~~ 6000,00 z (słownie: sześć tysięcy złotych 00/100).

- 9.1 Wadium może być wniesione w jednej lub kilku następujących formach:
- 1) pieniądzu,
 - 2) poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, z tym że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym;
 - 3) gwarancjach bankowych;
 - 4) gwarancjach ubezpieczeniowych;
 - 5) poręczeniach udzielanych przez podmioty, o których mowa w art. 6b ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2014 r., poz. 1804 oraz z 2015 r. poz. 978 i 1240).
- 9.2 Wadium wnoszone w pieniądzu należy wpłacić przelewem na rachunek bankowy Narodowego Centrum Badań i Rozwoju:

Bank Gospodarstwa Krajowego

I Oddział w Warszawie

nr 22 1130 1017 0020 1020 9820 0001

z zaznaczeniem „Wadium – kampania informacyjno-promocyjna, postępowanie nr 13/20/PN/P9”

Za skuteczne wniesienie wadium w pieniądzu Zamawiający uzna wadium, które znajdzie się na rachunku bankowym Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert.

- 9.3 **W przypadku wniesienia wadium w formie innej niż pieniężna, Zamawiający wymaga złożenia wraz z ofertą oryginału dokumentu wadialnego (gwarancji lub poręczenia) w postaci elektronicznej opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym przez uprawnionego pracownika gwaranta/poręczyciela.**
- 9.4 Dokument wadialny, o którym mowa w pkt. 9.4. SIWZ, powinien zawierać informacje o udzieleniu gwarancji lub poręczenia na odpowiednią kwotę wymienioną w pkt 9.1. SIWZ, stanowiącą zabezpieczenie wadium na rzecz Zamawiającego w przetargu nieograniczonym na **kampanię informacyjno - promocyjną** winien określać precyzyjnie gwaranta (poręczyciela), beneficjenta (Narodowe Centrum Badań i Rozwoju), zleceniodawcę gwarancji (poręczenia), termin ważności udzielonej gwarancji (poręczenia), który winien odpowiadać co najmniej terminowi związania ofertą – pkt 10.1. SIWZ oraz zawierać zobowiązanie podmiotu udzielającego gwarancji (poręczenia) do bezwarunkowej, nieodwołalnej zapłaty wadium na pierwsze pisemne żądanie Zamawiającego w przypadkach przewidzianych ustawie PZP. Treść dokumentu stanowiącego wadium nie może warunkować wypłacenia kwoty Zamawiającemu od badania zasadności żądania wypłaty przez wystawcę dokumentu czy jakkolwiek inny podmiot.

- 9.5 Treść dokumentu stanowiącego wadium nie może warunkować wypłacenia kwoty Zamawiającemu od badania zasadności żądania wypłaty przez wystawcę dokumentu czy jakikolwiek inny podmiot.
- 9.6 W przypadku Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia, dopuszczalne jest wystawienie dokumentu stanowiącego wadium na jednego z Wykonawców, pod warunkiem, że z jego treści wynika, iż zabezpiecza on złożenie oferty przez wszystkich Wykonawców działających wspólnie, lub że dokument wadium został wystawiony na podmiot prawidłowo umocowany do reprezentowania wszystkich Wykonawców działających wspólnie.
- 9.7 Termin wniesienia wadium upływa wraz z upływem terminu składania ofert.
- 9.8 Wadium musi zabezpieczać ofertę przez cały okres związania ofertą, począwszy od dnia, w którym upływa termin składania ofert.
- 9.9 Zamawiający zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Wykonawca w odpowiedzi na wezwanie, o którym mowa w art. 26 ust. 3 i 3a ustawy PZP, z przyczyn leżących po jego stronie, nie złożył oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy PZP, oświadczenia, o którym mowa w art. 25a ust. 1 ustawy PZP, pełnomocnictw lub nie wyraził zgody na poprawienie omyłki, o której mowa w art. 87 ust. 2 pkt 3 ustawy PZP, co spowodowało brak możliwości wybrania oferty złożonej przez wykonawcę jako najkorzystniejszej.
- 9.10 Zamawiający na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 7b) ustawy PZP odrzuci ofertę Wykonawców, którzy nie wnieśli wadium lub jeśli wadium zostało wniesione w sposób nieprawidłowy.

10 TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ

- 10.1. Okres związania Wykonawcy ofertą wynosi 60 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 10.2. 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 (art. 85 ust. 2 uPzp).
- 10.3. W przypadku wniesienia odwołania po upływie terminu składania ofert bieg terminu związania ofertą ulega zawieszeniu do czasu ogłoszenia orzeczenia przez Krajową Izbę Odwoławczą.
- 10.4. Odmowa wyrażenia zgody na przedłużenie terminu związania ofertą nie powoduje utraty wadium.
- 10.5. Przedłużenie terminu związania ofertą jest dopuszczalne tylko z jednoczesnym przedłużeniem okresu ważności wadium albo, jeżeli nie jest to możliwe, z wniesieniem nowego wadium na

przedłużony okres związania ofertą. Jeżeli przedłużenie terminu związania ofertą dokonywane jest po wyborze oferty najkorzystniejszej, obowiązek wniesienia nowego wadium lub jego przedłużenia dotyczy jedynie Wykonawcy, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza.

- 10.6. Zamawiający, nie później niż na 7 dni przed upływem ważności wadium, wzywa wykonawców, pod rygorem wykluczenia z postępowania, do przedłużenia ważności wadium albo wniesienia nowego wadium na okres niezbędny do zabezpieczenia postępowania do zawarcia umowy. W przypadku wniesienia odwołania po wyborze oferty najkorzystniejszej, wezwanie kieruje się jedynie do wykonawcy, którego ofertę wybrano jako najkorzystniejszą. (art. 184 uPzp).

11 OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT

- 11.1. Oferta powinna być sporządzona w języku polskim, z zachowaniem postaci elektronicznej w jednym z następujących formatów danych: .pdf, .doc, .docx, .rtf, .xps, .odt, i podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Sposób złożenia oferty w tym zaszyfrowania oferty opisany został w Regulaminie korzystania z miniPortalu (załącznik nr 10 do SIWZ).
- 11.2. Do oferty należy dołączyć podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym oświadczenia i dokumenty:
- 11.2.1. **Formularz ofertowy** (wypełniony i podpisany elektronicznie) – do wykorzystania wzór (druk), stanowiący Załącznik Nr 2 do SIWZ. W przypadku niekorzystania z ww. druku, oferta musi zawierać w szczególności: wskazanie oferowanego przedmiotu zamówienia, cenę oferty brutto, zobowiązanie dotyczące terminu realizacji zamówienia i warunków płatności, oświadczenie o okresie związania ofertą oraz o akceptacji wszystkich postanowień SIWZ i Istotnych postanowień umowy bez zastrzeżeń, a także informację, którą część zamówienia Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy;
 - 11.1.2. **Projekt Koncepcji kampanii** wraz z przykładowym postem sponsorowanym na portalu Facebook (zgodnie z opisem w punkcie 15.4. i 15.5. SIWZ);
 - 11.1.3. **Jednolity Europejski Dokument Zamówienia (JEDZ)** wypełniony i podpisany elektronicznie - zgodnie z zasadami określonymi w pkt 7.1. SIWZ;
 - 11.1.4. **pełnomocnictwo** (podpisane elektronicznie) - jeśli dotyczy.
- 11.3. Ofertę, oświadczenia a także wykaz usług i wykaz osób zaleca się sporządzić na drukach stanowiących załączniki do SIWZ.
- 11.4. W przypadku, gdy Wykonawca nie skorzysta z załączonego Formularza ofertowego (Załącznik nr 2, nr 3), zobowiązany jest złożyć ofertę w taki sposób, by treść oferty odpowiadała treści

SIWZ. W przypadku, gdy Wykonawca nie skorzysta z załączonych druków (Załącznik nr 5-8 do SIWZ), treść składanych oświadczeń oraz wykazów usług i osób powinna potwierdzać spełnianie warunków udziału obowiązujących w niniejszym postępowaniu.

- 11.5. Wykonawca może złożyć wyłącznie jedną ofertę, w której musi być zaoferowana tylko jedna cena, ustalona zgodnie z opisem w pkt 13 SIWZ.
- 11.6. Dokumenty sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski.
- 11.7. Wykonawca w ofercie może zastrzec informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. 2018 r. poz. 1637 z późn. zm.). Zamawiający nie ujawni informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, **jeżeli Wykonawca, nie później niż w terminie składania ofert, zastrzeżł, że nie mogą być one udostępniane oraz wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Zaleca się, aby uzasadnienie, o którym mowa powyżej było sformułowane w sposób umożliwiający jego udostępnienie innym uczestnikom postępowania.**

Uwaga

Zastrzegając informacje w ofercie Wykonawca winien mieć na względzie, że zastrzeżona informacja ma charakter tajemnicy przedsiębiorstwa, jeśli spełnia łącznie trzy warunki:

- *ma charakter techniczny, technologiczny, organizacyjny przedsiębiorstwa lub posiada wartość gospodarczą,*
- *jako całość lub w szczególnym zestawieniu i zbiorze ich elementów nie są powszechnie znane osobom zwykle zajmującym się tym rodzajem informacji albo nie są łatwo dostępne dla takich osób, tzn. nie jest znana ogółowi lub osobom, które ze względu na prowadzoną działalność są zainteresowane jej posiadaniem,*
- *uprawniony do korzystania z informacji lub rozporządzania nimi podjął, przy zachowaniu należytej staranności, działania w celu utrzymania ich w poufności.*

W nawiązaniu do orzecznictwa arbitrażowego i sądowego, należy przyjąć, iż sferą tajemnicy można objąć tylko takie informacje, które są znane jedynie poszczególnym osobom lub określonej grupie osób. Obszar ten nie może się rozciągać na informacje powszechnie znane lub te, o których treści każdy zainteresowany może się legalnie dowiedzieć.

- 11.10. Zamawiający informuje, że w przypadku kiedy Wykonawca otrzyma od niego wezwanie w trybie art. 90 ustawy PZP, a złożone przez niego wyjaśnienia i/lub dowody stanowiąc będą tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

Wykonawcy będzie przysługiwało prawo zastrzeżenia ich jako tajemnica przedsiębiorstwa. Przedmiotowe zastrzeżenie Zamawiający uzna za skuteczne wyłącznie w sytuacji kiedy Wykonawca oprócz samego zastrzeżenia, jednocześnie wykaże, iż dane informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

11.11. Wykonawca w szczególności nie może zastrzec w ofercie informacji:

11.12.1. odczytywanych podczas otwarcia ofert, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp,

11.12.2. które są jawne na mocy odrębnych przepisów,

11.12.3. cen jednostkowych stanowiących podstawę wyliczenia ceny oferty.

11.12. Wszelkie negatywne konsekwencje mogące wyniknąć z niezachowania powyższych wymagań będą obciążały Wykonawcę.

12 MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT

12.1 Wykonawca składa ofertę za pośrednictwem Formularza do złożenia, zmiany, wycofania oferty dostępnego na ePUAP i udostępnionego również na miniPortalu. Klucz publiczny niezbędny do zaszyfrowania oferty przez Wykonawcę jest dostępny dla wykonawców na miniPortalu.

12.2 Termin składania ofert upływa **w dniu 16-czerwea20 27 lipca 2020 r. o godz. 1311:00.**

Otwarcie ofert nastąpi **w dniu 16-czerwea20 27 lipca 2020 r. o godz. 1412:00** w siedzibie Zamawiającego.

12.3 Otwarcie ofert jest jawne, Wykonawcy mogą w nim uczestniczyć, z zachowaniem odpowiednich środków bezpieczeństwa (tj. zapewnienie odpowiedniej odległości, używanie rękawiczek, maseczek ochronnych) związanych z sytuacją epidemiczną. ~~Dodatkowo w celu zapewnienia jawności i bezpieczeństwa dokonywanie otwarcia ofert będzie transmitowane online w czasie rzeczywistym na kanale NCBR YouTube. Link bezpośrednio kierujący na otwarcie ofert zostanie wygenerowany na minimum 2 dni przed otwarciem ofert, o czym Zamawiający poinformuje na stronie internetowej <https://bip.ncbr.gov.pl/zamowienia-publiczne/>~~

12.4 Otwarcie ofert następuje poprzez użycie aplikacji do szyfrowania ofert dostępnej na miniPortalu i dokonywane jest poprzez odszyfrowanie i otwarcie ofert za pomocą klucza prywatnego.

12.5 Wykonawca może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę za pośrednictwem Formularza do złożenia, zmiany, wycofania oferty lub wniosku dostępnego na ePUAP i udostępnionych również na miniPortalu. Sposób zmiany i wycofania oferty został opisany w Instrukcji użytkownika dostępnej na miniPortalu oraz stanowiącej załącznik nr 10 do niniejszej SIWZ.

- 12.6 Wykonawca po upływie terminu do składania ofert nie może skutecznie dokonać zmiany ani wycofać złożonej oferty.
- 12.7 Obowiązkiem Wykonawcy jest zapoznać się z Regulaminem korzystania z miniPortalu oraz Regulaminem ePUAP. W związku z powyższym złożenie ofert w sposób niezgodny z Regulaminem (np. podwójne zaszyfrowanie) może spowodować brak możliwości odczytania oferty, za co odpowiedzialność ponosi Wykonawca. W takim przypadku Zamawiający potraktuje ofertę jako nie złożoną skutecznie.
- 12.8 Zamawiający zaleca aby, zgodnie z wytycznymi Urzędu Zamówień Publicznych, Wykonawca zwracał uwagę na to, czy ID postępowania, które wpisuje do aplikacji do szyfrowania, zgadza się z kluczem publicznym.
- 12.9 W celu prawidłowego użycia pary kluczy do szyfrowania i deszyfrowania, oferta musi zostać zaszyfrowana tylko jeden raz. Podczas szyfrowania oferty system generuje hash pliku połączony z wygenerowanymi kluczami. W momencie podwójnego zaszyfrowania oferty, system miniPortal dostaje informację o hashu pliku wyłącznie zaszyfrowanego pliku po raz ostatni, który jest wysyłany poprzez formularze do złożenia, wycofania lub zmiany oferty. Przy odszyfrowaniu Aplikacja „sczytuje” tylko ten ostatni hash pliku. W związku z powyższym brak jest możliwości otwarcia podwójnie zaszyfrowanej oferty.
- 12.10 Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia. Podczas otwarcia ofert podaje się nazwy (firmy) oraz adresy wykonawców, a także informacje dotyczące ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofertach, zgodnie z art. 86 ust. 4 ustawy PZP.
- 12.11 Niezwłocznie po otwarciu ofert Zamawiający zamieści na stronie www.bip.ncbr.gov.pl informacje dotyczące:
- 12.11.1 kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia;
 - 12.11.2 firm oraz adresów wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie;
 - 12.11.3 ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofertach;
- 12.12 W toku dokonywania badania i oceny złożonych ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących ich treści.
- 12.13 Oferty, które nie zostaną odrzucone, zostaną poddane procedurze oceny zgodnie z kryterium oceny ofert określonym w punkcie 15 niniejszej SIWZ.
- 12.14 Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiada wszystkim wymaganiom określonym w ustawie PZP oraz w SIWZ, a ponadto uzyska największą liczbę punktów zgodnie z przyjętym kryterium oceny ofert.

- 13. OPIS SPOSOBU OBLICZANIA CENY** Cena oferty brutto jest ceną obejmującą wszystkie koszty i składniki związane z realizacją zamówienia (w tym m.in. podatek VAT, ewentualne opusty i rabaty).
- 13.2. Cenę oferty brutto należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- 13.3. Cena oferty brutto nie podlega zmianie w okresie realizacji umowy z zastrzeżeniem wyjątków w niej wskazanych.
- 13.4. Cena oferty musi zostać wyrażona cyfrowo i słownie. W przypadku rozbieżności przyjmuje się cenę wyrażoną słownie. W formularzu oferty należy podać :
- 1) cena netto - bez podatku VAT,
 - 2) cenę brutto - łącznie z podatkiem VAT,
 - 3) stawkę VAT.
 - 4) wartość podatku VAT.
 - 5) cenę każdej z trzech transzy – netto i brutto.
- 13.5. Do porównania i oceny ofert Zamawiający przyjmie cenę całkowitą brutto.
- 13.6. Ustalenie prawidłowej stawki podatku VAT leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający nie uzna za oczywistą omyłkę i nie poprawi błędnie ustalonej stawki podatku VAT.

14. INFORMACJE DOTYCZĄCE WALUT OBCYCH, W JAKICH MOGĄ BYĆ PROWADZONE ROZLICZENIA MIĘDZY ZAMAWIAJĄCYM A WYKONAWCĄ

- 14.1. W związku z wykonaniem umowy w sprawie zamówienia publicznego w przedmiotowym postępowaniu Zamawiający nie przewiduje prowadzenia rozliczeń z Wykonawcą w walutach obcych.
- 14.2. Rozliczenia pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą będą dokonywane w złotych polskich.

15. OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY, WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT

Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty:

L.p.	Kryterium	Waga	Maksymalna liczba punktów
1	Cena (C)	40 %	40
2	Kryterium doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (O)	20 %	20
3	Projekt koncepcji kampanii (K)	40%	40

15.1. Zamawiający oceni oferty przyznając punkty w ramach poszczególnych kryteriów oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt. Zamawiający dokona wyliczenia punktów dla każdej oferty, za każde kryterium, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku i wybierze ofertę z najwyższą liczbą punktów ogółem, spośród ofert niepodlegających odrzuceniu.

Ocenę końcową oferty stanowić będzie wspólna ocena komisji przetargowej na podstawie punktów przyznanych w kryterium cena, punktów przyznanych w kryterium doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia oraz punktów uzyskanych w kryterium projekt koncepcji kampanii. W przypadku gdy oferta w kryterium Projekt koncepcji kampanii nie uzyska min. 24 pkt, oferta zostanie odrzucona. Projekt koncepcji kampanii nie podlega uzupełnieniu.

15.2. **Kryterium „Cena” (C) – waga 40%** - Maksymalną liczbę punktów w tym kryterium (40 pkt) otrzyma oferta Wykonawcy, który zaproponuje najniższą cenę za wykonanie całości przedmiotu zamówienia podaną przez Wykonawcę w Formularzu Oferty (Załącznik nr 2 do SIWZ), natomiast pozostali Wykonawcy otrzymają odpowiednio mniejszą liczbę punktów obliczoną zgodnie z poniższym wzorem:

$$C \text{ (liczba przyznanych punktów)} = \frac{\text{cena brutto oferty najtańszej}}{\text{cena brutto oferty badanej}} \times 40$$

15.3. **Kryterium „Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia” (O) - waga**

20 % - Punkty zostaną przyznane na podstawie złożonego wraz z ofertą formularza w zakresie kryterium– doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia. Wykonawca, w tym kryterium może otrzymać maksymalnie 20 punktów. Ocena w zakresie przedmiotowego kryterium zostanie dokonana na podstawie informacji podanych przez Wykonawcę w Formularzu - Kryterium doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (załącznik nr 3 do SIWZ).

15.3.1. Każdy członek zespołu – osoby wymienione w punkcie 5.2.1.2. SIWZ ppkt a-f, za wykazanie doświadczenia przekraczającego wymagania minimalne opisane w tych podpunktach, o okres co najmniej pełnych 1 – 2 lat uzyska 1 punkt.

15.3.2. Każdy członek zespołu – osoby wymienione w punkcie 5.2.1.2. SIWZ ppkt a-f, za wykazanie doświadczenia przekraczającego wymagania minimalne opisane w tych podpunktach o okres co najmniej pełnych trzech lat uzyska 2 punkty.

15.3.3. Doświadczenie należy wskazać w pełnych latach przyjmując, że 1 rok = 12 miesięcy bez względu na formę zatrudnienia.

15.3.4. Naliczanie punktów o których mowa w z-punktówpkt 15.3.1. i 15.3.2. nie sumuje się w ramach jednej osoby.

Punkty za kryterium Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (O) zostaną przyznane każdej z ofert wg wzoru:

$$O \text{ (liczba przyznanych punktów)} = \frac{\text{Liczba punktów za doświadczenie badanej oferty}}{\text{Najwyższa liczba punktów ze złożonych ofert}} \times 20$$

Punkty w kryterium Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia zostaną zaokrąglone do dwóch miejsc po przecinku.

Zamawiający informuje, że wykaz osób wskazanych w formularzu – kryterium Doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (stanowiący załącznik nr 3 do SIWZ) nie stanowi dokumentu składanego w celu potwierdzenia spełniania warunków, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy Pzp.

Wykonawca w ramach kryterium doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (stanowiącym załącznik nr 3 do SIWZ) może wskazać jedną osobę do pełnienia funkcji wskazanych w punkcie 15.3.1. i 15.3.2. SIWZ. W przypadku gdy Wykonawca wskaże więcej niż jedną osobę do pełnienia poszczególnych funkcji, Zmawiający oceniać będzie pierwszą osobę, która została wskazana w pierwszej kolejności;

15.4. Kryterium „Projekt koncepcji kampanii” - waga 40 %

Ocena w kryterium „Projekt koncepcji kampanii” będzie się składała z sumy ocen uzyskanych w podkryteriach „Koncepcja kreatywna kampanii” z podziałem na dwieDwie częściInicjatywy dla: przedsięwzięcia pn. Wielkie Wyzwanie: Energia oraz Ośmiu przedsięwzięć NCBR, wpisujących się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej², w którym można uzyskać maksymalnie 30 punktów oraz w podkryterium „Koncepcja kreatywna przykładowego postu sponsorowanego na portalu Facebook”, w którym można uzyskać maksymalnie 10 punktów.

15.4.1. Ocena punktowa w ramach podkryterium „Koncepcja kreatywna kampanii” z podziałem na dDwie Inicjatywyczęści dla: przedsięwzięcia pn. Wielkie Wyzwanie: Energia oraz

Ośmiu przedsiębiorców NCBR, wpisujących się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej” zostanie dokonana przez Zamawiającego na podstawie dołączonej do oferty prezentacji w formie np. ppt lub pdf, zawierającej wstęp do koncepcji kampanii kreatywnej, zawierającej poniższe elementy:

- Krótki opis założeń kampanii,
- Wstępne linie kreatywne (graficzne),
- Wstępny harmonogram działań wraz z podziałem na trzy etapy realizacji ich wraz z podziałem na trzy transze rozliczeniowe między Wykonawcą z Zamawiającym,
- Jak Sposób osiągnięcia przez Wykonawcę zamierza osiągnąć postawione celowe,
- Dobranie odpowiednich narzędzi do grup docelowych,
- Przykładowe hasła reklamowe do wykorzystania w kampanii,
- Opis działań, z podziałem na poszczególne kampanie,
- Prezentacja powinna mieścić się na maksymalnie 35 slajdach (minimalny zakres od 15 slajdów).

15.4.2. Ocena punktowa w ramach podkryterium „Koncepcja kreatywna przykładowego postu sponsorowanego na portalu Facebook” zostanie dokonana przez Zamawiającego na podstawie dołączonego do oferty jednego przykładowego postu sponsorowanego, który mógłby być wykorzystany w ramach promocji WWE na portalu Facebook. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przygotował i przedstawił koncepcję kreatywną przykładowego postu, który będzie dotyczył etapu kampanii ukierunkowanego na promocję Wielkiego Finału WWE. Post powinien być przygotowany według specyfikacji dotyczącej targetu oraz celu działań określonych w SOPZ. Post powinien być przygotowany jako reklama w formie pojedynczego obrazu oraz treści posta, która mogłaby być wyświetlona na Facebooku w sekcji Aktualności: <https://www.facebook.com/business/help/980593475366490>

Zamawiający zastrzega, że post przedstawiony przez Wykonawcę jest jedynie projektem i służy do oceny oferty. Podczas przygotowywania koncepcji przykładowego posta Wykonawca powinien korzystać z ogólnie dostępnych informacji nt. przedsięwzięcia WWE.

Przedstawiony przez Wykonawcę post powinien być przedstawiony w formie, która pozwoli na ocenienie go. Post powinien zawierać odpowiednie dla przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich znakowanie (belka logotypów unijnych) oraz

wskazania w treści źródeł finansowania (min. przez tagowanie #FunduszeEuropejskie; #POIR).

15.4.3. W tym kryterium ocenie podlegać będzie:

15.4.3.1. Podkryterium Koncepcja kreatywna kampanii „K” – 30 pkt,

15.4.3.2. Podkryterium Koncepcja kreatywna przykładowego postu sponsorowanego na portalu Facebook „P” – 10 pkt.

15.4.4. Przydział punktów zgodnie z poszczególnymi podkryteriami zostanie dokonany poprzez zestawienie przedstawionego przez Wykonawcę projektu koncepcji kreatywnej kampanii oraz przykładowego postu sponsorowanego na portalu Facebook. Po dokonaniu wskazanego zestawienia, jeżeli możliwe jest zróżnicowanie przedstawionych przez Wykonawców projektów, komisja przetargowa oceni kolejność, w jakiej poszczególne projekty koncepcji Wykonawców najlepiej spełniają dane podkryterium.

15.4.5. Zamawiający dopuszcza sytuację, że więcej niż jednej projekt koncepcji otrzyma to samo miejsce w zestawieniu. W takim przypadku, projekty pozostałych Wykonawców zajmą kolejno następne miejsca w zestawieniu.

15.4.6. Jeżeli wszystkie lub kilka z przedstawionych do oceny projektów koncepcji jest jednakowych lub nie można ocenić, które z nich w większym lub mniejszym stopniu spełniają wskazane kryterium, to wszystkim Wykonawcom lub odpowiednio kilku Wykonawcom, przyznawana jest liczba punktów zgodna z miejscem projektu koncepcji w zestawieniu.

15.4.7. Wykonawcy, który przedstawił projekt koncepcji najlepiej spełniający dane kryterium spośród wszystkich przedstawionych przez Wykonawców projektów, przyznaje się maksymalną liczbę punktów możliwą do uzyskania za dane podkryterium.

15.4.8. Wykonawcy, który przedstawił projekt niespełniający danego podkryterium albo spełniający go w najmniejszym stopniu, o ile nie zostały przyznane miejsca ex aequo, przyznaje się „0” punktów za dane podkryterium.

15.4.9. W przypadku, gdy ocenie będzie podlegała jedna oferta uzyska ona maksymalną liczbę punktów albo 0 punktów w ramach danego podkryterium.

15.4.10. Wykonawcom, których projekt oceniany jest jako spełniający dane podkryterium w_ mniejszym stopniu od najlepszej propozycji i w większym stopniu od najgorszej propozycji przyznaje się liczbę punktów pośrednią, obliczoną zgodnie z poniższymi zasadami. Pozostali Wykonawcy otrzymają liczbę punktów proporcjonalną do miejsca w hierarchii.

15.4.11. Podkryterium Koncepcja kreatywna kampanii - „K”: ocenie podlegać nieszablonowe podejście do tematu oraz kreatywność, m.in. w zakresie dopasowania w formie i treści do grup docelowych, propozycje działań wraz z ich harmonogramem oraz propozycja narzędzi potrzebnych do ich realizacji oraz osiągnięcia wskazanych wskaźników i odpowiednio popartymi argumentami (insightami)

$$K = [(K_{\max} - K_{\text{obl.}}) : (K_{\max} - 1)] * 30 \text{ pkt}$$

gdzie:

K_{\max} – ilość ofert (np. 2, 3, 4 ...n)

$K_{\text{obl.}}$ – pozycja w zestawieniu oferty badanej w danym podkryterium

Wykonawca, w tym podkryterium może otrzymać maksymalnie 30 punktów.

15.5.

15.5. Podkryterium Koncepcja kreatywna przykładowego postu sponsorowanego na portalu Facebook „P” – 10 pkt: ocenie podlegać będzie w jakim stopniu zaproponowany projekt koncepcji postu: wpisuje się w przyjętą stylistykę WWE (czy jest jej bliski czy znacząco odbiegający); jest czytelny (czy grafika dołączona do posta jest czytelna pod względem graficznym (kolorystyka, krój czcionki, itd.) a przekaz postu jest zrozumiały) i dostosowany przekazem do grupy docelowej (czy np. post zawiera bezpośrednie zwrotu do odbiorcy – call to action, informacje zawarte w poście są przydatne dla odbiorców, treść i forma reklamy angażuje odbiorców z grupy docelowej, treść i forma reklamy są interesująca dla odbiorców);

$$P = [(P_{\max} - P_{\text{obl.}}) : (P_{\max} - 1)] * 10 \text{ pkt}$$

gdzie:

P_{\max} – ilość ofert (np. 2, 3, 4 ...n)

$P_{\text{obl.}}$ – pozycja w zestawieniu oferty badanej w danym podkryterium

Wykonawca, w tym podkryterium może otrzymać maksymalnie 10 punktów.

— Łącznie w tym kryterium Wykonawca może uzyskać maksymalnie 40 punktów.

15.6.

15.6. Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:

15.6.1. jest niezgodna z ustawą [PZP](#);

15.6.2. jej treść nie odpowiada treści SIWZ, z zastrzeżeniem art. 87 ust.2 pkt 3 ustawy PZP;

15.6.3. jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;

15.6.4. zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia;

15.6.5. została złożona przez Wykonawcę wykluczonego z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia;

- 15.6.6. zawiera błędy w obliczeniu ceny lub kosztu;
- 15.6.7. Wykonawca w terminie 3 dni od dnia doręczenia mu zawiadomienia nie zgodzi się na poprawienie omyłki, o której mowa w art. 87 ust. 2 pkt 3 ustawy PZP;
- 15.6.8. Wykonawca nie wyraził zgody, o której mowa w art. 85 ust. 2 uPzp, na przedłużenie terminu związania ofertą;
- 15.6.9. wadium nie zostało wniesione lub zostało wniesione w sposób nieprawidłowy;
- 15.6.10. -jest nieważna na podstawie odrębnych przepisów,
- 15.6.11. -jako niezgodną z SIWZ, w przypadku gdy Wykonawca uchylił się od zawarcia umowy, co spowoduje zmianę treści złożonej przez niego oferty.
- 15.6.12. Jeżeli nie można będzie wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawi taki sam bilans ceny ~~lub kosztu~~ i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybierze ofertę z najniższą ceną ~~lub najniższym kosztem~~, a jeżeli zostały złożone oferty o takiej samej cenie ~~lub koszeie~~, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych.
- 15.6.13. na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy PzpZP - w przypadku niezłożenia przez Wykonawcę Oświadczenia o braku konfliktu interesów z interesem NCBR oraz interesem publicznym lub złożenia Oświadczenia o konflikcie interesów Zamawiający.

16. POPRAWIENIE OMYŁEK W OFERCIE

16.1. Zamawiający poprawi w ofercie, w szczególności:

- 16.1.1. oczywiste omyłki pisarskie – bezsporne, nie budzące wątpliwości omyłki dotyczące wyrazów, np.: widoczna mylna pisownia wyrazu, ewidentny błąd gramatyczny, niezamierzone opuszczenie wyrazu lub jego części, ewidentny błąd rzeczowy np.: 31 kwietnia 2013 r., rozbieżność pomiędzy ceną wpisaną liczbą i słownie.
- 16.1.2. oczywiste omyłki rachunkowe z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek – omyłki dotyczące działań arytmetycznych na liczbach, np.: błędny wynik działania matematycznego wynikający z dodawania, odejmowania, mnożenia i dzielenia;
- 16.1.3. inne omyłki - polegające na niezgodności oferty z SIWZ niepowodujące istotnych zmian w treści oferty.

16.2. O poprawieniu omyłek w ofercie Zamawiający niezwłocznie zawiadomi Wykonawcę, którego oferta została poprawiona.

17. INFORMACJA O FORMALNOŚCIACH, JAKIE POWINNY ZOSTAĆ DOPEŁNIONE PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY O ZAMÓWIENIE PUBLICZNE ORAZ INFORMACJE ZAWARTE W ART. 92 UST. 1 USTAWY PZP

- 17.1. Umowa w sprawie wykonania zamówienia publicznego, którego przedmiot został określony w niniejszej SIWZ, zawarta zostanie z uwzględnieniem postanowień wynikających z treści niniejszej SIWZ oraz danych zawartych w ofercie.
- 17.2. Zamawiający podpisze umowę z Wykonawcą, który przedłoży najkorzystniejszą ofertę z punktu widzenia kryteriów przyjętych w niniejszej SIWZ. 17.3. Zamawiający informuje niezwłocznie wszystkich wykonawców o:
- 17.3.1. ___-wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy, jeżeli są miejscami wykonywania działalności wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,
- 17.3.2. ___-wykonawcach, którzy zostali wykluczeni,
- 17.3.3. ___-wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, powodach odrzucenia oferty, a w przypadkach, o których mowa w art. 89 ust. 4 i 5 [ustawy PZP](#), braku równoważności lub braku spełniania wymagań dotyczących wydajności lub funkcjonalności,
- 17.3.34. ___-wykonawcach, którzy złożyli oferty niepodlegające odrzuceniu, ale nie zostali zaproszeni do kolejnego etapu negocjacji albo dialogu,
- 17.3.5. ___-dopuszczeniu do dynamicznego systemu zakupów,
- 17.3.6. ___-nieustanowieniu dynamicznego systemu zakupów,
- 17.3.7. ___-unieważnieniu postępowania
– podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
- 17.4. Zamawiający określi datę i miejsce podpisania umowy. Termin podpisania umowy nie będzie krótszy niż 10 dni od dnia przesłania zawiadomienia o wyborze najkorzystniejszej oferty, jeżeli zawiadomienie to zostało przesłane przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, albo 15 dni – jeżeli zostało przesłane w inny sposób. Zamawiający może zawrzeć umowę w sprawie zamówienia publicznego przed upływem wskazanych powyżej terminów, jeżeli w postępowaniu złożona będzie tylko jedna (ważna) oferta.

- 17.5. Przed podpisaniem umowy wybrany Wykonawca przekaze Zamawiającemu informacje dotyczące wskazania osób podpisujących umowę oraz osoby upoważnione do kontaktów w sprawach realizacji umowy.
- 17.6. 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, umowy regulującej współpracę tych Wykonawców.
- 17.7. O terminie i miejscu podpisania umowy Zamawiający poinformuje wybranego Wykonawcę odrębnym pismem lub drogą mailową.
- 17.8. Umowa zostanie zawarta w formie pisemnej lub w formie elektronicznej z użyciem kwalifikowanego podpisu elektronicznego.
- 17.9. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownej oceny.

18.

18. ISTOTNE DLA STRON POSTANOWIENIA, KTÓRE ZOSTANĄ WPROWADZONE DO TREŚCI UMOWY

- 18.1. Istotne dla Stron postanowienia zostały zawarte w Istotnych Postanowieniach Umowy stanowiących Załącznik Nr 9 do SIWZ.
- 18.2. Złożenie oferty jest jednoznaczne z akceptacją wszystkich warunków zawartych w IPU.

19. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH WYKONAWCY W TOKU POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

- 19.1. Każdemu 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 przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w dziale VI ustawy PZP jak dla trybu przetargu nieograniczonego o wartości przekraczającej 139 000 euro.
- 19.2. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SIWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy PZP.

20. PODWYKONAWSTWO

- 20.1. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy.
- 20.2. W przypadku powierzenia wykonania części zamówienia podwykonawcy, Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę w ofercie (Formularzu Ofertowym) części zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom, oraz podania przez Wykonawcę nazw (firm) podwykonawców.
- 20.3. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 22a ust. 1 ustawy [PZP](#), w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, Wykonawca jest obowiązany wykazać Zamawiającemu, że proponowany inny podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż podwykonawca, na którego zasoby wykonawca powoływał się w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.
- 20.4. Powierzenie wykonania części zamówienia podwykonawcom nie zwalnia Wykonawcy z odpowiedzialności za należyte wykonanie zamówienia.

21. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, Zamawiający informuje, że:

- administratorem Państwa danych osobowych jest *Narodowe Centrum Badań i Rozwoju*;
- do kontaktu z inspektorem ochrony danych osobowych w *Narodowym Centrum Badań i Rozwoju* wyznaczono adres e-mail: inspektorochronydanychosobowych@ncbr.gov.pl;
- Państwa dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z niniejszym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego;
- odbiorcami Państwa danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 8 oraz art. 96 ust. 3 ustawy Pzp;
- Państwa dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy Pzp, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy;
- obowiązek podania przez Państwa danych osobowych bezpośrednio Państwu dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy Pzp, związanym z udziałem w

postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy Pzp;

- w odniesieniu do Państwa danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
- posiadają Państwo:
 - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Państwa dotyczących;
 - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Państwa danych osobowych [†];
 - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO [‡];
 - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uznają Państwo, że przetwarzanie danych osobowych Państwa dotyczących narusza przepisy RODO;
- nie przysługuje Państwu:
 - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - **na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Państwa danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.**

Wykaz Załączników do niniejszego SIWZ:

1. Załącznik 1 – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia;
2. Załącznik 2 – Formularz oferty;
3. Załącznik 3 – Formularz – kryterium doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia
4. Załącznik 4 – Jednolity europejski dokument zamówienia;
5. Załącznik 5 – Oświadczenia w zakresie braku podstaw wykluczenia;
6. Załącznik 6 – Wykaz należycie wykonanych usług;
7. Załącznik 7 – Wykaz osób, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia
8. Załącznik 8 – Oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o którym mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy PZP

[†] skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z ustawą Pzp oraz nie może naruszać integralności protokołu oraz jego załączników

[‡] prawo do ograniczenia przetwarzania nie ma zastosowania w odniesieniu do przechowywania, w celu zapewnienia korzystania ze środków ochrony prawnej lub w celu ochrony praw innej osoby fizycznej lub prawnej, lub z uwagi na ważne względy interesu publicznego Unii Europejskiej lub państwa członkowskiego

9. Załącznik 9 – Istotne postanowienia Umowy
10. Załącznik 10 – Regulamin korzystania z miniPortalu.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia
(dalej: SOPZ)

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR (dalej jako „Dwie Inicjatywy”):

A. Przedsięwzięcie pn. Wielkie Wyzwanie: Energia (dalej jako „Przedsięwzięcie WWE”).-

Przedmiot będzie realizowany w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez wdrożenie nowego modelu finansowania przełomowych projektów badawczych (projekt realizowany z poddziałania 4.1.3 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój).

Więcej informacji o WWE można uzyskać pod poniższym linkiem:

<https://wielkiewyzwanie.ncbr.gov.pl/>

B. Kampania informacyjno-promocyjna poświęcona ośmiu nowym przedsięwzięciom Ośmiem nowych przedsięwzięć NCBR, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej (dalej jako „Ośmiem przedsięwzięć”).-

Przedmiot będzie realizowany w ramach projektu pozakonkursowego pn. *Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez realizację przedsięwzięć badawczych w trybie innowacyjnych zamówień publicznych w celu wsparcia realizacji strategii Europejskiego Zielonego Ładu*, który jest realizowany w ramach poddziałania 4.1.3 *Innowacyjne metody zarządzania badaniami Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego*:

- Innowacyjna biogazownia – celem przedsięwzięcia jest akceleracja rozwoju polskiego sektora biogazowego poprzez opracowanie technologii monitoringu i sterowania procesem technologicznym w sposób automatyczny, umożliwiając poprawę efektywności polskich biogazowni, oraz eliminując jako skutek uboczny nieprzyjemny dla otoczenia zapach. Dzięki projektowi możliwy będzie rozwój biogazowni w Polsce na dużą skalę.
- Oczyszczalnia przyszłości – celem przedsięwzięcia jest opracowanie innowacyjnych technologii utylizacji osadów ściekowych oraz technologii umożliwiających uzyskanie czystej wody do gospodarczych celów miasta lub przemysłu. Nadzwyczaj istotną kwestią jest również usunięcie ze ścieków mikrozanieczyszczeń (np. środki antykoncepcyjne, antydepresanty, antybiotyki itd.). W efekcie projektu osady pościekowe będą mogły powrócić jako ulepszczone (biogeny, minerały) do gleby tworząc podstawy rolnictwa w obiegu zamkniętym. Uzyskana woda będzie mogła być wykorzystana w przemyśle i –w –gospodarce komunalnej miasta, również krążąc w obiegu zamkniętym.

- Elektrociepłownia przyszłości – celem przedsięwzięcia jest opracowanie metodyki, narzędzi technicznych i organizacyjnych elektrociepłowni, które będą ułatwiały przekształcenie istniejącego systemu w efektywny system ciepłowniczy z zapewnieniem pełnego wykorzystania źródeł OZE i lokalnych paliw i energii, zastosowaniem magazynów energii oraz możliwością osiągnięcia zero-emisyjności systemu funkcjonującego w obiegu zamkniętym.
- Technologie domowej retencji – celem przedsięwzięcia jest stworzenie innowacyjnych technologii i systemów niezbędnych do magazynowania i wykorzystania wody w domach jednorodzinnych i –budynkach mieszkalnych wielorodzinnych pochodzącej z opadów. Projekt jest niezwykle istotny w kontekście potencjalnych okresów suszy w Polsce.
- Budownictwo efektywne energetycznie i procesowo – celem przedsięwzięcia jest opracowanie technologii budownictwa modułowego, które przyspieszą i zmniejszą koszty budowy mieszkań i domów jednorodzinnych, oraz zapewnią, że budowane domy będą zero-emisyjne i neutralne energetycznie, i wykonane w dużym stopniu z surowców wtórnych.
- Magazynowanie energii elektrycznej – celem przedsięwzięcia jest opracowanie technologii umożliwiających magazynowanie energii elektrycznej na potrzeby aplikacji przemysłowych i domowych opartych na surowcach w maksymalnym stopniu dostępnych na terenie Polski. Projekt umożliwi producentom z Polski włączenie się w gigantyczne zapotrzebowanie na magazyny energii w –wielu sektorach gospodarki. Wytworzone technologie będą technologicznie słabsze od magazynów Li-Ion, ale będą znacznie tańsze i w efekcie lepsze dla zastosowań domowych, przemysłowych, oraz dla dużej energetyki.
- Magazynowanie energii ciepła i chłód - celem przedsięwzięcia jest opracowanie technologii umożliwiającej efektywne magazynowanie energii cieplnej (magazynowanie ciepła i chłodu) na potrzeby aplikacji przemysłowych i domowych. Projekt pozwala na rozwój technologii wspierających budownictwo i przemysł zeroemisyjny dzięki możliwości okresowego (dobowo, tygodniowo, sezonowo) magazynowania energii.
- Wentylacja dla szkół i domów – celem przedsięwzięcia jest opracowanie tanich technologii wentylacji i rekuperacji dla starych istniejących budynków szkolnych i mieszkalnych. Technologie zapewnią dobrą wentylację czystym powietrzem bez utraty energii. Projekt pozwoli znacząco zmniejszyć koszty energii oraz podnieść komfort przebywania w starzejących się blokach mieszkalnych i budynkach szkolnych, w których obecnie np. stężenie CO2 wielokrotnie przekracza dopuszczalne normy.

II. -Cel zamówienia

Celem realizacji kampanii jest:

- przekazanie bieżących informacji na temat przedsięwzięć Dwóch Inicjatyw Wielkiego Wyzwania: Energia;
- wsparcie promocyjne poszczególnych etapów Wielkiego Wyzwania: Energia Przedsięwzięć Dwóch Inicjatyw;

- [przekazanie bieżących informacji nt. wskazanych ośmiu nowych inicjatyw NCBR](#);
- zwiększenie świadomości ekologicznej i energetycznej [polskiego](#) społeczeństwa;
- zainteresowanie szerokiego grona naukami technicznymi i promocja innowacyjności [w Polsce](#);
- wzmocnienie integracji środowiska naukowego oraz przemysłowego, [które związane jest z branżą z energetyką, biogazownictwem, magazynowaniem energii \(elektrycznej, ciepła i chłodu\), rekuperacją, oczyszczaniem ścieków a także budownictwem](#);
- wzmocnienie rozpoznawalności Funduszy Europejskich oraz Narodowego Centrum Badań i Rozwoju [w Polsce](#).

III. Grupa docelowa ([adresaci Kampanii](#))

Grupa celowa – [Kampania](#) jest adresowana do:

1. TIER A:

[1.1. osoby z szeroko rozumianego świata nauki, techniki i innowacji, w szczególności studenci, koła naukowe, pasjonaci, naukowcy, wynalazcy, przedsiębiorcy i innowatorzy, zarówno reprezentanci MŚP jak dużych przedsiębiorstw działających w tematyce odnawialnych źródeł energii jakim jest wiatr.](#)

[1.2. przedsiębiorstwa, laboratoria i jednostki naukowo-badawcze związane z energetyką, biogazownictwem, magazynowaniem energii \(elektrycznej, ciepła i chłodu\), rekuperacją/wentylacją, oczyszczaniem ścieków na także budownictwem.](#)

2. TIER B: polskie społeczeństwo. Grupa wiekowa odbiorców powinna być dobrana proporcjonalnie do rozkładu demograficznego polskiego społeczeństwa.

Zamawiający wymaga, aby ok. 60% działań podejmowanych w Kampanii było kierowanych do osób wskazanych w Tier A a pozostałe ok. 40% działań powinno być kierowane do osób wskazanych w Tier B.

IV. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

1. Przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii (przygotowanie ostatecznej wersji koncepcji kreatywnej kampanii na podstawie złożonego do oferty „Projektu koncepcji kampanii”) w podziale na- ~~d~~Dwie Inicjatywy (WWE oraz Osiem Przedsięwzięć), o których mowa w pkt I:

- analiza grupy celowej, jej potrzeb i korzyści oraz konsumpcja mediów;
- BIG IDEA - precyzyjnie sformułowany, czytelny koncept, który powinien w sposób jednoznaczny wynikać z każdego z komunikatów;
- najważniejsze komunikaty kampanii na szczeblu ogólnym;
- uzasadnienie wyboru poszczególnych działań oraz ich dopasowanie do grup celowych;
- harmonogram realizacji kampanii - określający m.in. daty rozpoczęcia i zakończenia danego działania, liczbę emisji itp. – przedstawionego w formie tabeli z podziałem na miesiące [i Dwie Inicjatywy](#);
- opracowanie szczegółowego planu emisji reklam w Internecie, mediach społecznościowych oraz w innych mediach w zależności od zaproponowanych działań;
- szczegółowego kosztorysu;
- opis planu osiągnięcia założonych w kampanii wskaźników;

- ogólny opis koncepcji kreatywnej całej kampanii oraz wizualizacja motywu przewodniego;
 - wykaz działań z przypisaniem do nich narzędzi do ich realizacji (osiągnięcie założonych w celach kampanii wskaźników);
 - realizacja ww. działań wg założeń harmonogramu i kosztorysu;
 - raportowanie.
2. Realizacja działań obejmujących m.in., które powinny zawierać takie elementy jak:
- współpracę z ambasadorami/ liderami opinii / influencerami,
 - działania w Internecie (realizacja i emisja np. spotów, filmów animowanych, grafiki, social media, kampanie mailingowe),
 - koncepcja i kreacja materiałów drukowanych oraz elektronicznych, m.in. ulotek, broszur, poradników, materiałów informacyjnych,
 - działania o charakterze public relations (np. zapewnienie komunikacji medialnej w poszczególnych etapach kampanii, organizacja konferencji prasowych, wysyłek kreatywnych i wywiadów);
 - przygotowywanie innych elementów kampanii (np. koncepcji działań w radiu, w tym produkcja i emisja spotów, propozycja dodatkowych działań zaproponowanych w ramach koncepcji kreatywnej kampanii).

Obowiązkowym elementem kampanii jest realizacja i emisja materiałów video na temat Ośmiu Przedsięwzięć w oparciu o materiały merytoryczne dostarczone przez Zamawiającego. Każdy z 8 filmów powinien trwać nie krócej niż 5 minut.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość, po uzgodnieniu z Wykonawcą, emisji gotowych materiałów informacyjno-promocyjnych w ramach działań przewidzianych w harmonogramie.

Do zadań Obowiązkiem Wykonawcy jest uzgodnienie z Zamawiającym poszczególnych czynności podejmowanych w Kampanii należy ustalenie działań oraz ich zakresu w taki sposób, aby osiągnąć wskazane w pkt. 3 wskaźniki. W przypadku materiałów drukowanych Wykonawca ustala z Zamawiającym ich ilość, specyfikację i przeznaczenie. Wykonawca w ramach oferty zobowiązany jest wliczyć wszelkie koszty dot. Zamówienia.

3. Wykonawca w trakcie trwania Kampanii będzie musiał zrealizować niżej wymienione wskaźniki efektywności Kampanii o wartościach nie mniejszych niż:
- liczba pozyskanych od momentu rozpoczęcia kooperacji użytkowników strony internetowej WWE: 1000 (liczba wejść) wskaźnik Return of Investment (dotyczy całej kampanii): 10 (wskaźnik Return of Investment będzie liczony na podstawie wskaźnika ekwiwalentu reklamowego (AVE) dla wygenerowanych przekazów medialnych (opłaconych i organicznych) liczony w metodologii wybranego dostawcy usług monitoringu mediów (np. Instytut Monitorowania Mediów, Press Service Monitoring Mediów). Suma AVE powinna być równa lub większa od wartości całej kampanii pomnożonej razy 10). Wskaźnik ROI dotyczy całej kampanii.
 - zasięg materiałów RTV: 30 000 000 zasięg materiałów RTV (radio i telewizja): min. 30 000 000 (wyniki kampanii będą liczone dla wzmianek o WWE oraz o Ośmiu przedsięwzięciach). Około: połowa (40-50%) materiałów powinna być wygenerowana dla hasła Wielkie Wyzwanie: Energia, pozostała część dla wskazanych Ośmiu przedsięwzięciach (w

publikacjach dot. Ośmiu przedsięwzięć nie musi pojawiać się informacja o wszystkich przedsięwzięciach na raz, tzn. wygenerowane publikacje, w których pojawi się informacja o min. 3 z nich również zostanie uznana). Publikacje, w których pojawi się informacja zarówno o WWE, jak i Ośmiu przedsięwzięciach powinna być przez Wykonawcę zakwalifikowana albo do publikacji dot. WWE albo do publikacji dot. Ośmiu przedsięwzięć – Zamawiający nie dopuszcza zakwalifikowania takiej publikacji dla obydwu haseł.

-
- liczba wyświetleń materiałów online: 50 000 000 (w tym wygenerowanie min. 100 000 wyświetleń materiałów video przygotowanych w ramach Zamówienia w kampanii YouTube), 50% materiałów wygenerowanych dla hasła Wielkie Wyzwanie: Energia, drugie 50% dla wskazanych Ośmiu przedsięwzięć (w publikacjach dot. Ośmiu przedsięwzięć nie musi pojawiać się informacja o wszystkich przedsięwzięciach na raz, tzn. wygenerowane materiały, w których pojawi się informacja o min. 3 z nich również zostanie uznana).
- liczba publiczności podczas wydarzenia finałowego: 5000 (z zastrzeżeniem o którym mowa w punkcie V.2 ppkt b)
- liczba przejść z social media na stronę WWE: 3000
- liczba osób, która polubiła fanpage Wielkie Wyzwanie: Energia na Facebooku: 1000 (dodatkowo Wykonawca w ramach tego wskaźnika zobowiązany jest do publikacji min. 3 postów tygodniowo o akcji (w tym 1 video) + min. 10 postów tygodniowo o tematyce Małej Energetyki Wiatrowej. Plan postów musi być przedstawiony do akceptacji Zamawiającego. Plan zostanie uwzględniony w strategii kampanii kreatywnej. Wykonawca będzie zobowiązany także do zapewnienia moderacji w godzinach 8-22 od poniedziałku do piątku oraz do zapewnienia własnego contentu (grafiki, materiały video).

4. Etapy kampanii w podziale na Dwie Inicjatywy:

4.1 Dot. Wielkiego Wyzwania: Energia:

PODTRZYMANIE ZAINTERESOWANIA (od zawarcia umowy - ~~listopad 2020~~wiosna 2021 r. *)

Podtrzymanie zainteresowania opinii publicznej i mediów w okresie przygotowań zespołów do wielkiego finału. Grupa docelowa TIER A pkt 1.1.:

- zespoły już zarejestrowane, otoczenie zespołów (uczelnie, kółka naukowe, stowarzyszenia), media branżowe zainteresowane OZE oraz ogólnoinformacyjne, liderzy opinii
- popularyzatorzy nauki, influencerzy poruszający tematykę OZE.

PÓŁFINAL/FINAL (~~jesień-wiosna 2021~~0 (przypuszczalnie ~~druga połowa października 2020~~marzec lub kwiecień 2021))*

Duże wydarzenie dla otwartej publiczności, podczas którego zespoły konstruktorskie przedstawią w ramach określonych warunków działanie swoich urządzeń, ponadto wybór wyłonionemu zwycięzcy- zostanie wręczona nagroda główna. Na tym etapie Wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia publiki publiczności oraz ~~napędzenia~~ zainteresowania mediów tym wydarzeniem. Dodatkowo Wykonawca będzie odpowiedzialny za prowadzenie biura prasowego w części półfinałów i finałów. Powyższe wydarzenie będzie częścią tzw. „Dnia NCBR” podczas którego Zamawiający będzie promować własną działalność.

Zamawiający informuje, że koszt wynajęcia miejsca (lokalizacji) tzw. „Dnia NCBR” podczas którego odbędzie się półfinału/finału oraz jego obsługi i organizacja pozostaje po stronie Zamawiającego.

* (termin rozpoczęcia, a także termin zakończenia może zostać wydłużony).

4.2. Dot. 8 nowych inicjatyw NCBROsiem przedsięwzięć:

Grupa celowa została wskazana w TIER A pkt 1.2.

4.2.1. Promocja Ośmiu przedsięwzięć w oparciu o materiały merytoryczne dostarczone przez Zamawiającego, informowanie o założeniach Zielonego Ładu,

4.2.2. Promocja poszczególnych przedsięwzięć, w tym: ~~„bieżących etapów postępowania~~ przedsięwzięć, jak: dialog techniczny, ogłoszenie postępowania-, zawarcie umów z wyłonionymi podmiotami.

4.2.3. Podtrzymanie zainteresowania Ośmioma przedsięwzięciami podczas tzw. „Dnia NCBR”-:

* (termin rozpoczęcia, a także termin zakończenia może zostać wydłużony)

5. Realizacji kampanii zgodnie z przygotowanym przez Wykonawcę i zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem i kosztorysem kampanii.
6. Produkcji materiałów niezbędnych do realizacji kampanii, w tym zakup wszystkich potrzebnych produktów i usług.
7. Opracowania i przekazania Zamawiającemu raportów miesięcznych i raportu końcowego z realizacji działań informacyjno-edukacyjnych w ramach kampanii z wyszczególnieniem osiągniętych wskaźników oraz rekomendacji.

V. Harmonogram realizacji zamówienia

1. Kampania będzie realizowana od dnia ~~podpisania zawarcia~~ umowy i nie będzie trwała dłużej niż do ~~31 listopada 2020~~ maja 2021 r. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu zakończenia kampanii bez ponoszenia dodatkowych kosztów.

Przedmiot zamówienia będzie wykonywany od dnia podpisania umowy do ~~31 listopada 2020~~ maja 2021 r. zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem działań.

Rozpoczęcie realizacji kampanii (np. emisje w mediach) przewidziane jest nie później niż na ~~początku III~~ przełomie III i IV kwartału 2020 r.) a zakończenie realizacji kampanii przewidziane jest na ~~31 listopada 2020~~ maja 2021 r., przy czym:

- szczegółowej strategii kampanii kreatywnej, media planu kampanii oraz rzeczowo-finansowego harmonogramu działań należy przygotować w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy,
- kreację i materiały reklamowe niezbędne do rozpoczęcia kampanii należy przygotować w terminie nie dłuższym niż 7 dni kalendarzowych od dnia zatwierdzenia przez Zamawiającego szczegółowej strategii, media planu kampanii oraz rzeczowo-finansowego harmonogramu działań.

W przypadku opóźnień wynikających z przedłużającej się procedury przetargowej termin rozpoczęcia zostanie przesunięty.

2.

2. **W zależności od sytuacji epidemiologicznej wynikającą-wynikającej z rozprzestrzeniania się koronawirusa COVID-19 oraz wydawanych przez instytucje publiczne zaleceń w tym zakresie Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany:**

- a. **terminu realizacji przedmiotu umowy** ~~(nawet na 2021r.)~~. W sytuacji zaistnienia takiej okoliczności Zamawiający niezwłocznie powiadomi o tym Wykonawcę, w celu przygotowania nowego harmonogramu rzeczowo-finansowego uwzględniającego przeprowadzenie działań w nowym terminie. Przesunięcie terminu rozpoczęcia działań, nie będzie rodziło skutków finansowych wobec Zamawiającego;

b. **liczby publiczności podczas wydarzenia finałowego.**

3. Zamawiający dopuszcza możliwość zmian w bieżącej realizacji [Ośmiu przedsięwzięć NCBR \(np. przedłużenie dialogu technicznego oraz innych, nieprzewidzianych na etapie postępowania zmian\)](#), o czym niezwłocznie poinformuje Wykonawcę. Wykonawca dostosuje realizację kampanii do bieżących zmian. Kwota [Zamówienia wynagrodzenia](#) pozostanie bez zmian.

VI. **Podstawowe zasady współpracy**

1. Wykonawca wyznaczy jedną osobę do ogólnej koordynacji realizacji zamówienia, która będzie współpracowała z osobami wskazanymi przez Zamawiającego.
2. W trakcie realizacji zamówienia Wykonawca będzie na bieżąco współpracował z Zamawiającym lub innymi osobami wskazanymi przez Zamawiającego, niebędącymi pracownikami Zamawiającego.
3. Przy realizacji zamówienia Zamawiający dopuszcza możliwość porozumiewania się z Wykonawcą drogą mailową oraz telefoniczną.
4. Wykonawca w trakcie realizacji zamówienia zobowiązuje się do przestrzegania przepisów ustawy Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”.
5. W razie zaistnienia konieczności przetwarzania danych osobowych Zamawiający zwróci się do wybranego Wykonawcy z prośbą o wypełnienie arkusza weryfikacji danych osobowych oraz po uzyskaniu pozytywnej opinii IODO Zamawiającego podpisze z wybranym Wykonawcą umowę powierzenia przetwarzania danych osobowych. Umowa zostanie zawarta na wzorze Zamawiającego.
6. Wszystkie materiały, które zostaną zaprojektowane (powstaną) w trakcie realizacji zamówienia muszą być przedstawione do ostatecznej akceptacji Zamawiającego przed wyprodukowaniem. Ewentualne poprawki i zmiany Zamawiający będzie zgłaszał w wersji elektronicznej, a— Wykonawca będzie zobowiązany do wprowadzenia, zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego.

7. Zamawiający pozostawia sobie prawo wprowadzenia nieodpłatnej zmiany m.in. w projektach materiałów informacyjnych i promocyjnych. Wykonawca zastosuje wszystkie uwagi wprowadzone przez Zamawiającego.
8. Wynagrodzenie będzie płatne w trzech transzach. Wysokość transz zostanie ustalona przez Wykonawcę w formularzu oferty. Każda z transz będzie zamykać dany etap zrealizowanych działań.
9. Wykonawca na etapie akceptacji finalnej wersji harmonogramu działań w Kampanii, przedłoży Zamawiającemu do akceptacji ostateczną propozycję etapów realizacji działań w ramach Kampanii wraz z ich rozliczeniem/transzą płatności przy czym wartość transz wskazana w ofercie pozostanie bez zmian:
 - Pierwszy etap: dot. przedstawienia i zaakceptowanie przez Zamawiającego szczegółowej strategii kampanii kreatywnej, media planu kampanii oraz rzeczowo-finansowego harmonogramu działań (pierwsza transza płatności w wysokości nie większej niż 10% wartości zamówienia),
 - Drugi etap: kolejne rozliczenie nastąpi po wykonaniu działań przewidzianych w każdym z etapów (z wyłączeniem ostatniego okresu działań półfinał i finał), na podstawie raportu z wykonania i postępu w realizacji wskaźników (druga transza płatności),
 - Trzeci etap: obejmuje ostatni okres prowadzenia działań, wraz z przygotowaniem i przedstawieniem raportu końcowego potwierdzającego ich zgodność z założeniami zatwierdzonej kampanii wraz z wynikami osiągnięcia wskaźników wskazanych w SOPZ (trzecia transza płatności w wysokości nie mniejszej niż 25 % wartości zamówienia).
10. Wykonawca wraz z ofertą składa **wstępny harmonogram** działań wraz z podziałem na trzy etapy (każdy z etapów będzie składał się z działań do realizacji w ramach kampanii) realizacji ich wraz z podziałem na trzy transze rozliczeniowe między Wykonawcą z Zamawiającym. Transze rozliczeniowe wskazane w tym harmonogramie będą wskazane również w formularzu ofertowym. Transze będą stałe i nie będą mogły się zmienić.
11. ~~Po podpisaniu umowy w~~ terminie 14 dni od dnia podpisania umowy Wykonawca składa m.in. ostateczny harmonogram działań, który będzie podzielony na 3 etapy. Te 3 etapy = 3 transzom rozliczeniowym. Ostateczny harmonogram z podziałem na transze podlega uzgodnieniu i akceptacji NCBR.
12. Płatności – w postaci transz rozliczeniowych
 1. Pierwsza transza rozliczeniowa – po realizacji pierwszego etapu. Pierwszy etap to: przygotowanie szczegółowej strategii kampanii kreatywnej, media planu kampanii oraz rzeczowo-finansowego harmonogramu działań.
Pierwsza transza płatności wysokości nie większej niż 10 % wartości zamówienia.
 2. Druga transza rozliczeniowa - po realizacji drugiego etapu działań. Drugi etap - w ramach którego przewidziane są działania dot. realizacji kampanii – wskazane w harmonogramie w drugim etapie (z wyłączeniem działań dot. półfinał i finał). Płatność na podstawie raportu z wykonania działań ramach tego etapu i postępu w realizacji wskaźników.
 3. Trzecia transza rozliczeniowa – czyli realizacja działań wpisanych w 3 etapie dot. półfinału i finału.

Płatność na podstawie przygotowanego raportu końcowego potwierdzającego realizację działań w ramach półfinału i finału ich zgodność z założeniami zatwierdzonej kampanii wraz z wynikami osiągnięcia wskaźników wskazanych w SOPZ.

Trzecia transza płatności wysokości nie mniejszej niż 25 % wartości zamówienia.

VII. Dodatkowe informacje

- Zaproponowany projekt koncepcji kampanii powinien zakładać realizację założonych celów oraz osiągnięcie wskaźników. Projekt koncepcji kreatywnej oraz dobór narzędzi oraz formatów reklamowych powinien zagwarantować zbudowanie jak największego zasięgu przy działaniach wizerunkowych oraz efektywność i skuteczność prowadzonych działań na etapie działań efektywnościowych. Wykonawca powinien opisać w przedstawionej koncepcji sposób realizacji poszczególnych celów wskazanych w opisie przedmiotu zamówienia oraz uzasadnić skuteczność zaplanowanych działań, dobór narzędzi oraz metody współpracy,
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do bezkosztowego wprowadzenia zmian w zwycięskim koncepcie.
- Przygotowanie media planu kampanii oraz rezerwacja i zakup mediów z uwzględnieniem targetowania kampanii. Ogólny media plan kampanii dla poszczególnych grup odbiorców (należy opracować w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy) powinien uwzględniać najważniejsze informacje o planowanych mediach oraz najważniejszych parametrach kampanii. Wykonawca jest odpowiedzialny za poprawność językową (stylistyczną, gramatyczną i ortograficzną) tekstów wykorzystywanych w kampanii. W zależności od skuteczności prowadzonej kampanii Wykonawca zobowiązany jest do optymalizowania kreacji oraz wprowadzania zmian zarówno w kreacji jak i w formacie, po [uprzedniej](#) akceptacji takich zmian przez Zamawiającego.
- Wykonawca w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy przedstawi rzeczowo-finansowy harmonogram działań w trakcie kampanii rozpisany na cały czas trwania kampanii. W harmonogramie działań należy uwzględnić także zaakceptowany media plan.
- Wykonawca w czasie trwania umowy może zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o zmianę lub modyfikację harmonogramu działań lub media planu, jeżeli wynika to z optymalizacji kampanii na podstawie raportów efektywności, lub zmiana wpłynie pozytywnie na osiągnięcie ~~zadeklarowanych~~ [opisanych](#) w SOPZ wskaźników. W przypadku, gdy nie zostaną osiągnięte określone wskaźniki Wykonawca zobowiązany jest zabezpieczyć takie rozwiązania, które pozwolą je osiągnąć na określonym w SOPZ poziomie. Zamawiający dopuszcza w powyższym przypadku intensyfikację prowadzonych działań lub inne działania alternatywne umożliwiające osiągnięcie wskaźników, jednakże nie może to wpłynąć na wzrost kosztów powyżej zakontraktowanej wartości zamówienia. Wszelkie propozycje działań uzupełniających muszą zostać wcześniej obustronnie zaakceptowane.
- Wykonawca zobowiązany jest do prowadzenia stałego monitoringu prowadzonych przez siebie działań promocyjnych oraz optymalizacji efektywności przebiegu kampanii na podstawie prowadzonej analizy statystyk. Wyniki monitoringu mogą stanowić podstawę do zmiany harmonogramu, która musi być przedstawiony i zaakceptowany przez Zamawiającego.

- Wykonawca zobowiązany jest raportować efekty swoich działań w cyklu miesięcznym oraz jest zobowiązany zapewnić wgląd (dane dostępne) do narzędzi analitycznych stosowanych w kampanii (np.: konto AdWords, statystyki z adserwerów) dla Zamawiającego. Za wiarygodne technologie pomiaru liczby kliknięć zamawiający uznaje: Commission Junction, Zanox, TradeDoubler Integral, Double Click Microsoft Atlas lub analogiczne. Raport miesięczny z prowadzonych działań powinien zawierać informację co najmniej o podstawowych wskaźnikach skuteczności dostępnych z poziomu statystyk danego narzędzia (m. in. ilość kliknięć, wyświetleń, CTR, listę wydawców emitujących reklamy, miejsce wyświetlenia reklamy, zestawienie ilości postów na Facebooku, najpopularniejsze linki klikane w newsletterach), zestawienie wygenerowanych publikacji w mediach wraz ze wskaźnikami AVE i zasięgu.
- W raporcie powinno znaleźć się merytoryczne podsumowanie prowadzonych działań.

Zadaniem Wykonawcy będzie oznakowanie przygotowanych w ramach realizacji przedmiotu zamówienia materiałów logo NCBR — (logo Zamawiającego) logo inicjatywy (Wielkie Wyzwanie: Energia) i ciągiem logotypów zawierających logo Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (do pobrania ze strony <https://www.ncbr.gov.pl/o-centrum/logotypy/narodowe-centrum-badan-i-rozwoju/>— Zamawiający zastrzega sobie możliwość oznakowania dodatkowym logo, wskazany przez Zamawiającego. Zamawiający w przypadku niektórych materiałów może zrezygnować z logo NCBR, wtedy ciąg logotypów może składać się tylko z logo PO IR, barwy RP oraz UE lub logo PO IR oraz UE) oraz logo Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, barwy Rzeczypospolitej Polskiej oraz flagę Unii Europejskiej z odniesieniem do Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (do pobrania ze strony <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/ofunduszach/promocja/zasady-promocji-ioznakowania-projektow-1/zasady-promocji-ioznakowania-projektow-wersja-aktualna-od-1-stycznia2018-roku/>), zgodnie z Księgą Identyfikacji Wizualnej (do pobrania ze strony https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/47843/KsiegaIdentyfikacji_Wizualnej_2014-2020_2017.pdf). Zamawiający udzieli Wykonawcy niewyłącznej licencji do logo NCBR w zakresie niezbędnym do realizacji Umowy.

- Wykonawca jest zobowiązany do realizacji przedmiotu umowy zgodnie z „Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”, które są dostępne na Portalu Funduszy Europejskich <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/> w szczególności określone w Załączniku nr 2 Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020 https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/55001/Zalacznik_nr_2_do_Wytycznych_w_zakresie_rownosci_zatwierdzone_050418.pdf) oraz Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności - http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/47842/Podrecznik_wnioskodawcy_i_beneficjenta_210717.pdf
- W związku z powyższym Wykonawca w zależności od prowadzonych działań będzie musiał dostosować je dla osób niepełnosprawnych, np. zapewnienie tłumacza migowego, napisów rozszerzonych itp.

- Wykonawca odpowiada za wszelkie zobowiązania formalno-prawne wobec podmiotów z nim współpracujących przy lub na rzecz realizacji niniejszego zamówienia.
- Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszelkich znanych w chwili zawarcia Umowy polach eksploatacji, w tym określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 666, ze zm.), a w szczególności w zakresie:
 - 1) utrwalania, kopiowania, modyfikowania, wprowadzania do pamięci komputerów i serwerów komputerowych,
 - 2) wystawiania na publiczną prezentację (na ekranie), w tym podczas seminariów i konferencji, a także publicznego udostępniania w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
 - 3) wykorzystywania w materiałach wydawniczych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio-wizualnych i komputerowych,
 - 4) prawa do korzystania z utworów w całości lub z części oraz ich łączenia z innymi utworami, opracowania poprzez dodanie różnych elementów, uaktualnienie, tłumaczenie na inne języki.

Nazwa i adres Wykonawcy

nr postępowania 13/20/PN/P9

FORMULARZ OFERTY
dla Narodowego Centrum Badań i Rozwoju

.....
PEŁNA NAZWA WYKONAWCY

.....
ADRES Z KODEM POCZTOWYM

.....
E-MAIL

.....
NIP

.....
REGON

.....
KRS (jeżeli dotyczy)

.....
IMIONA I NAZWISKA OSÓB UPOWAŻNIONYCH DO REPREZENTOWANIA
I SKŁADANIA OŚWIADCZEŃ WOLI W IMIENIU WYKONAWCY

Oferta na przygotowanie i realizację kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR: Przedsięwzięcie pn. Wielkie Wyzwanie: Energia oraz Osiem nowych przedsięwzięć, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej.

W odpowiedzi na ogłoszenie przetargu nieograniczonego na *przygotowanie i realizację kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR: Przedsięwzięcie pn. Wielkie Wyzwanie: Energia oraz Osiem nowych przedsięwzięć, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej* oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia:

Strona 46 z 65

I. W zakresie oferowanych cen:

cena netto: PLN, (słownie:)

wysokość stawki podatku VAT %

cena brutto (z podatkiem VAT): PLN
(słownie:)

w tym:

I.1. Cena pierwszej transzy przeprowadzonej kampanii (zgodnie z przyjętą koncepcją zaproponowanej kampanii):

cena netto: zł, (słownie: zł)

cena brutto: zł, (słownie: zł)

I.2. Cena drugiej transzy przeprowadzonej kampanii (zgodnie z przyjętą koncepcją zaproponowanej kampanii):

cena netto: zł, (słownie: zł)

cena brutto: zł, (słownie: zł)

I.3. Cena trzeciej transzy przeprowadzonej kampanii (zgodnie z przyjętą koncepcją zaproponowanej kampanii):

cena netto: zł, (słownie: zł)

cena brutto: zł, (słownie: zł)

Oświadczamy, że cena oferty brutto jest ceną obejmującą wszystkie koszty i składniki związane z realizacją zamówienia (w tym m.in. ewentualne opusty i rabaty).

II. Oświadczamy, że:

1. Nie wnosimy żadnych zastrzeżeń do treści SIWZ oraz załączników będących integralną częścią SIWZ.
2. Spełniamy wszystkie wymagania zawarte w SIWZ i w załącznikach będących integralną częścią SIWZ.
3. Złożona przez nas oferta jest zgodna z treścią SIWZ i załącznikami będącymi integralną częścią SIWZ.
4. Akceptujemy wzór umowy, warunki płatności, okres gwarancji oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego w SIWZ i załącznikach .

5. Uważamy się za związanych niniejszą ofertą 60 dni od dnia upływu terminu składania ofert.
6. Informuję, iż dokumenty, o których mowa w pkt 7.7. SIWZ są dostępne w formie elektronicznej w ogólnodostępnych i bezpłatnych bazach danych pod adresem internetowym (jeżeli dotyczy):
.....
(podać rodzaj dokumentu oraz adres strony internetowej)
7. Oświadczam(-y), iż realizację przedmiotu zamówienia:
w zakresie³
.....
.....
powierzę(-my) podwykonawcy(-om),.....
(podać firmę podwykonawcy);
8. Oświadczam(-y), że wadium w kwocie ~~13-000,00~~ 6000,00–zł zostało wniesione formie
.....
9. Oświadczam, że wypełniłem obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu. [W przypadku gdy wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawca nie składa (usunięcie treści oświadczenia np. przez jego wykreślenie).]
10. Załącznikami do niniejszej oferty stanowiącymi jej integralną część są następujące dokumenty:
- a.
 - b.
 - c.
 - d.

.....
miejsowość, data

.....
imię i nazwisko, podpis elektroniczny

* Niepotrzebne skreślić



Załącznik Nr 3 do SIWZ

Nazwa i adres Wykonawcy
nr postępowania 13/20/PN/P9

**FORMULARZ - KRYTERIUM DOŚWIADCZENIE OSÓB WYZNACZONYCH DO
REALIZACJI ZAMÓWIENIA (składany razem z ofertą)**

Na potwierdzenie posiadania przez członków zespołu doświadczenia zgodnie z opisem zawartym w punkcie 15.3.1. i 15.3.2. SIWZ przedstawiam informacje i oświadczam, że niżej wymienione osoby posiadają doświadczenie:

1) KOORDYNATOR/KIEROWNIK PROJEKTU KAMPANII
..... (imię i nazwisko)
[___] lat doświadczenia zawodowego oraz koordynacja co najmniej trzech kampanii promocyjno-informacyjnych z zakresu społeczno-edukacyjnego lub nowych technologii, <u>zakończonych sukcesem w tym [___] lat doświadczenia ponad wymogi określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt a SIWZ.</u>
Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą
Opis doświadczenia zawodowego

Wykaz kampanii promocyjno-informacyjnych z zakresu społeczno-edukacyjnego lub w zakresie nowych technologii <u>zakończonych sukcesem</u>			
Lp	Podmiot zlecający kampanię	Nazwa/tytuł kampanii, zakres czynności, rodzaj kampanii	Data wykonania <i>(należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia kampanii)</i>
1. <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
2. <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
3 <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
.... <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
.... <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>

2) EKSPERT DS. PUBLIC RELATIONS

.....
(imię i nazwisko)

[] lat doświadczenia zawodowego w prowadzeniu działań komunikacyjnych, organizacji konferencji prasowych, działań z zakresu media relations, w tym w social mediach oraz odpowiadał za realizację co najmniej ośmiu konferencji prasowych tego typu, ~~w tym [] lat doświadczenia ponad wymogi określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt b SIWZ.~~

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

.....

Opis doświadczenia zawodowego

.....
.....

Lp	Wykaz zrealizowanych konferencji prasowych		
	Podmiot zlecający konferencję	Nazwa/tytuł konferencji, zakres czynności, inne informacje	Data wykonania
1. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
2. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
3. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
4. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
5. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
6. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
7. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
8. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
.... (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)

3) EKSPERT DS. ZAKUPU I PLANOWANIA MEDIÓW

.....
(imię i nazwisko)

[] lat doświadczenia zawodowego w planowaniu kampanii reklamowych, strategii, budżetu i harmonogramu działań, a tym samym przygotowaniu oferty dla klienta, w tym [] lat doświadczenia ponad wymogi określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt c SIWZ.

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

Opis doświadczenia zawodowego

4) OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ COPYWRITER'A

.....
(imię i nazwisko)

[] lat doświadczenia zawodowego w tworzeniu haseł reklamowych komunikatów, scenariuszy, tekstów prasowych, w tym [] lat doświadczenia ponad wymogi określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt d SIWZ.

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

Opis doświadczenia zawodowego



5) SPECJALISTA GRAFIK

.....
(imię i nazwisko)

[] lat doświadczenia zawodowego w tworzeniu kreacji wizualnych, projektów graficznych, animacji i tym [] lat doświadczenia ponad wymogi określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt e SIWZ.

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

Opis doświadczenia zawodowego

6) SPECJALISTA DS. DIGITAL MARKETING'U

.....
(imię i nazwisko)

[] lat doświadczenia zawodowego w planowaniu, realizowaniu kampanii marketingowych online z wykorzystaniem przynajmniej 2 ze wskazanych rodzajów działań: social media marketing, influencer marketing, kampanie PPC / Google Ads lub e-mail marketing, w tym [] lat doświadczenia ponad wy określone w punkcie 5.2.1.2. ppkt f SIWZ.

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

Opis doświadczenia zawodowego

Uwaga! Niniejszy formularz nie podlega uzupełnieniu na podstawie art. 26 ust. 3 ustawy Pzp.

.....
miejsowość, data

.....
podpis elektroniczny, imię i nazwisko



Załącznik Nr 4 do SIWZ

Jednolity Europejski Dokument Zamówienia
(osobny plik)

Załącznik nr 5 do SIWZ

.....
Nazwa i adres Wykonawcy

nr postępowania 13/20/PN/P9

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY¹

Niniejszym oświadczam, iż:

- 1) wobec podmiotu, który reprezentuję, nie wydano/wydano prawomocnego/ prawomocny wyroku/wyrok sądu lub ostatecznej/ostateczną decyzji/decyzję administracyjnej/administracyjną* o zaleganiu z uiszczaniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne;
- 2) wobec podmiotu, który reprezentujemy, nie orzeczono/orzeczono tytułem środka zapobiegawczego zakazu/zakaz* ubiegania się o zamówienia publiczne.
- 3) podmiot, który reprezentujemy, nie zalega/zalega* z opłacaniem podatków i opłat lokalnych, o których mowa w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 716);

* Niepotrzebne skreślić.

.....
miejsowość, data

.....
podpis elektroniczny, imię i nazwisko

¹ *Pouczenie o odpowiedzialności karnej*

Art. 297 § 1 Kodeksu karnego (Dz. U. Nr 88 poz. 553 z późn. zm.):

„Kto w celu uzyskania dla siebie lub kogo innego, od banku lub jednostki organizacyjnej prowadzącej podobną działalność gospodarczą na podstawie ustawy albo od organu lub instytucji dysponujących środkami publicznymi – kredytu, pożyczki pieniężnej, poręczenia, gwarancji, akredytywy, dotacji, subwencji, potwierdzenia przez bank zobowiązania wynikającego z poręczenia lub z gwarancji lub podobnego świadczenia pieniężnego na określony cel gospodarczy, elektronicznego instrumentu płatniczego lub zamówienia publicznego, przedkłada podrobiony, przerobiony, poświadczający nieprawdę albo nierzetelny dokument albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wymienionego wsparcia finansowego, instrumentu płatniczego lub zamówienia, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5.”



Załącznik nr 6 do SIWZ

.....
Nazwa i adres Wykonawcy

nr postępowania 13/20/PN/P9

WYKAZ USŁUG

w zakresie niezbędnym do wykazania spełnienia warunku,

o którym mowa w pkt 5.2.1.1. SIWZ ²

(Uwaga: załącznik należy złożyć na wezwanie, o którym mowa w pkt 7.7. SIWZ)

Wykonawcy winni wykazać że w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał z należytą starannością:

a) co najmniej jedną usługę o wartości nie mniejszej niż 100 000,00 zł brutto, polegająca na przeprowadzeniu ogólnopolskiej kampanii informacyjno - edukacyjnej,

b) co najmniej jedną usługę o wartości minimum 50 000,00 zł brutto, polegającą na przeprowadzeniu kampanii PR o zasięgu ogólnopolskim (tj. wykorzystujące media ogólnokrajowe) w ramach, których środki finansowe były przeznaczone np. na przygotowanie materiałów prasowych i ich wysyłkę do mediów i ich follow up, media relations, spotkania one-to-one z dziennikarzami, organizację konferencji prasowych, realizację wysyłek kreatywnych, fee agencyjne za realizowane działania bezkosztowe, monitoring mediów itd. Przy czym wartość kampanii nie może obejmować kosztów emisji materiałów w mediach (tj. kosztów zakupu powierzchni reklamowej, czasu antenowego), kosztów produkcji spotów reklamowych oraz kosztów produkcji i emisji audycji telewizyjnych lub radiowych;

c) jedną kampanię z zakresu marketingu online (kampanię promocyjną w [internecie](#)), z wykorzystaniem co najmniej dwóch mediów społecznościowych.

Lp.	Wykonana usługa	
1.	Przedmiot usługitj. usługa
	Data wykonania	

² W tabeli należy podać wszystkie informacje, pozwalające jednoznacznie stwierdzić czy Wykonawca spełnia odpowiednie warunki określone w ogłoszeniu o zamówieniu i SIWZ. Do każdej wskazanej w wykazie usług należy dołączyć dokument potwierdzający, że usługa została wykonana należycie. W przypadku usług wykonanych (zakończonych), Wykonawcy mają obowiązek przedstawić dokument, który powinien być wystawiony po zakończeniu realizacji usługi.

	<i>(należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia realizacji usługi)</i>	od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
	Odbiorca (podmiot, który zlecał wykonanie usługi) <i>(nazwa i adres)</i>
	Dokument potwierdzający należyte wykonanie wyżej wymienionej usługi
	Wartość usługi	
2.	Przedmiot usługitj. usługa
	Data wykonania <i>(należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia realizacji usługi)</i>	od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
	Odbiorca (podmiot, który zlecał wykonanie usługi) <i>(nazwa i adres)</i>
	Dokument potwierdzający należyte wykonanie wyżej wymienionej usługi
	Wartość usługi	
3.	Przedmiot usługitj. usługa

	Data wykonania (należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia realizacji usługi)	od/..... do/..... (miesiąc / rok)
	Odbiorca (podmiot, który zlecał wykonanie usługi) (nazwa i adres)
	Dokument potwierdzający należyte wykonanie wyżej wymienionej usługi
	Wartość usługi	
....	Przedmiot usługitj. usługa
	Data wykonania (należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia realizacji usługi)	od/..... do/..... (miesiąc / rok)
	Odbiorca (podmiot, który zlecał wykonanie usługi) (nazwa i adres)
	Dokument potwierdzający należyte wykonanie wyżej wymienionej usługi
	Wartość usługi	

Uwaga:

Do wykazu należy załączyć dowody określające, czy usługi wymienione w powyższym wykazie były wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane,

a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie Wykonawcy. W przypadku usług będących w trakcie realizacji referencje bądź inne dokumenty potwierdzające należyte wykonanie usług powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

.....
miejsowość, data

.....
podpis elektroniczny, imię i nazwisko

Załącznik nr 7 do SIWZ

.....
Nazwa i adres Wykonawcy
nr postępowania 13/20/PN/P9

**WYKAZ OSÓB, KTÓRE BĘDĄ UCZESTNICZYĆ W WYKONYWANIU ZAMÓWIENIA
na potwierdzenie warunku opisanego w pkt 5.2.1.2. SIWZ¹
(Uwaga: załącznik należy złożyć na wezwanie, o którym mowa w pkt 7.7. SIWZ)**

<p>Pkt 1. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ KOORDYNATORA/KIEROWNIKA PROJEKTU KAMPANII posiadająca min. 5-letnie doświadczenie zawodowe oraz że koordynował co najmniej 3 kampanie zakończone sukcesem, odpowiadające swoim rodzajem i zakresem usłudze będącej przedmiotem zamówienia z zakresu społeczno-edukacyjnego lub nowych technologii (np. kampanie promocyjne o zasięgu ogólnopolskim, kampanie online);</p>
<p>..... (imię i nazwisko)</p>
<p>Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą</p>
<p>Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)</p>



Lp	Wykaz kampanii promocyjno-informacyjnych z zakresu społeczno-edukacyjnego lub w zakresie nowych technologii zakończonych sukcesem		
	Podmiot zlecający kampanię	Nazwa/tytuł kampanii, zakres czynności, rodzaj kampanii	Data wykonania <i>(należy podać datę rozpoczęcia i zakończenia kampanii)</i>
1. <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
2. <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
3 <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>
... <i>(nazwa i adres)</i>		od/..... do/..... <i>(miesiąc / rok)</i>

Pkt 2. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ EKSPERTA DS. PUBLIC RELATIONS posiadająca min. 5-letnie doświadczenie zawodowe w prowadzeniu działań komunikacyjnych, organizacji konferencji prasowych, działań z zakresu media relations, w tym w social mediach oraz odpowiadał za realizację co najmniej ośmiu konferencji prasowych tego typu;

.....
(imię i nazwisko)

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą
.....

Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)
.....
.....

Lp	Wykaz zrealizowanych konferencji prasowych		
	Podmiot zlecający konferencję	Nazwa/tytuł konferencji, zakres czynności, inne informacje	Data wykonania
1. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
2. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
3. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
4. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
5. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
6. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
7. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)
8. (nazwa i adres)	/..... (miesiąc / rok)

Pkt 3. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ EKSPERTA DS. ZAKUPU I PLANOWANIA MEDIÓW posiadająca min. 3-letnie doświadczenie zawodowe w planowaniu kampanii reklamowych, strategii, budżetu i harmonogramu działań, a tym samym przygotowaniu oferty dla klienta;

.....

(imię i nazwisko)

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

.....

Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)

.....
.....

Pkt 4. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ COPYWRITER'A posiadająca min. 2-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu haseł reklamowych komunikatów, scenariuszy, tekstów prasowych;

.....

(imię i nazwisko)

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

.....

Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)

.....
.....

Pkt 5. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ SPECJALISTY GRAFIKA posiadająca min. 3-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu kreacji wizualnych, projektów graficznych, animacji itp.;

.....

(imię i nazwisko)

Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą

.....

Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)

.....
.....

Pkt. 6. JEDNA OSOBA PEŁNIĄCA FUNKCJĘ DS. DIGITAL MARKETING'U posiadająca co najmniej 2-letnie doświadczenie zawodowe w planowaniu, realizowaniu kampanii marketingowych online z wykorzystaniem przynajmniej 2 ze wskazanych rodzajów działań: social media marketing, influencer marketing, kampanie PPC / Google Ads lub e-mail marketing.



..... <i>(imię i nazwisko)</i>
Informacja o podstawie do dysponowania wyżej wymienioną osobą
Opis doświadczenia zawodowego (w tym liczba lat doświadczenia)

.....
miejsowość, data

.....
podpis elektroniczny, imię i nazwisko

Załącznik Nr 8 do SIWZ

.....
Nazwa i adres Wykonawcy
nr postępowania 13/20/PN/P9

OŚWIADCZENIE ³

w zakresie określonym w art. 24 ust. 11 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 ze zm.), zwanej dalej „uPzp”

Niniejszym oświadczam(-my), iż ²:

- nie należę(-my) do żadnej grupy kapitałowej;
- nie należę(-my) do grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 uPzp
- należę(-my) do grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 uPzp i w załączeniu przedstawiam dowody, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.

.....
data, podpis elektroniczny, imię i nazwisko

² Pouczenie o odpowiedzialności karnej

Art. 297 § 1 Kodeksu karnego (Dz. U. Nr 88 poz. 553 z późn. zm.):

„*Kto w celu uzyskania dla siebie lub kogo innego, od banku lub jednostki organizacyjnej prowadzącej podobną działalność gospodarczą na podstawie ustawy albo od organu lub instytucji dysponujących środkami publicznymi – kredytu, pożyczki pieniężnej, poręczenia, gwarancji, akredytywy, dotacji, subwencji, potwierdzenia przez bank zobowiązania wynikającego z poręczenia lub z gwarancji lub podobnego świadczenia pieniężnego na określony cel gospodarczy, elektronicznego instrumentu płatniczego lub zamówienia publicznego, przedkłada podrobiony, przerobiony, poświadczający nieprawdę albo nierzetelny dokument albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wymienionego wsparcia finansowego, instrumentu płatniczego lub zamówienia, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5.*”

² Należy zakreślić odpowiedni kwadrat