

Ogłoszenie o wyniku postępowania Usługi

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii informacyjno-promocyjnej projektu „Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej – ul. Okólna”

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego

Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: Gmina Piła

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 570791164

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: pl. Staszica 10

1.5.2.) Miejscowość: Piła

1.5.3.) Kod pocztowy: 64-920

1.5.4.) Województwo: wielkopolskie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL411 - Pilski

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: bzp@um.pila.pl

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

1.6.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:

<https://umpila.ezamawiajacy.pl>

1.7.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - jednostka samorządu terytorialnego

1.8.) Przedmiot działalności zamawiającego: Ogólne usługi publiczne

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Ogłoszenie dotyczy:

Zamówienia publicznego

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

2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii informacyjno-promocyjnej projektu „Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej – ul. Okólna”

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-9656fc2b-318f-11ec-a3fb-0a24f8cd532c

2.5.) Numer ogłoszenia: 2021/BZP 00279237/01

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2021-11-23 08:16

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

2.9.) Numer planu postępowań w BZP: 2021/BZP 00002350/20/P

2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:

1.3.30 Kampania informacyjno-promocyjna miejskiego transportu publicznego dla projektu "Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej-ul. Okólna"

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

2.12.) Nazwa projektu lub programu:

„Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej – ul. Okólna”

2.13.) Zamówienie/umowa ramowa było poprzedzone ogłoszeniem o zamówieniu/ogłoszeniem o zamiarze zawarcia umowy: Tak

2.14.) Numer ogłoszenia: 2021/BZP 00239026/01

SEKCJA III – TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA LUB ZAWARCIA UMOWY RAMOWEJ

3.1.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 2 ustawy

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Numer referencyjny: BZP.271.TP.44.2021

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

4.4.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.5.1.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej projektu nr RPWP.03.03.01-30-0008/18 pn. „Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej – ul. Okólna”, współfinansowanego środkami Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020, Poddziałanie 3.3.1. Inwestycje w obszarze transportu miejskiego, realizowany przez Gminę Piła na podstawie umowy o dofinansowanie nr RPWP.03.03.01-30-0008/18-00 (ze zm.).
2. Głównym celem kampanii jest poinformowanie opinii publicznej, w tym odbiorców rezultatów projektu oraz osoby i podmioty uczestniczące w projekcie o uzyskanym dofinansowaniu kosztów realizacji projektu „Poprawa mobilności miejskiej w Pile w przebiegu obwodnicy śródmiejskiej – ul. Okólna”, środkami Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Ponadto działania promocyjne mają poinformować społeczność i odbiorców projektu o zrealizowanym przedsięwzięciu i celach projektu, tj. ograniczenie negatywnych zjawisk zdiagnozowanych w Gminnym programie rewitalizacji dla miasta Piły w sferze społecznej, gospodarczej, środowiskowej, przestrzenno-funkcjonalnej oraz technicznej poprzez poprawę funkcjonalności obiektów i przestrzeni publicznych oraz zintegrowane działania w wymiarze społecznym.
3. Zaplanowane działania promocyjne to: dystrybucja materiałów informacyjnych do skrzynek pocztowych, zamieszczenie artykułu w prasie, informacje na portalu internetowym. Działania informacyjne i promocyjne będą skierowane do wszystkich mieszkańców miasta Piły i regionu.
4. Przedmiot zamówienia obejmuje:
 - 4.1 Opracowanie i dystrybucja materiałów poligraficznych zawierających informację o korzyściach płynących z realizacji projektu, materiały informacyjne (ulotki) - dotyczące

Zrównoważonego Transportu Zbiorowego, upowszechniające wiedzę o korzyściach płynących z realizacji projektu (w tym np. ograniczenie emisji CO₂), zachęcające do korzystania z transportu publicznego - kierowane do mieszkańców Piły i sąsiadujących gmin, korzystających przede wszystkim z własnego samochodu w dojazdach do pracy lub innych celach związanych z przemieszczaniem się przez miasto Piła. Druk ulotki A5 na papierze kreda połysk 130 g, wydruk 4+4, nakład min. 25 000, dystrybucja do skrzynek pocztowych na terenie miasta Piły potwierdzona raportem doręczeń.

4.2 Umieszczenie artykułów oraz materiałów informacyjnych dot. mobilności miejskiej w mediach i Internecie; celem bezpośrednim jest zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat udziału środków Unii Europejskiej w projekcie. Ponadto celem będzie: oddziaływanie na społeczność lokalną przedsięwzięcia, które ma przyczynić się do zmiany zachowań komunikacyjnych na bardziej przyjazne ochronie klimatu, przyczynić się do powstania i utrwalenia nawyków w zakresie przyjaznego dla użytkownika i środowiska łączenia podróżowania transportem publicznym z samochodowym, rowerowym i pieszym. Projekt ma wpłynąć na otoczenie społecznie i przyczynić się do poprawy możliwości rozwoju społecznego osobom korzystającym z węzła komunikacyjnego i docierającym do miejsc aktywności zawodowej:

Treść publikacji:

- grafika/ilustracja,
- krótki syntetyczny tekst opisujący Projekt i jego znaczenie,
- tekst i zdjęcia z realizacji Projektu,
- wartość Projektu oraz dofinansowania,
- obowiązkowe oznaczenia dotyczące Projektów współfinansowanych ze środków UE,
- projekt graficzny zgodny z zasadami identyfikacji wizualnej promocji Projektu.

a) Emisja artykułu kolorowego o wielkości jednej strony w jednym wydaniu bezpłatnego miesięcznika o nakładzie minimum 16 tys. egz., ukazującego się na terenie co najmniej powiatu pilskiego. Treść materiału zostanie przygotowana przez Wykonawcę i przekazana mediom po akceptacji przez Zamawiającego;

b) Przygotowanie i publikacja artykułu sponsorowanego w Internecie - umieszczenie na lokalnym informacyjnym portalu internetowym na okres min. 7 dni artykułu sponsorowanego. Treść artykułu zostanie przygotowana przez Wykonawcę i przekazana mediom po akceptacji przez Zamawiającego. Długość tekstu - do 10 tys. znaków bez spacji, tekst powinien być zilustrowany fotografiami i grafikami przygotowanymi na potrzeby artykułu, dostarczonymi przez Wykonawcę. Nie dotyczy portali miejskich miasta Piły. Publikacja nastąpi po akceptacji Zamawiającego.

5. Treść materiałów informacyjnych w ramach przeprowadzonej kampanii musi zawierać:

- informację o unijnym źródle współfinansowania projektu (w zależności od dostępności miejsca i czasu w artykule/publikacji/ulotce: o realizacji projektu ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020, Poddziałanie 3.3.1 „Inwestycje w obszarze transportu miejskiego” / Unii Europejskiej); ponadto materiały drukowane/publikowane w Internecie muszą być oznaczone właściwymi logotypami zgodnie z wymogami opisanymi w pkt. 6;
- informację o zrealizowanym projekcie rewitalizacyjnym, wybudowanej infrastrukturze i zrewitalizowanej przestrzeni miejskiej, z podkreśleniem ogólnodostępności obiektów i dostosowaniem ich do potrzeb osób niepełnosprawnych;
- informację o celach projektu, tj. ograniczeniu negatywnych zjawisk zdiagnozowanych w Gminnym programie rewitalizacji dla miasta Piły w sferze społecznej, gospodarczej, środowiskowej, przestrzenno-funkcjonalnej oraz technicznej poprzez poprawę funkcjonalności obiektów i przestrzeni publicznych oraz zintegrowanych działaniach w wymiarze społecznym. Materiały promocyjne muszą być adresowane do wszystkich grup społecznych i wiekowych odbiorców. Wszystkie materiały do publikacji/emisji muszą zostać napisane zgodnie ze sztuką tworzenia tego typu tekstów oraz z zachowaniem zasad poprawnej polszczyzny. Materiały drukowane i publikowane w Internecie powinny być zilustrowane fotografiami i grafikami przygotowanymi na potrzeby artykułu, dostarczonymi przez Wykonawcę.

6. Wszystkie materiały prasowe, publikacje internetowe, materiały informacyjne muszą być opracowane zgodnie z aktualnymi wytycznymi:

- dotyczącymi informacji i promocji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020,
- Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji,
- Księgą Znak Urzędu Miasta Piły.

Wytyczne dotyczące informacji i promocji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego znajdują się na stronie internetowej:

<https://wrpo.wielkopolskie.pl/realizuje-projekt/poznaj-zasady-promowania-projektu/zasady-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r>

Księga znaku oraz informacje o projekcie niezbędne do przygotowania materiałów promocyjnych zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.

7. Wykonawca prześle Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie oraz prawa do zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji, wskazanych w projektowanych postanowieniach umowy, z dniem wypłaty wynagrodzenia za realizację przedmiotu umowy.

8. W terminie do 3 dni od publikacji/emisji ostatniego elementu kampanii Wykonawca prześle Zamawiającemu raport końcowy z podjętych w ramach umowy działań. Raport będzie zawierał szczegółowe sprawozdanie ze wszystkich przeprowadzonych w ramach kampanii działań. Z raportem Wykonawca prześle Zamawiającemu po 1 egz. tytułów, w których zostały opublikowane materiały promujące projekt, w przypadku stron internetowych wydruki oraz zapis / zrzut ekranu w formie elektronicznej na nośniku danych.

4.5.3.) Główny kod CPV: 79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

SEKCJA V ZAKOŃCZENIE POSTĘPOWANIA

5.1.) Postępowanie zakończyło się zawarciem umowy albo unieważnieniem postępowania:

Postępowanie/cześć postępowania zakończyła się zawarciem umowy

SEKCJA VI OFERTY

6.1.) Liczba otrzymanych ofert lub wniosków: 4

6.1.3.) Liczba otrzymanych od MŚP: 4

6.1.4.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwach EOG innych niż państwo zamawiającego: 0

6.1.5.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwie spoza EOG: 0

6.1.6.) Liczba ofert odrzuconych, w tym liczba ofert zawierających rażąco niską cenę lub koszt: 0

6.1.7.) Liczba ofert zawierających rażąco niską cenę lub koszt: 0

6.2.) Cena lub koszt oferty z najniższą ceną lub kosztem: 7872 PLN

6.3.) Cena lub koszt oferty z najwyższą ceną lub kosztem: 39049,15 PLN

6.4.) Cena lub koszt oferty wykonawcy, któremu udzielono zamówienia: 7872 PLN

6.5.) Do wyboru najkorzystniejszej oferty zastosowano aukcję elektroniczną: Nie

6.6.) Oferta wybranego wykonawcy jest ofertą wariantową: Nie

SEKCJA VII WYKONAWCA, KTÓREMU UDZIELONO ZAMÓWIENIA

7.1.) Czy zamówienie zostało udzielone wykonawcom wspólnie ubiegającym się o udzielenie zamówienia: Nie

7.2.) Wielkość przedsiębiorstwa wykonawcy: Mały przedsiębiorca

7.3.) Dane (firmy) wykonawcy, któremu udzielono zamówienia:

7.3.1) Nazwa (firma) wykonawcy, któremu udzielono zamówienia: Poligrafia-Promocja-Reklama STUDIO K2 Krzysztof Rauhut

7.3.2) Krajowy Numer Identyfikacyjny: 572106132

7.3.3) Ulica: Wawelska 118

7.3.4) Miejscowość: Piła

7.3.5) Kod pocztowy: 64-920

7.3.6.) Województwo: wielkopolskie

7.3.7.) Kraj: Polska

7.4.) Czy wykonawca przewiduje powierzenie wykonania części zamówienia podwykonawcom?:
Nie

SEKCJA VIII UMOWA

8.1.) Data zawarcia umowy: 2021-11-18

8.2.) Wartość umowy/umowy ramowej: 7872 PLN

8.3.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 120 dni